

DOĞAN GAZETECİLİK A.Ő.
2010 FAALİYET RAPORU

TÜRKİYE'NİN HABERCİLERİ

DOĞAN GAZETECİLİK FAALİYET RAPORU 2010

İÇİNDEKİLER

Başlıca Finansal Göstergeler

Dünyada ve Türkiye'de Basın Sektörü

Dünden Bugüne Doğan Gazetecilik A.Ş.

2010'da Doğan Gazetecilik A.Ş.

Yönetim Kurulu Başkanı'nın Mesajı

Yönetim'in Mesajı

Yönetim

Yönetim Kurulu

İcra Kurulu

Denetim Kurulu

Doğan Gazetecilik Yayın İlkeleri

2010 Yılı Faaliyetleri

Milliyet

Posta

Vatan

Fanatık

İnternet Siteleri

Mobil Hizmetler

Kurumsal Sosyal Sorumluluk

Kurumsal Yönetim İlkeleri Uyum Raporu

Kâr Dağıtım Önerisi

Kâr Dağıtım Politikası

Yönetim Kurulu Kararı

Mali Tablo ve Dipnotlara İlişkin Kabul Beyanı

Denetçi Raporu

Denetim Komitesi Kararı

BAŞLICA FİNANSAL GÖSTERGELER

31 Aralık 2010 ve 2009 tarihleri itibariyle Şirket'in gelir tablosundaki ana kalemlerin değişimi şu şekildedir:

Konsolide (Bin TL)	<u>31.12.2010</u>	<u>31.12.2009</u>	<u>%</u>
Satış Gelirleri	353.869	349.192	1,3
Satışların Maliyeti (-)	(221.969)	(230.046)	(3,5)
Brüt Satış Kârı	131.899	119.146	10,7
Operasyonel Giderler (-)	(133.390)	(122.760)	8,7
Diğer Faaliyetlerden			
Gelirler/Giderler, Net	(4.908)	(9.600)	(48,9)
Faaliyet Kârı/(Zararı)	(6.399)	(13.214)	(51,6)
Finansal Gelirler/Giderler, Net	(1.383)	(3.203)	(56,8)
Sürdürülen Faaliyetler Vergi Öncesi			
Kâr/(Zararı)	(7.782)	(16.417)	(52,6)
Vergi Geliri/Gideri	(8.846)	293	
Ana Ortaklık Dışı Kâr	99	(132)	
Dönem Net Kârı/(Zararı)	(16.529)	(16.255)	2

Tiraj gelirlerinde 2009 yılına göre yaklaşık %3,9'luk azalış, reklam gelirlerinde ise %5,5'lik artış yaşanmıştır. Toplam satış gelirlerinde ise net %1,3'lük yükseliş kaydedilmiştir.

Konsolide (Bin TL)	<u>31.12.2010</u>	<u>31.12.2009</u>	<u>%</u>
Kâğıt Maliyeti	90.990	113.492	(20)
Baskı Ve Diğer Maliyetler	130.979	116.554	12
Toplam Satışların Maliyeti	221.969	230.046	(4)

Kâğıt USD ortalama ton fiyatlarında bir önceki yıla göre 2010'da %15 oranında reel bir azalış gerçekleşmiştir. Bununla birlikte yıl içerisinde kullanılan kâğıt miktarı %1,4 oranında azalmıştır.

Konsolide (Bin TL)	<u>31.12.2010</u>	<u>31.12.2009</u>	<u>%</u>
Genel Yönetim Giderleri	29.892	27.222	10
Pazarlama Ve Satış Giderleri	103.498	95.538	8
Toplam Faaliyet Giderleri	133.390	122.760	9

Ocak-Aralık 2010 döneminde 2009'un aynı dönemine göre, genel yönetim giderlerinde %10'luk artış, pazarlama, satış ve dağıtım giderlerinde %8 artış, toplam faaliyet giderlerinde ise bir önceki yılın aynı dönemine göre %9 oranında artış görülmüştür. Bu gelişmelere paralel olarak vergi öncesi kâr marjı %-2,2 olarak gerçekleşmiştir.

Şirket'in son iki döneme ait bilançosunun aktif ve pasiflerindeki ana kalemlerin değişimi şöyledir:

Varlıklar (Konsolide Bin TL)	<u>31.12.2010</u>	<u>31.12.2009</u>	<u>%</u>
Dönen Varlıklar	91.887	96.724	(5)
Duran Varlıklar	220.985	233.029	(5)
Toplam Varlıklar	312.872	329.752	(5)
Yükümlülükler Ve Özkaynak (Konsolide Bin TL)	<u>31.12.2010</u>	<u>31.12.2009</u>	<u>%</u>
Kısa Vadeli Yükümlülükler	91.512	97.162	(6)
Uzun Vadeli Yükümlülükler	13.364	7.669	74
Yükümlülükler	104.876	104.831	
Ana Ortaklık Dışı Paylar	285	384	(26)
Ana Ortaklığa Ait Özkaynak	207.710	224.538	(7)
Toplam Yükümlülükler Ve Özkaynak	312.872	329.752	(5)
Başlıca Temel Göstergeler (Bin TL)	<u>31.12.2010</u>	<u>31.12.2009</u>	
Esas Faaliyet Kârı/Zararı	(6.399)	(13.214)	
Favök	12.745	5.523	
Net Kâr/Zarar	(16.529)	(16.255)	
Personel Sayısı	1.085	1.323	
Günlük yayımlanan sayfa sayısı (ort.)	183	168	

Şirket'in Ocak-Aralık 2010 döneminde önemli tutarda bir yatırım harcaması olmamıştır. 2.032.950 TL tutarında sabit kıymet harcaması (çeşitli teknik donanım, bilgisayar, mobilya mefruşat vs.) yapılmış ve bu kapsamda yatırım indiriminden faydalanılmamıştır.

Şirket'in 2009 yıl sonu itibariyle (18.784.093) TL olan net nakit pozisyonu, 2010 Aralık sonu itibariyle (27.781.193) TL olarak gerçekleşmiştir.

FİNANSAL ORANLAR

Şirket'in mali yapı ve kârlılığına ilişkin oranlar aşağıdaki şekilde gerçekleşmiştir.

Likidite Oranları	<u>31.12.2010</u>	<u>31.12.2009</u>
Cari Oran	1,00	1,00
Asit-Test Oranı	0,93	0,93
Likidite Oranı	0,87	0,80
Sermaye Yapısı Oranları(%)	<u>31.12.2010</u>	<u>31.12.2009</u>
Borç/Özsermaye	50	47
Kv Borç/Toplam Borç	87	93
Borç/Aktif Toplamı	34	32
Kâr/Zarar Oranları (%)	<u>31.12.2010</u>	<u>31.12.2009</u>
FAVÖK/Net Satışlar	3,6	1,6
Net Kâr/Net Satışlar	(4,7)	(4,7)
Net Kâr/Özsermaye	(8,0)	(7,2)
Faaliyet Döngü Oranları	<u>31.12.2010</u>	<u>31.12.2009</u>
Stok Devir Hızı	32,97	38,06
Alacak Devir Hızı	4,68	4,70
Borç Devir Hızı	4,75	3,73

DÜNYADA VE TÜRKİYE'DE BASIN SEKTÖRÜ

Kil tabletlerden web sitelerine

Gazetelerin toplumsal yaşamdaki rolünün kökleri, Roma İmparatorluğu'ndaki kil tabletlerden oluşan duvar gazetelerine dek uzanmaktadır. 15. yüzyılda matbaanın Avrupa'da kullanılmaya başlanmasıyla yayımlanan ilk çağdaş gazeteden bu yana gazeteler, toplumsal yaşamda yadsınamayacak bir önem kazanmıştır. Medya araçlarının çeşitlenmesinde ilk dalgayı temsil eden radyo ve televizyonun ardından internetin gündelik yaşamda hızla yaygınlaşmasıyla yazılı basın ve gazeteler, hızla değişen rekabet koşullarına uyum sağlamak ve medya dünyasında konumlarını koruyabilmek için sürekli yeni arayışlar içine girmiştir.

Televizyon ve internet mecralarının merkezi rol oynadığı medya dünyasında yaşanan son dönüşüm sürecine paralel olarak, yazılı basında reklam gelirleri, tirajlar ve satış, erişim ve reklam gelirlerindeki bölgesel farklılıklar giderek daha belirgin hale gelmiştir. Örneğin gazetelerin tirajları son beş yılda Asya'da %13, Afrika'da %30 artarken, Kuzey Amerika'da %11, Avrupa'da ise %8 oranında azalmıştır.*

Ayrıca, televizyon izlenme oranlarının düşük olduğu refah düzeyi yüksek toplumlarda basılı gazetelerin köklü marka değerinin bir yansıması olarak gazetelerin web sitelerine yönelik ilgi de her geçen gün artmaktadır. Son beş yıl içinde tüm dünyada web sitelerinin ziyaretçi sayısı %350 oranında artış göstermiştir.

İnternette sağlanan gelirin her geçen yıl artan payı

İnternetin gazete gelirlerini yok edeceği yönündeki bir dönem yaygın biçimde zikredilen öngörünün aksine gazeteler, dijital medya enstrümanlarını kendi iş modellerine entegre ederek ve markalarının gücünü kullanarak gelirlerini çeşitlendirmiştir. Gazetelerin web siteleri, haber kaynağı olarak tüm dünyada en çok ziyaret edilen sitelerin başında gelmektedir. Gazetelerin internet edisyonlarından elde ettiği gelir halen daha istenilen düzeye ulaşmamakla birlikte teknolojik gelişmelere bağlı olarak bu siteler geleceğe yönelik önemli gelir potansiyeli taşımaktadır.

Dünya genelinde gazetelerin internet edisyonlarını takip eden okur profilinin internet kullanım alışkanlıkları incelendiğinde okurların %88'inin iş sahibi olduğu, %84'ünün online alışveriş yaptığı, %66'sının haberleri yalnızca bu mecradan takip ettiği, %58'inin ise online bankacılık hizmetlerinden yararlandığı görülmektedir.

Web sitelerinde haber akışının gazetelere oranla daha hızlı ve daha güncel olması, haberlerin bu mecra üzerinden izlenmesindeki en önemli etken olarak gösterilmektedir.

Türkiye'nin en çok ziyaret edilen web siteleri

Türkiye'de refah düzeyindeki artışa koşut olarak toplumun alternatif eğlence kanallarına yönelmesi, televizyon izlenme oranını düşürürken gazetelerin toplam satış rakamı 4,6 milyon civarındadır. Televizyon birincil reklam mecrası olma özelliğini korumasına karşın, gazeteler güvenilir ve en etkin reklam mecrası olarak pazar paylarını korumaktadır. Dünyadaki genel eğilime benzer biçimde gazetelerin web siteleri ülkemizde de en çok ziyaret edilen siteler arasında yer almaktadır. Doğan Gazetecilik bünyesindeki gazetelerin web siteleri ise Türkiye'nin en çok ziyaret edilen siteleri arasında başı çekmektedir.

*** Dünya Gazete ve Haber Yayıncıları Birliği, Dünya Basın Trendleri 2010 Araştırması**
WAN-IFRA, WPT 2010
Günlük gazete okurunun %44'üne seslenen gazeteler

2003 yılında yürürlüğe giren yasal düzenlemeler, gazetelere promosyonlarla ilgili önemli kısıtlamalar getirmesine karşın gazete satışları son dönemde artış göstermeye devam etmiştir. 2001 ve 2002 yıllarında 3,7 milyon düzeyinde olan gazete satışları, 2004 yılında 4,5 milyon düzeyine ulaşmıştır. 2005'te 5 milyona, 2006'da ise 5 milyon çıtasının üzerine çıkan satışlar, sonraki yıllarda da bu düzeyini korumuş, 2010 yılında ise 4,6 milyon olarak gerçekleşmiştir. Promosyon yasaklarına rağmen gazete tirajlarında süregelen istikrar, Türk toplumunun iletişim mecralarına yönelik alışkanlıkları açısından gazetelerin vazgeçilmez bir yeri olduğunu göstermektedir. Bir gazetenin birden fazla okur tarafından takip edildiğinin göstergesi olan gerçek gazete okuru sayısı, toplumsal bilinç düzeyinin yükselişine paralel olarak, son yıllarda Türkiye'de önemli oranda artış göstermiştir. Bu kapsamda, medya dünyasının öncü kuruluşlarından Doğan Gazetecilik, her gün ortalama 4,7 milyon okura ulaşan gazeteleriyle günlük gazete okurunun %44'üne seslenmektedir.

Sektörün tüm dünyada değişen dinamiklerini dikkate alan Türk basını, yeni yönelimler içindedir. Bu doğrultuda gazeteler, mevcut marka güçlerini etkin bir biçimde kullanarak, gerek internet, gerekse sponsorluk gibi alternatif tanıtım mecraları aracılığıyla kendilerine yeni kavram geliştirme çalışmalarına son dönemde hız vermiştir.

DÜNDEN BUGÜNE DOĞAN GAZETECİLİK A.Ş.

Mayıs 1950’de Milliyet gazetesi kurulur

Türkiye’nin en önemli basın-yayın kuruluşlarından biri olan Doğan Gazetecilik A.Ş.’nin temelleri, gazeteci Ali Naci Karacan tarafından 3 Mayıs 1950’de Milliyet Gazetesi ile atıldı. İstanbul’da Nuri Akça Matbaası’nda yayın hayatına başlayan Milliyet, Babıali’de kısa sürede önemli bir yer edindi. Doğru ve güvenilir gazetecilik ilkelerine bağlılığıyla tanınan Abdi İpekçi’nin Genel Yayın Yönetmenliği’nde Türkiye’de basının çitasını yükselten bir yayıncılık anlayışına imza atan Milliyet, aynı zamanda geniş kitleleri kucaklamayı da başardı. 1979 yılının Şubat ayında Abdi İpekçi’nin katledilmesi, hem Türk basını hem de Milliyet için bir dönüm noktası oldu. Bu olayın ardından 30 yıldır Milliyet’in başında bulunan Karacan Ailesi, 20 Temmuz 1979’da bayrağı Aydın Doğan’a devretti.

2003 yılı sonunda Milliyet-Simge birleşmesi ile Doğan Gazetecilik A.Ş. kurulur

2003 yılı sonunda Milliyet’in; Posta, Radikal, Fanatik gazetelerini çıkaran Simge Yayıncılık ve Dağıtım A.Ş. ile devralma yoluyla birleşmesinin ardından Milliyet Gazetecilik A.Ş.’nin adı Doğan Gazetecilik A.Ş. olarak değişti.

Milliyet, Posta, Fanatik ve Vatan

Temel gazetecilik ilkelerinden ödün vermeksizin sürdürdüğü yayın politikasıyla kitlesel gazetecilik anlayışını güçlü bir sentezle bütünleştiren Milliyet, 60 yıllık bir birikim ile oluşturduğu “güvenilir gazete” imajıyla okurunun karşısındadır. Halkın yanında ve yakınında yer alan yayın politikasıyla Posta, yayına başladığı tarihten itibaren Türkiye’nin en çok satan gazeteleri arasında yer almaktadır. Spor dünyasında etik değerlerin öncülüğünü üstlenmiş olan Fanatik ise Türk spor basınında her dönem yeniliklerin adresi olmuştur. Vatan, toplumun her kesiminin sesini duyurmaya gayret eden yayın çizgisi ve çok sesli yazar kadrosuyla, Türk basınının yükselen markası konumundadır.

Doğan Gazetecilik A.Ş., Türk basın sektöründe toplam pazarın yaklaşık olarak dörtte birini elinde tutmaktadır. 2010 yılı verilerine göre, Türkiye genelinde satılan günlük ortalama 4,6 milyon gazetenin bir milyonunu, bir başka deyişle %23’ünü Doğan Gazetecilik A.Ş. gazeteleri oluşturmaktadır.

Toplamda günlük ortalama gazete okur sayısını 10 milyon 694 bin olarak baz alan Türkiye Basın Okurluk Araştırması sonuçlarına göre, gazeteleri Türkiye genelinin %44’üne ulaşan Doğan Gazetecilik A.Ş., tüm basın sektöründeki en yüksek erişim avantajına sahip Şirket konumundadır.

İnternet reklam pazarında da öncü

Doğan Gazetecilik web siteleri, internet yayınında art arda gerçekleştirdiği atılımlarla lider konumunu sağlamlaştırırken, internet haberciliğinin yanında seri ilan sektörüne getirdiği çözümlerle de internet reklam pazarının da öncü kurumlarından biri olmuştur.

2010'DA DOĞAN GAZETECİLİK A.Ş.

Doğan Medya Grubu bünyesinde yer alan Doğan Gazetecilik A.Ş.'nin temel faaliyet alanı; günlük gazetelerle haftalık, aylık veya periyodik olarak yayımlanan dergilerin hazırlanması; basın-yayın alanıyla ilgili reklam işlerinin izlenmesi ve gazete, dergi, kitap gibi yayınların dağıtım ve satışı ile dijital medya faaliyetlerini kapsamaktadır.

Türkiye'nin en çok okunan gazeteleri

Doğan Gazetecilik A.Ş., Türkiye'nin en çok okunan gazeteleri Milliyet, Posta, Vatan ve Fanatik ile eklerini yayımlamakta; aynı zamanda bu gazetelerin internet edisyonlarını yayına hazırlamaktadır.

Doğan Gazetecilik A.Ş., faaliyetlerini İstanbul Bağcılar'da, yaklaşık 33 dönüm açık alan üzerine kurulu, 39 bin metrekare kapalı alana sahip tesislerinde sürdürmektedir. Bu tesisin 18 bin metrekarelik bölümü Doğan TV'ye kiralanmıştır. 21 bin metrekarelik alan ise Doğan Gazetecilik A.Ş. tarafından kullanılmaktadır. Gazete ve dergilerin haber ve editoryal faaliyetleri ile baskı öncesi teknik işlemleri ise İstanbul'daki şirket merkezi ile Ankara, İzmir, Adana ve Antalya'daki temsilcilikler aracılığıyla gerçekleştirilmektedir.

Doğan Gazetecilik bünyesindeki Radikal Gazetesi, 2010 yılı içinde Hürriyet Gazetecilik A.Ş.'ye satılmıştır.

Güçlü ve güvenilir bir haber ağı

Doğan Gazetecilik A.Ş., kendi muhabirlerinin yanı sıra Doğan Haber Ajansı'nın yurt içi ve yurt dışındaki 35 bürosunda faaliyet gösteren 650 muhabiriyle, etkin ve güvenilir bir haber ağına sahiptir. Doğan Gazetecilik'in hazırladığı tüm basılı materyallerin Türkiye genelinde dağıtımını Doğan Dağıtım A.Ş. tarafından üstlenilmiştir.

İnsan kaynakları: Nitelikli, yenilikçi ve değişime açık

Doğan Gazetecilik nitelikli, yenilikçi ve değişime açık çalışanlardan oluşan insan kaynağını en büyük zenginliği olarak görmektedir.

2010 yılında Doğan Gazetecilik A.Ş. İnsan Kaynakları Bölümü'nün yürüttüğü çalışmalar şunlardır:

- Şirket'in 2010 yılına ilişkin organizasyon şemaları güncellendi.
- Kurum içi eğitimlere personelin katılımı teşvik edildi.
- Yeni oluşan veya boşalan kadrolara; Şirket içinden terfi ve atamaların yapılması veya kurum kültürüne uygun, pozisyonun gerektirdiği mesleki bilgi ve yetkinliklere sahip kişilerin adaylar arasından seçilmesi sağlandı.
- İşe yeni başlayan personele yönelik oryantasyon eğitimi programları hayata geçirildi.

- Nitelikli genç profesyonellerin Doğan Gazetecilik A.Ş. bünyesine katılımının sağlanması için Medya Trainee adlı yeni bir pozisyon açıldı. Bu pozisyon, Gazeteler ve Dijital Medya olmak üzere iki farklı bölüme göre işlevlendirildi.
- Tasarruf tedbirleri çerçevesinde önceki yıllarda başlayan personel optimizasyonu 2010 yılında da devam etti.

Şirket'in 31.12.2010 tarihi itibariyle bağlı ortaklıklar ve iştiraklerine ilişkin bilgiler aşağıdaki gibidir:

Bağlı Ortaklıklar ve İştirakler

31 Aralık 2010 ve 31 Aralık 2009 tarihleri itibariyle konsolidasyona tabi tutulan bağlı ortaklıklar ve ortaklık oranları aşağıda gösterilmiştir:

	Etkin ortaklık oranları (%)	Etkin ortaklık oranları (%)
	31 Aralık 2010	31 Aralık 2009
Kemer Yayıncılık ve Gazetecilik A.Ş.	99,98	99,98
Bağımsız Gazeteciler Yayıncılık A.Ş.	99,99	99,99
Kemer Yayıncılık Pazarlama San.Tic A.Ş.	99,96	99,96
DYG İlan ve Reklam Hizmetleri A.Ş. ⁽¹⁾	-	50,02
Milliyet Haber Ajansı A.Ş.	81,62	66,99
Milliyet İnternet Hizmetleri ve Tic. A.Ş.	98,81	99,83
Birey Seçme ve Değerlendirme Dan. Ltd. Şti	50,00	50,00

(1) DYG İlan ve Reklam Hizmetleri A.Ş., 31 Aralık 2010 tarihinde Milliyet İnternet'e devrolmak suretiyle ilgili yasa hükümlerine uygun olarak kurumsal varlığını sona erdirmiştir. Birleşme işlemi sonrasında DYG İlan, Milliyet İnternet Hizmetleri ve Ticaret A.Ş. adı altında faaliyetlerine devam etmektedir.

2010 Yılı Satışları

Tiraj

Doğan Gazetecilik A.Ş. bünyesinde faaliyet gösteren gazetelerin 2010 yılı günlük ortalama satış adetleri ile Ocak ve Aralık satış fiyatları aşağıdaki tabloda yer almaktadır.

Tiraj gelirleri 1 Ocak–31 Aralık 2010 döneminde, bir önceki döneme göre yaklaşık %3,9 oranında azalarak 167.587 bin TL'den 161.083 bin TL'ye gerilemiştir.. Doğan Gazetecilik'in net günlük ortalama satış adetleri şöyle gerçekleşmiştir:

Net Ortalama Günlük Satış Adetleri(*)	% Pazar Payı		
	<u>2009</u>	<u>2010</u>	<u>2010</u>
Milliyet	203.000	176.000	3,82
Posta	542.000	495.000	10,72
Fanatik	202.000	183.000	3,97
Vatan	194.000	151.000	3,26
Toplam	1.181.000	1.005.000	21,77

(*) Radikal Gazetesi hariçtir.

2010 Yılında Gazete Satış Fiyatları

	2010 Aralık Satış Fiyatı (Kırş/Hafta İçi/Hafta Sonu)	2010 Ocak Satış Fiyatı (Kırş/Hafta İçi/Hafta Sonu)
Posta	40-45/50	40-45/50
Milliyet	50/75	40-50/60-75
Fanatik	50/50	50/50
Vatan	50/75	50/75

Reklam

Türkiye toplam gazete reklam pazarına bakıldığında, reklam harcamalarının 2010 yılında geçtiğimiz yıla oranla %13,5 oranında büyüdüğü tahmin edilmektedir. Doğan Gazetecilik'in reklam gelirleri ise Uluslararası Finansal Raporlama Standartları (UFRS) uyarınca hazırlanan finansal tablolara göre 2010 yılında önceki yıla göre %5,5 oranında artarak 178.266 bin TL'den 188.070 bin TL'ye yükselmiştir.

İnternet

www.milliyet.com.tr, 2010 yılında da en çok ziyaret edilen sitelerden biri olmaya devam etmiştir.

Doğan Gazetecilik, dijital medya mecrasında faaliyet gösteren birbirinden değerli markaları bünyesinde bulundurmaktadır. Marka gücü ve okurlarından gelen destek ile liderliğini dijital medyada da sürdüren Doğan Gazetecilik; milliyet.com.tr, fanatik.com.tr, posta.com.tr, gazetevatan.com'un yanı sıra dikey içerik yayıncılığı yapan seri ilan siteleri milliyetemplak.com ve arabam.com ile de büyümesini başarılı bir şekilde sürdürmektedir.

Doğan Gazetecilik'in dijital medya mecrasındaki en büyük avantajı, güncel teknolojileri ve yayın trendlerini yakından takip eden yenilikçi yapısıdır. Bu bağlamda, Şirket yıl içerisinde mobil akıllı telefon ve tablet pc uygulamaları ile outdoor, dijital TV alanlarında başlattığı yeniliklerle sektördeki teknoloji ağırlıklı üstünlüğünü korumuştur. Doğan Gazetecilik, 2010'da dijital medya alanında hayata geçirdiği projelerde "okur nerede ise yayınlarımız orada olacak" ilkesinden güç almıştır. Bu bağlamda, Şirket, ihtiyaç duyulan anda okurun yanında olabilmek için gelişmekte olan mobil iletişim platformlarına yönelik çalışmalarını yoğunlaştırmıştır. Bu çabanın bir sonucu olarak, Doğan Gazetecilik'in mobil envanteri, Türkiye mobil envanterinin %30'unu oluşturacak paya erişmiştir. Mobil erişim açısından %44,4'lük bir orana ulaşan Şirket, bu alanda da liderliğini korumuştur. İnternet ve gazete haberciliğinin birbirlerini tamamlayıcı ve bütünleyici özellikleriyle rakip olmaktan daha ziyade ortak bir sinerjinin bileşenleri olduğu gerçeğinden hareket eden Doğan Gazetecilik, 2011'de de internet alanındaki atılımlarına devam edecektir.

Günlük ortalama 4,7 milyon erişim

Türkiye Basın Okurluk Araştırması* Aralık 2009-Kasım 2010 dönem verilerine göre Doğan Gazetecilik A.Ş., her gün ortalama 4,7 milyon** okura ulaşan gazeteleriyle günlük gazete okurunun %44'üne seslenmektedir.

Milliyet, Posta, Fanatik ve Vatan gazetelerinden oluşan Doğan Gazetecilik A.Ş., Türkiye genelinde günlük ortalama 4 milyon 724 bin kişiye erişimiyle tüm basın sektöründe en yüksek erişim avantajına sahip Şirket konumundadır. Aynı araştırmanın sonuçlarına göre, Türkiye genelinde günlük ortalama gazete okuru sayısının 10 milyon 694 bin olduğu düşünüldüğünde, Doğan Gazetecilik A.Ş. gazeteleri, Türkiye genelinin %44'üne ulaşarak rakiplerine karşı önemli bir üstünlük sağlamaktadır.

Doğan Gazetecilik A.Ş.'nin okur profil yapısı, farklı hedef kitlelere erişim açısından çarpıcı sonuçlar sunmaktadır. Her gün 3 milyon 239 bin ABC1 sosyal sınıfa mensup okur, Doğan Gazetecilik bünyesindeki gazetelerden en az birini tercih etmektedir. Bu okurlar içinden 1 milyon 645 bin kişi AB sosyal sınıfa mensuptur. Doğan Gazetecilik markalarının rakiplerine göre okur profilindeki bu üstünlüğü, eğitim ve yaş kategorilerinde de öne çıkmaktadır.

*Bağımsız bir araştırma şirketi tarafından yürütülen ve Basın İzleme Araştırma Kurulu (BİAK) tarafından koordine edilen Türkiye Basın Okurluk Araştırması, Türkiye’de yayımlanan 23 gazeteyi ölçülemektedir. Bu araştırma gazete okurluk bilgilerine ilişkin ortak veri sağlaması açısından çok büyük önem taşımaktadır.

**Her gün ortalama 4 milyon 724 bin kişi Doğan Gazetecilik A.Ş. bünyesindeki gazetelerden en az birini okumaktadır.

Günlük Erişim Payı ve Kişi Sayısı (Adet)

	<u>8-11. Dönemler Kümülatif</u> <u>Aralık 2008-Kasım 2009</u>	<u>12-3. Dönemler Kümülatif</u> <u>Aralık 2009-Kasım 2010</u>
Temsiliyet	40.937.000	41.756.000
Günlük Ortalama Okur Sayısı	12.359.000	10.694.000
Doğan Gazetecilik Erişim Sayısı	5.804.000	4.724.000
Doğan Gazetecilik Erişim Payı (%)	46,96	44,17

Gazetelerin Günlük Erişim Sayıları (Adet)

	<u>8-11. Dönemler Kümülatif</u> <u>Aralık 2008-Kasım 2009</u>	<u>12-3. Dönemler Kümülatif</u> <u>Aralık 2009-Kasım 2010</u>
Milliyet	1.145.000	1.069.000
Posta	3.628.000	2.825.000
Fanatık	1.289.000	948.000
Vatan	728.000	580.000

YÖNETİM KURULU BAŞKANI'NIN MESAJI

YÖNETİM'İN MESAJI

YÖNETİM

Şirket Yönetim Kurulunun 12 Mayıs 2010 tarih ve 2010-15 sayılı kararı ile Yönetim Kurulu üyelerinin görev bölüşümü aşağıdaki gibi yapılmıştır.

Yönetim Kurulu

Hanzade V. Doğan Boyner Yönetim Kurulu Başkanı
Mehmet Ali Yalçındağ Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı
Soner Gedik Yönetim Kurulu Üyesi
Faik Servet Topaloğlu Yönetim Kurulu Üyesi
Tayfun Devecioğlu Yönetim Kurulu Üyesi
Zafer Mutlu Yönetim Kurulu Üyesi
Hakkı Alp Bayülken Bağımsız Yönetim Kurulu Üyesi

İcra Kurulu

F. Servet Topaloğlu İcra Kurulu Başkanı
Bilen Böke İcra Kurulu Üyesi Mali İşler Grup Başkanı
Viktoria Habif İcra Kurulu Üyesi, Milliyet, Fanatik Reklam Grup Başkanı
Tijen Mergen İcra Kurulu Üyesi Pazarlama, İş Geliştirme Grup Başkanı*
Neslihan Tokcan İcra Kurulu Üyesi Posta, Vatan Reklam Grup Başkanı

Genel Yayın Yönetmenleri

Tayfun Devecioğlu	Milliyet Gazetesi Genel Yayın Yönetmeni
M. Rifat Ababay	Posta Gazetesi Genel Yayın Yönetmeni
M. Necil Ülgen	Fanatik Gazetesi Genel Yayın Yönetmeni
İsmail Turgut Yuvacan	Vatan Gazetesi Genel Yayın Yönetmeni

Denetim Kurulu

Erdem Seçkin Denetim Kurulu Üyesi
Erem Turgut Yücel Denetim Kurulu Üyesi

* 1 Kasım 2010 tarihinde görevden ayrılmıştır.

YÖNETİM KURULU

Hanzade V. Doğan Boyner

Yönetim Kurulu Başkanı

Hanzade Doğan Boyner, London School of Economics'ten ekonomi dalında lisans derecesiyle mezun oldu. Ardından, Londra'da Goldman Sachs International'in İletişim, Medya ve Teknoloji Grubunda finansal analist olarak çalıştığı süre içinde şirket satınalma ve birleşme konularında deneyim kazandı.

1999'da Columbia Üniversitesi'nden MBA derecesi alan Hanzade Doğan Boyner, aynı yıl Türkiye'ye döndü ve internet servis sağlayıcısı Doğan Online şirketini kurdu. Doğan Online çok kısa bir sürede Türkiye'nin lider servis sağlayıcısı oldu.

Hanzade Doğan Boyner halen, portföyünde Türkiye gazete pazarının %35'ini oluşturan Milliyet, Posta, Fanatik ve Vatan gazetelerini bulunduran Doğan Gazetecilik'in Yönetim Kurulu Başkanı ve Doğan Holding Yönetim Kurulu Üyesi görevlerini üstlenmektedir.

Hanzade Doğan Boyner, Dünya Gazeteciler Birliği (WAN) Yönetim Kurulu Başkan Vekiliği, Global İlişkiler Forumu Kurucu Üyeliği görevlerinin yanında Brookings Enstitüsü Uluslararası Danışma Konseyi (IAC), Türk Sanayici ve İşadamları Derneği, Dış Ekonomik İlişkiler Kurulu, Genç Başkanlar Organizasyonu (Young Presidents' Organization - YPO) ve Kadın Girişimcileri Derneği üyesidir.

Sosyal girişimcilik alanında da önemli faaliyetler yürüten Boyner, Türkiye'nin en başarılı sosyal sorumluluk projelerinden biri olan Baba Beni Okula Gönder Kampanyası'na önderlik etmektedir. Kız çocukların eğitiminin önündeki engelleri kaldırmayı hedefleyen bu proje için dört yılda 32 milyon TL'nin üzerinde bağış toplanmış; bu sayede çok sayıda burs, yatakhane ve eğitim programı finanse edilmiştir.

Hanzade Doğan Boyner,Ernst and Young tarafından Monte Carlo'da 32 ülkeden 32 şirketin katılımıyla gerçekleşen Dünyanın En Başarılı Girişimcisi Odülü'nün verildiği yarışmada yedi kişilik jürinin başkanlığını yapmıştır. Ayrıca, Boyner, Fortune Dergisi tarafından 2007 yılında dünyada etkili iki Türk kadından biri olarak gösterilmiştir.

Hanzade Doğan Boyner, evli ve bir çocuk annesidir.

Mehmet Ali Yalçındağ

Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı

1964 yılında İstanbul'da doğdu. 1989'da American College London'dan üstün başarı derecesiyle mezun oldu. 1990 yılında Doğan Grubuna katılarak, Doğan Dış Ticaret'e Genel Müdür Yardımcısı olarak atandı. 1991'de Doğan Holding İcra Komitesi Üyesi, 1992'de Milliyet Gazetesi'nin Genel Müdür Yardımcısı oldu. 1994 yılında Simge Grubunun kuruluşunda görev aldı. Böylece aralarında Posta, Fanatik ve Radikal'in de bulunduğu dört yeni gazete yayın hayatına başladı. 1996 yılında Doğan Grubu bünyesindeki medya şirketlerini, Doğan Yayın Holding çatısı altında birleştirdi ve bu kuruluşun Yürütme Kurulu Başkan Yardımcılığı'na atandı. Doğan Yayın Holding'de yer alan tüm yayın kuruluşlarına hizmet edecek sinerji alanları yaratılması çalışmalarına destek verdi. Sırasıyla kurutmalı baskı tesislerinin tek çatı altında toplanması, Doğan Ofset'in, gazete baskı tesislerinin tek çatı altında birleştirilmesi, DPC'nin ve grubun tüm ticari alacaklarının yönetildiği Doğan Factoring'in kurulmasında önemli görevler üstlendi.

Doğan Haber Ajansı'nı kurarak, tüm haber departmanlarını tek bir yönetimde topladı. Çocuk kitapları konusunda Egmont Grubu, dergiler konusunda Burda Medya Grubu ve haber kanalı konusunda Time Warner ile yabancı ortaklıkların gerçekleştirilmesi çalışmalarını yürüttü. 2005 yılında Star TV'nin gruba katılmasıyla birlikte televizyon ve radyo yayıncılığı yapan tüm kuruluşların Doğan TV çatısı altında toplanması çalışmalarında bulundu.

1999'dan bu yana Doğan Yayın Holding Yürütme Kurulu Başkanı olarak görev yapmaktadır. Aynı zamanda Uluslararası Reklamcılık Derneği (IAA) Türkiye Başkanı, Türkiye Reklam Konseyi Başkanı, TÜSİAD Üyeliği, Galatasaray Spor Kulübü Üyeliği, WEF Medya Yöneticileri Üyeliği görevlerini de sürdürmektedir.

Mehmet Ali Yalçındağ evli ve iki çocuk babasıdır.

Soner Gedik

Yönetim Kurulu Üyesi

1958 yılında Eskişehir'de doğdu. Ankara Üniversitesi'nde Ekonomi ve Kamu Maliyesi eğitimi aldı. 1981'de girdiği sınavı başarıyla vererek Maliye Bakanlığı'nın hesap uzmanlığı kadrosuna katıldı ve 1985'te sınıfında birincilikle hesap uzmanı oldu. Kamu görevlisi sıfatıyla altı yıl boyunca önde gelen özel ve resmi kuruluşları teftiş ederek mali konulardaki deneyimini pekiştirdi. Daha sonra, Grup İcra Kurulu Başkanı'na bağlı mali danışman olarak görev yapmak üzere Hürriyet Holding A.Ş. Finansman Bölümü'ne katıldı. 1989'da İcra Kurulu Başkan Yardımcılığı'na atandı. Daha sonra sırasıyla Grup Yönetim Kurulu Üyeliği'ne ve Hürriyet Holding'in Finansman Müdürlüğü'ne getirildi. Halen Doğan Yayın Holding'in tüm şirketlerinde Yönetim Kurulu üyesidir.

F. Servet Topaloğlu

Yönetim Kurulu Üyesi

1959'da İstanbul'da doğdu. Almanya'da Darmstadt Teknik Üniversitesi İşletme Mühendisliği/Makina Bölümü'nden mezun oldu. İş hayatına 1985 yılında Mercedes-Türk'te proje mühendisi olarak başlayan Servet Topaloğlu, 1987 yılında lojistik müdürü olarak göreve başladığı Siemens Türkiye organizasyonundan 1997 yılında Genel Müdür Yardımcısı olarak ayrıldı. Bu tarihten itibaren perakende sektöründe çalışmaya başlayan Topaloğlu, sırasıyla 1997–2002 yılları arasında Real Hipermarketleri'nde Kurucu İcra Kurulu Başkanlığı ve Yönetim Kurulu Üyeliği, 2002–2005 yılları arasında Tansaş İcra Kurulu Başkanlığı ve Yönetim Kurulu Başkan Yardımcılığı, 2005–2006 yılları arasında ise Carrefour'da Süpermarketlerden Sorumlu Genel Müdürlük görevlerini üstlendi.

1 Şubat 2010 tarihinden itibaren Doğan Gazetecilik İcra Kurulu Başkanlığı görevini yürütmekte olan Topaloğlu, aynı zamanda bazı perakende ve FMCG şirketlerinin Yönetim Kurulu Üyeliği ve Alışveriş Merkezleri ve Perakendeciler Derneği (AMPD) Danışma Kurulu Başkanlığı görevlerini sürdürmektedir.

Servet Topaloğlu evli ve iki çocuk babasıdır.

Tayfun Devecioğlu

Yönetim Kurulu Üyesi

1963 yılında İstanbul'da doğdu. Galatasaray Lisesi'ni ve İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Uluslararası İlişkiler Bölümü'nü bitirdi. Gazeteciliğe 1987 yılında Gelişim Yayınları'nda başladı. Söz Gazetesi, Ekonomik Panorama Dergisi, Cumhuriyet ve Milliyet'te ekonomi ve finans muhabiri olarak görev yaptı. Yeni Yüzyıl Gazetesi'nde Ekonomi Şefliği, Liberal Bakış Gazetesi'nde Genel Yayın Müdürlüğü görevlerini yürüttü.

Sabah Gazetesi Haber ve Yayın Koordinatörlüğü ve Ankara Temsilciliği görevlerinde bulunduktan sonra, Mart 2000 tarihinde Sabah Gazetesi Genel Yayın Müdürlüğü görevine getirildi.

Eylül 2002'de kurulan Vatan Gazetesi Genel Yayın Müdürlüğünü üstlendi. Ekim 2009'dan itibaren Milliyet Gazetesi Genel Yayın Yönetmeni olarak görev yapmaktadır. Mart 2010 tarihinden bu yana Doğan Gazetecilik Yönetim Kurulu üyesidir.

Zafer Mutlu

Yönetim Kurulu Üyesi

1956 yılında İzmit'te doğdu. Ankara İktisadi Ticari İlimler Akademisi Gazetecilik ve Halkla İlişkiler Yüksek Okulu'ndan mezun oldu. Gazeteciliğe parlamento muhabiri olarak 1976 yılında Vatan Gazetesi'nde başladı. Daha sonra Anka Ajansı'nda, Dünya ve Günaydın Gazetelerinde çalıştı. 1985 yılında göreve başladığı Sabah Gazetesi'nde 1986'da Genel Yayın Müdürü oldu. Sabah Gazetesi'nin, Medya Holding A.Ş. grubundaki diğer gazetelerle dergi grubunun ve 1992 yılında kurulan özel televizyon kanalı Satel A.Ş.'nin Yönetim Kurulu Başkan Vekili ve Yayın Grubu Başkanı olarak görev yaptı. 4 Eylül 2002'de yayın hayatına başlayan Vatan Gazetesi/ Bağımsız Gazeteciler Yayıncılık A.Ş. Yönetim Kurulu Başkanı olan Zafer Mutlu, Mayıs 2008'den bu yana Doğan Gazetecilik A.Ş. Yönetim Kurulu üyesidir.

Hakkı Alp Bayülken

Bağımsız Yönetim Kurulu Üyesi

1940 yılında İzmir'de doğdu. Robert Kolej'in lise bölümünü 1960'ta, İşletme bölümünü ise 1964'te başarıyla bitirdi. 1966'da Teksas Üniversitesi'nden MBA derecesiyle mezun olduktan sonra askerliğini Genelkurmay'da Otomatik Bilgi İşlem Merkezi'nde yaptı. 1968'de tekrar ABD'ye dönerek Arthur Andersen'e girdi ve 1972'de CPA oldu. 1975'te Arthur Andersen'ın Türkiye ofisini kurdu ve 1978'de Genel Müdürlük görevini üstlendi. 1980'de yeniden ABD'ye dönerek Arthur Young Şirketi'nde çalışmaya başladı ve 1983'te Arthur Young'ın Türkiye ofisini açtı. Genel Müdürlüğünü yaptığı Arthur Young, 1990'da Ernst Whinney ile birleşti. 1999 yılında 200 kişilik kadrosuyla şirketi devrederek Koç Üniversitesi'nde Financial Accounting, Managerial Accounting, Financial Statement Analysis ve Auditing dersleri vermeye başladı. Yeminli Mali Müşavir olarak Türkiye'de denetim standartlarını ve muhasebe prensiplerini hazırlayan komitelerde görev aldı; çeşitli dergilerde mesleki konularda makaleler yazdı.

İCRA KURULU

F. Servet Topaloğlu

İcra Kurulu Başkanı

(Bkz. Yönetim Kurulu)

Bilen Böke

İcra Kurulu Üyesi Mali İşler Grup Başkanı

1963 yılında Ankara'da doğdu. Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Ekonomi Bölümü'nden 1985 yılında mezun oldu. Aynı yıl Maliye Bakanlığı Hesap Uzman Yardımcılığı'na, 1988 yılında ise Hesap Uzmanlığı'na atandı. 1992-1994 yılları arasında ABD'de Fairleigh Dickinson University'de MBA eğitimini tamamladı. 1996-1997 yılları arasında Maliye Bakanlığı Avrupa Topluluğu ve Dış İlişkiler Dairesi Başkan Yardımcılığı, 1997-1998 yılları arasında ise Ulaştırma Bakanlığı Haberleşme Genel Müdür Yardımcılığı görevlerinde bulundu. 1998'de Anadolu Endüstri Holding'de Mali İşler Koordinatör Yardımcısı olarak göreve başladı. 1999-2000 yıllarında Anadolu Honda Otomobilcilik A.Ş.'de Mali İşler Müdürü olarak görev yaptı. Ekim 2000'den itibaren Doğan Gazetecilik A.Ş. Mali İşler Grup Başkanı ve İcra Kurulu Üyesi'dir.

Viktoria Habif

İcra Kurulu Üyesi Milliyet, Fanatik Reklam Grup Başkanı

Orta ve lise eğitimini Robert Kolej'de tamamladı. Strasbourg Üniversitesi Sosyal Bilimler Fakültesi Reklam Bölümü'nden mezun oldu. Tel-Aviv Üniversitesi'nde üç yıllık sinematografi eğitimini tamamladıktan sonra Türkiye'ye dönerek, Grafika Lintas reklam ajansında iş hayatına başladı. Güzel Sanatlar-Saatchi&Saatchi reklam ajansında Genel Müdür Yardımcısı ve Cenajans-Grey'de tüm müşterilerden sorumlu Başkan Yardımcısı olarak çalıştı. 1997-1999 yıllarında Sabah gazetesi Medi Grup'ta Genel Müdür olarak görev aldı. 1999 yılında Doğan Grubu'na katılarak, Simge Gazeteleri (Radikal, Posta, Fanatik, Finansal Forum) Reklam Grup Başkanı olarak görev yaptı. Halen Milliyet ve Fanatik Gazetelerinin Reklam Grup Başkanlığı'nın yanı sıra İcra Kurulu Üyeliği görevini de yürütmektedir.

Neslihan Tokcan

İcra Kurulu Üyesi, Posta, Vatan Reklam Grup Başkanı

Ankara TED Koleji'nin ardından ODTÜ İdari İlimler Fakültesi İşletme Bölümü'nden mezun oldu. İş yaşamına Arif Vidinli Mümessillik A.Ş. şirketlerinde başladı. Daha sonra Robert Kolej Orta Kısım Müdür Yardımcısı olarak görev yaptı. 1989-1973 yılları arasında Martı Gemi İşletmeciliği A.Ş.'de çalıştı. 1990'da Reklam Müdürü olarak göreve başladığı Marie Claire Dergisi'nde daha sonra Genel Yayın Yönetmeni olarak görev aldı. 1995'te Naturel Dergisi Genel Yayın Yönetmeni, 1996'da Hürriyet Dergi Grubu Reklam Bölüm Başkanı görevlerini üstlendi.1997-1999 yıllarında Reka'da, 1999-2005 yılları arasında DBR'de Genel Müdür olarak çalıştı. 2005'te DYH Dış Yatırımlar Başkan Yardımcısı oldu. Halen Posta ve Vatan Gazetesi Reklam Grup Başkanlığı görevinin yanı sıra İcra Kurulu Üyeliği görevini de sürdürmektedir.

Neslihan Tokcan, biri erkek, biri kız iki çocuk annesidir.

GENEL YAYIN YÖNETMENLERİ

Tayfun Devecioğlu

Milliyet Gazetesi Genel Yayın Yönetmeni

(Bkz. Yönetim Kurulu)

İsmail Turgut Yuvacan

Vatan Gazetesi Genel Yayın Yönetmeni

1971 yılında İstanbul'da doğdu. 1997 yılında İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi, Gazetecilik bölümünden mezun oldu. Profesyonel iş yaşantısına 1992'de Sabah Gazetesi'nde ekonomi muhabiri olarak başlayan Yuvacan, izleyen yıllarda aynı gazetede yazı işleri editörü, Yeni Binyıl Gazetesi'nde yazı işleri müdürü, Vatan Gazetesi'nde yazı işleri editörü ve genel yayın yönetmeni yardımcısı olarak çalıştı. 2009 yılından bu yana Vatan Gazetesi Genel Yayın Yönetmeni olarak gören yapan Yuvacan, evli ve iki çocuk babasıdır.

Rıfat Ababay

Posta Gazetesi Genel Yayın Yönetmeni

1957 yılında Balıkesir'de doğdu. İlköğretimini Balıkesir'de tamamladıktan sonra İstanbul'da Saint Joseph Fransız Erkek Lisesi'nin orta bölümüne devam etti. Lise öğrenimini Fransız Saint Michel Lisesi'nde tamamladı. Uludağ Üniversitesi Turizm ve Otelcilik Bölümü'nden mezun olan Atabay, gazeteciliğe 1979 yılında başladı. Sırasıyla, Aktüel Yayıncılık, Gelişim Yayınları, Hürriyet ve Sabah'ta profesyonel gazetecilik yaşamını sürdüren Atabay, 1994 yılında Posta Gazetesi'nin kurucu ekibine katıldı. 1996 yılından bu yana Posta Genel Yayın Yönetmenliği görevini sürdüren Ababay evli ve iki çocuk babasıdır.

M. Necil Ülgen

Fanatik Gazetesi Genel Yayın Yönetmeni

1966 yılında İstanbul'da doğdu. İlk, orta ve lise öğrenimini İstanbul Şişli Terakki Lisesi'nde tamamladı. İstanbul Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi'nden mezun olduktan sonra gazeteciliğe 1991 yılında Sabah Gazetesi'nde başladı. Fotomaç gazetesi ve Sabah Gazetesi Londra temsilciğinde çalıştıktan sonra 1994 yılında kurulan Posta Gazetesi'nin spor müdürlüğünü yaptı. 1995 yılında Fanatik Gazetesi'ni çıkarttı. Radikal, Milliyet gazetelerinde spor müdürlüğü görevi yürüttü. 1996 yılından bu yana da Fanatik Gazetesi'nin Yayın Yönetmenliği'ni yapmaktadır. Necil Ülgen evli ve iki çocuk babasıdır.

DENETİM KURULU

Erem Turgut Yücel

Denetim Kurulu Üyesi

1962 yılında İstanbul'da doğdu. 1984 yılında İstanbul Üniversitesi Hukuk Fakültesi'nden mezun oldu. 1986-1989 yılları arasında Hürriyet Gazetesi Hukuk Bürosu'nda görev aldı. Türkiye Emlak Bankası'nda avukat ve yönetici olarak görev yaptığı üç yılın ardından 1993 başında tekrar Hürriyet'e döndü. 1996'da Hukuk Bürosu Müdürü, 2003'te Doğan Holding Hukuk Koordinatörü olarak atandı. 2002-2004 döneminde de İstanbul Barosu Yönetim Kurulu'nda görev aldı.

Erdem Seçkin

Denetim Kurulu Üyesi

1965 yılında Kırklareli'nde doğdu. Galatasaray Lisesi'nin ardından 1989 yılında Marmara Üniversitesi İngilizce İktisat Bölümü'nden mezun oldu. İş hayatına 1990 yılında Müşteri Temsilcisi olarak başladığı Pfizer İlaçları'ndan dört yılın sonunda Finansman Müdür Yardımcısıyken ayrıldı ve kariyerini 11 yıl boyunca Japon Tobacco International'da (JTI) sürdürdü. JTI'da sırasıyla; Finans Müdürü, Finans ve Müşteri Kredileri Müdürü, Bütçe ve Planlama Müdürü ve son olarak Finanstan sorumlu Başkan Yardımcısı (CFO) olarak görev yaptı. 2005 yılında, Mali İşler ve Hukuk'tan sorumlu Grup Başkanı ve İcra Kurulu Başkan Yardımcısı olarak Doğan TV Grubu'na katıldı.

İngilizce ve Fransızca bilen Erdem Seçkin evli ve bir çocuk babasıdır.

DOĞAN GAZETECİLİK YAYIN İLKELERİ

1. Gazeteciliğin temel amacı, edinilen bilgiyi tam olarak, gerçekleri bozmadan, abartmadan ve hiçbir baskının etkisi altında kalmadan en kısa zamanda kamuoyuna iletmeğdir.
2. Gazeteci, mesleki çalışmalarını her türlü çıkar ve nüfuz ilişkisinin dışında tutar, herhangi bir siyasi partide aktif görev almaz. a) Doğan Yayın Holding'in "ekonomi" ve "finans" konularında yayın yapan bölümlerinde çalışanlar, hisse senedi sahibi olamazlar ve borsalarda dolaylı ya da dolaysız hisse senedi alıp satamazlar.
3. Gazeteci, görevini, taşıdığı sıfatın saygınlığına gölge düşürebilecek yöntem ve tutumlarla yapmaktan uzak durur. a) DYH çalışanları, bağlı oldukları birim yöneticisinin izni olmadan üçüncü şahısların gezi davetlerini kabul edemezler ve onlarla seyahat edemezler.
4. Yayına konu edilen veya edilmesi düşünülen kişilerden veya kurumlardan, meslek etik ve geleneklerine aykırı hiçbir hediye veya ayrıcalık kabul edilemez.
5. Yayınlarda hiç kimse ırkı, cinsiyeti, sosyal düzeyi veya ilişkisi, dini inançları veya fiziki kusurları nedeniyle aşağılanamaz ve kınanamaz.
6. Düşünce, vicdan ve ifade özgürlüğünü sınırlayıcı, genel ahlak anlayışını, din duygularını, aile kurumunun temel dayanaklarını sarsıcı yayın yapılamaz.
7. Kişileri ve kuruluşları, eleştiri sınırlarının ötesinde küçük düşüren, aşağılayan veya iftira niteliği taşıyan lakap ve ifadeler kullanılamaz. a) Yazarların köşelerinde yazdıkları hakaret ve iftira niteliğindeki yazılardan kaynaklanan davalardan doğan tazminatın %20'si kendileri tarafından ödenir.
8. Suçlu olduğu yargı kararıyla belirlenemedikçe hiç kimse "suçlu" ilan edilemez.
9. Soruşturması gazetecilik olanakları içinde bulunan haberler soruşturulmaksızın ve bundan ne sonuç alındığı belirtilmeksizin ve/veya doğruluğundan emin olunmaksızın yayımlanamaz. a) Doğan Yayın Holding'e bağlı basın organlarında yanlış haber veren ve/veya yayımlayan gazeteci "ihtar"dan, "iş ilişkisinin kesilmesi"ne kadar uzanan bir yaptırımın hedefi olur.
10. İnanırdıcı, makul nedenler gösterilmedikçe kimse, yasaların suç saydığı eylemlerle itham edilemez.
11. Kişilerin özel yaşamı -ilgilinin açık veya kapalı rızası olduğu anlamına gelen yaşam şekli ve kamu çıkarlarının gerektirdiği durumlar dışında- yayınlara konu edilemez. 12. Kamu yararı olmadıkça, gizli kamera kullanmak, gizlice ses kaydı yapmak, özel mülke izinsiz girmek gibi, ilgilinin kişilik haklarına saldırı sayılabilecek yöntemlerle haber üretilemez.
13. Sanıkların, suçluların akrabaları ve yakınları, olayla ilgileri olmadıkça veya olayın doğru anlaşılması için gereği bulunmadıkça teşhir edilemez.
14. Saklı kalması kaydıyla verilen bilgiler, kamu yararı ciddi bir biçimde gerektirmedikçe yayımlanamaz.
15. Haber kaynağının -kamuoyunu yanıltmayı amaçladığı haller hariç- gizliliğine azami saygı ve titizlik gösterilir.

16. Haberlerin araştırılması, hazırlanması ve yayımlanmasında her zaman dengeli, gerçeğe bağlı ve objektif davranılması şarttır. a) Yayımlanan haberde suçlanan tarafın görüşüne yer verilir. İlgilinin yanıt vermemesi veya kendisine ulaşılamamış olma hali aynı haberde belirtilir. b) Yayımlanan alıntılarda kişinin anlaşılabilir ya da gülünç duruma düşmesine neden olacak özetleme ve değişiklik yapılmaz. Yayımlanan alıntılarda kaynak ve tarih açık olarak belirtilir. c) Bütün kamuoyu araştırmaları, araştırmayı yapan kuruluşun adı, kimin talebi ve finansmanı ile yapıldığı, tarih ve görüşülen kişi sayısı ve araştırma metodu açık olarak belirtilerek yayımlanır.

17. Şiddet ve zorbalığı özendirici veya kışkırtıcı, çocukları olumsuz yönde etkileyici, bireyler, topluluklar ve uluslararası nefret ve düşmanlığı körükleyici yayın yapmaktan kaçınılır.

18. İlan ve reklam niteliğindeki yayınların bu nitelikleri tereddüde yer bırakmayacak şekilde belirtilir.

19. Yayın tarihi için konan zaman (ambargo) kaydına uyulur.

20. Yanlış yayınlardan kaynaklanan cevap ve tekzip hakkına saygı gösterilir, gereği yapılır. Doğan Yayın Holding basın organları, hatalarını düzeltme amacına yönelik, düzenli olarak devreye giren mekanizmalar oluşturur.

2010 YILI FAALİYETLERİ MİLLİYET

Milliyet Gazetesi Genel Yayın Yönetmeni'nin Mesajı

60 yılın tanığı

“Milliyet Türkiye'nin en köklü, en değerli müesseselerinden biridir. Yayın hayatında olduğu 60 yıl boyunca Türk insanına, Türk toplumuna, bu ülkeye çok şey katmıştır. Türkiye'de pek çok kuşağın entelektüel gelişiminde Milliyet'in önemli katkısı vardır. Milliyet okumak, pek çok evde çocukların anne ve babalarından miras aldıkları bir bayrak yarışı olmuştur. Milliyet okumak her zaman bir ayrıcalıktır. Bu gazete Türkiye'ye karşı görevini her zaman yerine getirmiştir, getirmeye devam etmektedir.” Bu sözler, Milliyet'in 60'ıncı kuruluş yıldönümü anısına hazırladığımız “60 Yılın Tanığı” adlı kitaptan... Doğan Şirketler Grubu'nun kurucusu Aydın Doğan'ın yazısından...

4 cümlelik bu kısa alıntı bana göre Milliyet'in en yalın ve gerçekçi tanımı. En çarpıcısı da son cümle: **Bu gazete Türkiye'ye karşı görevini her zaman yerine getirmiştir, getirmeye devam etmektedir.**

Evet, Milliyet olarak 60 yıldır Türkiye'ye karşı olan görevimizi yerine getiriyoruz. Bu çabamız bu gazete var olduğu sürece devam edecek.

Türkiye büyük bir değişim süreci yaşıyor. Bu sürecin elbette zorlukları, beraberinde getirdiği büyük tartışmalar var.

Milliyet olarak bu süreçte bize önemli bir görev düştüğünün bilincindeyiz.

Değişim sürecinin Türkiye'nin tamamına optimum fayda sağlayabilmesi için, her görüşün temsil edildiği tartışma platformu olmak.

Bu ülkenin daha fazla refaha, daha geniş özgürlüklere, kusursuz işleyen bir demokrasiye ulaşabilmesi için toplumun her ferdinin sesini, haklı talebini toplumun diğer tüm fertlerine duyurabilmek.

Türkiye'deki değişim süreci Milliyet'i de bu dinamiğe ayak uydurmaya zorluyor. Milliyet'in temel değerlerini, anayasasını zedelemekten temkinli bir tempoda değişimi hayata geçirmeye çabalıyoruz.

“Soğuk ve kibirli” bir gazeteden, “sıcak ve samimi” bir gazeteğe dönüşüyoruz.

“Toplumun bazı kesimlerine üstten bakan” bir anlayıştan, her kesime eşit yakınlıkta duran bir çizgiye doğru ilerliyoruz.

Onyılların sadık Milliyet okurlarını rahatsız etmeden, Türkiye'nin dinamosu olan gençlere yöneliyoruz.

Siyasette, diplomaside, sporda, ekonomide, dünya haberlerinde daha zengin ve bilgilendirici içerik yaratmaya uğraşıyoruz.

Çevre sorunlarına, kültür-sanata, eğitime daha fazla ağırlık vermeye çalışıyoruz.

Tüm bu çabamızı, “mali bağımsızlığımızı” korumaya çalışarak, yani iş hayatının temel prensiplerine uygun çizgide sürdürmeye gayret ediyoruz.

Milliyet çalışanları olarak 2010'da Türkiye'ye, Türk toplumuna karşı görevimizi elimizden geldiğince yerine getirdik.

2011'de de tüm kadromuzla üzerimize düşen görevin bilincindeyiz.

Tayfun Devecioğlu

Milliyet Gazetesi

Genel Yayın Yönetmeni

Milliyet'in Temel Felsefesi

Yüksek itibar: Milliyet, temel değerlerini ürününe en iyi biçimde yansıtarak, gazeteciliğin evrensel kurallarını kusursuz yerine getirmeye gayret eder. Sunduğu bilgi güvenilirdir. Bu yaklaşımıyla toplumun en güvendiği gazetedir. **Başvuru kaynağı olmak:** Milliyet, haber kaynaklı tüm bilgiler için başvuru kaynağıdır. Fikir önderleri, iş insanları, yabancı misyonlar, politikacılar, bürokratlar, akademik çevreler, sanatçılar ve araştırmacılar Milliyet'i referans alır. **Okurun ufkunu açmak ve ilerici olmak:** Milliyet, toplumun ve bireylerin gelişimini gözetilen ilerici anlayışıyla, okurlarına yeni ufuklar açar. Milliyet, ekonomide, sanatta, politikada, sporda, kısacası yaşamın her alanında gelişmeleri en yakından izleyen, en çabuk özümseyen ve okurlarına en hızlı biçimde yansıtan gazetedir. **Okuru için vazgeçilmez olmak ve entelektüel bağlılık yaratmak:** Milliyet, her konuyu derinlemesine sunar. Elde ettiği verileri doğru kabul etmeden önce sorgular ve inceler. Analiz ve yorum yaparken sorgulayıcıdır. Haberin tüm verilerini net bir biçimde sunduktan sonra yorum yapma yetkinliğine sahiptir. Milliyet, cesaretle saldırganlığı karıştırmaz. **Her kesime eşit davranmak ve saygıyla yaklaşmak:** Milliyet, toplumun hiçbir kesimine karşı önyargılı değildir. Toplumun tüm kesimlerine ayrımcılık gözetmeden yaklaşır, dertlerine ve sevinçlerine ortak olur. Kibirli değil, samimidir. **Çağdaş değerleri savunmak:** Milliyet, demokrasi ve cumhuriyet değerlerinin ayrılmaz bir bütün oluşturduğuna inanır. Laik ve demokratik hukuk devletinden yanadır. Türkiye'nin Avrupa Birliği'ne tam üyeliğini destekler. İnsan haklarına, çevreye ve hayvan haklarına saygılıdır; bu alanlarda standartların yükselmesi için çalışır. "Temiz toplum" Milliyet için vazgeçilmez bir mücadele alanıdır.

Milliyet Deyince

“Tek amacımız var: Bize duyduğunuz güveni her sabah yeniden hak etmek.”

Doğan Medya Center’ın ön cephesine dev harflerle yazılmış olan bu cümle, 60 yılı aşkın bir süredir basın sektöründe öncü rol oynayan Milliyet’in hedefini, en açık bir biçimde ifade etmektedir. Milliyet logosunun tam altında yer alan “Basında Güven” sloganı ise bu hedefe ışık tutmaktadır.

Sorumlu yayın çizgisi ve etik değerlere verdiği önemle Milliyet, her dönem “Basında Güven” ilkesini layıkıyla Türk basınında temsil etmiştir. Yarım asırlık bir gelenek çerçevesinde yayın hayatına devam eden Gazete, kaliteli habercilikten ödün vermeksizin geniş kitlelere ulaşabilmeyi her dönem başarmıştır. Milliyet’in başarı öyküsü, bir yayın organının popülizmin kolaycılığına sapmadan da geniş kesimlere ulaşabileceğini kanıtlamaktadır.

Bugüne dek 18’i uluslararası platformda olmak üzere 250’den fazla ödül kazanan Milliyet, Türk basınındaki pek çok ilke de imza atmıştır. Türk basınında “eğitim”, “ekonomi”, “dış haberler” “mizah” ve “spor” sayfalarına yer veren ilk gazete olan Milliyet, özellikle spor gazeteciliğinde bir ekol olarak tanınmaktadır. Milliyet Spor Servisi, 1997 yılında bir ilki gerçekleştirmiş ve benimsediği temiz spor, doğru haber ve dürüst yayıncılık ilkeleriyle Türkiye’ye “Uluslararası Fair Play Ödülü”nü kazandırmıştır.

Son 20 yıl içinde dünyada gazeteciliğin kaydettiği önemli gelişmelerden birisi de Ombudsman (Okur Temsilciliği) kurumu aracılığıyla gazetelerin kamu denetimine açık hale gelmesidir. Dünyanın önde gelen gazetelerinde yerleşik hale gelen bu kurumu, Türk basınında uygulamaya sokan ilk gazete Milliyet olmuştur. Gazete, basın özgürlüğünü korumak ve üye kurumlar arasındaki işbirliğini geliştirmek amacıyla, 1958’de kurulan Dünya Gazeteler Birliği’nde de (WAN) Türkiye’yi aktif bir biçimde temsil etmektedir. Milliyet, 2004 yılında WAN’ın 57. kongresine İstanbul’da ev sahipliği yapmanın haklı gururunu taşımaktadır.

www.milliyet.com.tr her gün iki milyonu bulan tekil ziyaretçisiyle Türkiye’de en çok izlenen ve en çok güvenilen haber sitesidir.

Dünya ölçeğinde kalite standartlarıyla okurlarının güvenini yarınlara taşımayı hedefleyen Milliyet, 26 Kasım 1996 tarihinde yayın hayatına başlayan www.milliyet.com.tr ile Türkiye’de ilk düzenli web sitesini açan gazete olmuştur. Kurulduğu günden bu yana Türkiye’nin en çok ziyaret edilen haber sitesi konumunda olan milliyet.com.tr, her gün iki milyonu bulan tekil ziyaretçi tarafından takip edilmektedir.

Milliyet, referans gazetesi olma özelliğini, Milliyet Sanat, Milliyet Kitap, Milliyet Emlak gibi zengin içerikli ekleriyle de perçinlemektedir. 1972’den bu yana sanat çevrelerinin yakından izlediği Milliyet Sanat, kendi alanındaki en saygın yayın kuruluşudur. Ayrıca Milliyet’in son dönemde yayımladığı kitap eki de kültür ve edebiyat çevrelerinde büyük bir ilgi görmektedir.

Gururumuz, “Baba Beni Okula Gönder” kampanyası

Kuruluşundan bu yana önemli toplumsal sorumluluk projeleri üstlenen Milliyet, yayın hayatı boyunca, Türkiye İlköğretim Okulları Bilgi Yarışması, Yılın Sporcusu, Gazetecilik Ödülleri gibi pek çok ilke atmıştır. Geride bıraktığımız yarım yüzyıl içerisinde Milliyet’in gerçekleştirdiği en önemli sosyal sorumluluk projesi ise Anadolu’da eğitim olanağı bulamayan kız çocuklarının okulla buluşmasını sağlamak amacıyla sürdürülen Baba Beni Okula Gönder kampanyasıdır. 23 Nisan 2005’ten bu yana sürdürülen kampanya çerçevesinde, bugüne dek 34 milyon TL’nin üzerinde destek sağlanmış; bu sayede, Türkiye’nin dört bir yanında 32 kız yurdunun ve 11 köy okulunun yapımı üstlenilmiş; ayrıca 10.524 kız öğrenciye eğitim bursu verilmiştir.

Okur Kalitesiyle de Öne Çıkan Bir Gazete...

Türkiye’de yayımlanan bütün gazetelerin bağımsız bir araştırma şirketi tarafından ölçümlendiği ve ortak birim datası yaratılması açısından çok büyük önem taşıyan Türkiye Basın Okurluk Araştırması’nın Aralık 2009-Kasım 2010 dönem sonuçlarına göre, Milliyet okurlarının %56’sı üst sosyal sınıf olarak kabul edilen ve toplumda öncü konumunda bulunan AB grubuna mensuptur. Yüksek tüketim gücüne sahip ABC1 sosyal sınıfa mensup Milliyet okur oranı ise %83’tür. Bu oran, ulusal gazeteler arasındaki en yüksek okur oranıdır.

Türkiye geneliyle kıyaslandığında Milliyet okuru, ağırlıklı olarak eğitilmiş kişilerden oluşmaktadır. Ulusal gazeteler arasında en eğitilmiş okur kitlesine sahip gazete olan Milliyet’in okurlarının %73’ü en az lise diplomasına sahiptir. Gazete’nin okurları arasında üniversite ve üstü eğitim derecelerine sahip kişilerin oranı ise %42 düzeyindedir. Milliyet okur profilini farklı kılan bir diğer özellik ise okurların önemli bir kısmının genç yetişkinlerden oluşmasıdır. Milliyet okurlarının %70’i 21-54 yaş grubu aralığındadır.

Türkiye’nin genel okur kitlesinin bir yansıması olarak Milliyet’in okur profilinde erkekler önemli bir ağırlığa sahiptir. Bununla birlikte, okurlarının %31’i kadınlardan oluşan Milliyet, Türkiye’de en fazla kadın okura sahip ikinci gazete olarak öne çıkmaktadır.

Milliyet’in günlük yaşam biçimi gazetesi CADDE, her gün 720 bin, Milliyet Cumartesi her hafta 1 milyon 79 bin, Milliyet Pazar ise her pazar 1 milyon 67 bin okuyucusuyla buluşmaktadır. Hafta sonu ekleri ve CADDE okuyucularının cinsiyete göre dağılımı da tam bir eşitlik içermektedir.

Ekler

Milliyet Cadde Haftanın yedi günü yayımlanan CADDE, magazin ağırlıklı haberlerin yanında kültür sanat, dünya haberleri, ikişer sayfa sağlık ve televizyon içeriğiyle ön plana çıkmaktadır. Milliyet'in "ikinci gazetesi" konumunda olan ek, Türk basın sektörüne yeni bir soluk getirmiştir.

CADDE, kent hayatının ve popüler kültürün nabzını Mehveş Evin, Ali Eyüboğlu, Vedat Milor, Çağdaş Ertuna, Cem Dizdar, Vedat Özdemiroğlu, Sina Koloğlu, PuCCa gibi yazarlarıyla tutmakta; gündem yaratan özel haberleriyle fark yaratmaktadır. Dünyanın en iyi sinema eleştirmenleri arasında gösterilen Chicago Sun-Times yazarı Roger Ebert, CADDE'de kalem aldığı yazılarla sinema alanında Türk basını için bir rehber işlevi görmektedir. Teknoloji konusunda da iddialı olan CADDE, en yeni gelişmeleri, hayat kolaylaştıran en son gereçleri günlük birinci gazetelerden bile önce okuyucularına aktarmaktadır.

CADDE, Dilara Koçak, Hasan İnel, Başak Demiriz, Eser Alptekin gibi önemli uzmanları ve her gün yer verdiği iki sağlık sayfasıyla sağlık ve iyi yaşam konusunda da iddialı bir konumdadır. Her gün iki yazı dizisine yer veren CADDE, kariyer seçimlerinden cinsel yaşama uzanan geniş bir yelpazede, dünyanın en iyi bilgi kaynaklarını okurlarıyla paylaşmaktadır. Cadde 34 adlı dört sayfalık bir İstanbul kent rehberine de yer veren ek, İstanbulluların günlük yaşamı için vazgeçilmez bir kaynak konumundadır.

Milliyet Cumartesi-Milliyet Pazar

Milliyet Gazetesi'nin hafta sonu ekleri olan Milliyet Cumartesi ve Milliyet Pazar, moda haberlerinden kişisel bakıma, mekân tanıtımlarından edebiyat ve sanat haberlerine, değerli yazarların yorumlarından güncel röportajlara ve başarı öykülerine dek çok geniş bir içerik sunmaktadır. Deniz Alphan ve ekibi tarafından hazırlanan Milliyet Cumartesi ve Milliyet Pazar, yüksek eğitilmiş, üst sosyoekonomik düzeye sahip bir okur profiline sahiptir. Okur cinsiyetine göre dağılımda da eşitlik gösteren ekler, cumartesi 1 milyon 79 bin, pazar günü ise 1 milyon 67 bin okurla buluşmaktadır.

Milliyet Emlak

Her cuma İstanbul'da Milliyet'le birlikte ücretsiz yayımlanan Milliyet Emlak, dünyada ev ve ev yaşamı trendleri, yeni yaşam alanları, emlak fiyatları, ödeme tabloları, ulaşım imkânları gibi konuların yanı sıra emlak yatırım danışmanlarının değerlendirmeleri ve önerilerini de kapsayan geniş bir içeriği okuyucularla buluşturmaktadır. Ek, alanında rakip gazetelerin eklerine esin veren rehber bir yayın konumundadır.

Milliyet Televizyon

Her Cumartesi, ücretsiz olarak Milliyet okuyucularıyla buluşan Milliyet Televizyon, doyurucu ve tarafsız bir televizyon eki olarak sektörde önemli bir boşluğu doldurmaktadır.

Tüm TV programlarının derinlemesine incelendiği ekte, rating bilgileri de okurlara sunulmaktadır. Öte yandan, düzeyli magazin anlayışıyla Milliyet Televizyon, Türk basınında bu alanda çitayı yükselten bir yayındır.

Milliyet Sanat

Aylık bir kültür-sanat dergisi olarak 1972 yılından bu yana aralıksız olarak yayın hayatına devam eden Milliyet Sanat, nitelikli içeriği ve sadık okur kitlesiyle kültür-sanat yayıncılığının en önemli markalarından biri konumundadır. Sanat çevrelerinin yakından izlediği Milliyet Sanat, Türkiye'deki sanat bilincinin gelişmesinde ve genç kuşaklara sanatı benimsemesinde öncü bir rol oynamaya önümüzdeki dönemde de devam edecektir.

ÖSS Pozitif - SBS Pozitif

Türk basınında eğitimin öncüsü sayılan Milliyet, üniversite sınavına hazırlanan öğrenciler için her perşembe günü ücretsiz bir ek hazırlamaktadır. Uzman bir kadro tarafından hazırlanan ÖSS Pozitif'te deneme sınavları, soruların çözümlü yanıtları ve branş öğretmenlerinden taktikler yer almaktadır. Öğrencilerin basındaki en güçlü destekçisi olan Milliyet, seviye belirleme sınavına hazırlanan öğrenciler için de her çarşamba SBS Pozitif ekini yayımlamaktadır. Uzman bir kadro tarafından hazırlanan SBS Pozitif, öğrencilerin sınav deneyimlerini artırmak için her sayısında bir deneme sınavı vermektedir.

Bulmaca

Her cumartesi ve pazar Milliyet gazetesiyle birlikte okurlarıyla buluşan Bulmaca ekinde, hem ustalar hem de acemiler için hazırlanan çeşitli bulmacaların yanı sıra tüm dünyayı kasıp kavuran Sudoku da büyük ilgi görmektedir.

Milliyet Otomobil

Her dönem gazete okurları arasında önemli, bir ağırlığa sahip olan otomobil tutkunları için hazırlanan Milliyet Otomobil, her ayın son salı günü Milliyet'le birlikte ücretsiz olarak dağıtılmaktadır. Levent Köprülü yönetiminde hazırlanan Milliyet Otomobil'de otomobil dünyasıyla ilgili her tür gelişmelerin yanı sıra son modeller, test sürüşleri, kampanyalar, öneriler, motor sporları, ileri sürüş teknikleri, yeni teknolojiler, gezi sayfaları ve motosiklet dünyasından haberler yer almaktadır.

Milliyet Kitap

Kültür sanat ve okuma tutkunlarının ilgiyle izlediği ve elinden düşürmediği Milliyet Kitap, zengin içeriğiyle, her ay Milliyet okurlarıyla buluşmaktadır.

Sosyal Etkinlikler

Cannes Lions Uluslararası Yaratıcılık ve Eurobest Avrupa Reklam Festivalleri Türkiye Temsilciliği

Milliyet Gazetesi, 2002 yılından bu yana Türkiye temsilcisi olduğu Cannes Lions Uluslararası Yaratıcılık Festivali ve Eurobest Avrupa Reklam Festivali ile Türk reklamcılığı ve Türkiye'nin tanıtmanı üstlenmektedir.

Dünyanın alanında en önemli zirvesi olan **Cannes Lions Uluslararası Yaratıcılık Festivali**, iletişimin her türünde yaratıcılığın tartışıldığı ve gelişmelerin 50'den fazla seminerlerle ortaya konduğu, 90 ülkeden 10 bin kadar profesyonelin katıldığı küresel bir buluşmadır. Sonuçları her yıl dünya reklamcıları tarafından merakla beklenen festivalde, film, basın, açık hava, radyo, internet, medya, doğrudan pazarlama, promosyon & aktivasyon, tasarım, halkla ilişkiler, film craft, titanyum & entegre ve yaratıcı etkinlik dallarında yarışan çalışmalar ödüllendirmektedir.

Milliyet Gazetesi her yıl festivalin Türkiye'de ve Türkiye'nin de Cannes Lions'ta tanıtımını gerçekleştirmek üzere bir dizi etkinlik gerçekleştirmektedir. Türkiye'de düzenlenen etkinlikler arasında iletişim ve reklam sektörünün genç beyinlerine yönelik "Genç Aslanlar" ve "Genç Pazarlamacılar" yarışmaları, Milliyet Basın İlanları Yarışması, Cannes Lions Ödüllü İşler Sergisi ve Paylaşım Toplantıları bulunmaktadır. Milliyet, 2005 yılından bu yana her yıl festivalin en işlek noktasında kurduğu stand ile Türkiye'yi dünyanın en saygın iletişim ve reklam profesyonellerine tanıtmaktadır. Milliyet tarafından festivale özel hazırlanan bir gazete de festivale katılan delegelere bu stand aracılığıyla ücretsiz olarak dağıtılmaktadır.

20-26 Haziran 2010 tarihleri arasında 57'ncisi gerçekleştirilen Cannes Lions'ta basın ve açık hava dallarında iki jüriyle temsil edilen Türkiye, dünyanın en saygın ödülleri için yarışan 24 bin 232 çalışma arasından 41 işle finale kalıp, biri Altın olmak üzere toplamda sekiz Aslan kazanmıştır. Türk reklam profesyonelleri tarafından yoğun bir ilgiyle takip edilen festivalde Türkiye, 420 iş ve 100'ün üzerinde delege aracılığıyla temsil edilmiştir.

İlk kez bir reklam yarışması olarak 1988'de düzenlenen ve üç yıl önce festivale dönüştürülen **Eurobest Avrupa Reklam Festivali**'nde Avrupa ve dünya reklamcılığı her yönüyle ve tüm derinliğiyle tartışılmaktadır. Her yıl Avrupa'nı farklı bir kentinde gerçekleştirilen festival, 800'ü aşkın reklamcı, iletişim ve pazarlama profesyoneli 6-8 Aralık 2010 tarihleri arasında Hamburg'da ağırlamıştır.

Basın, açık hava, film, radyo, doğrudan pazarlama, satış promosyonu, medya, internet, tasarım, entegre, mobil, ve basın ile film craft olmak üzere 14 kategoride 37 ülkeden 4 bin 339 çalışmanın yarıştığı 2010 Eurobest'te Türkiye 146 iş ile temsil edilmiştir.

İki Türk jürinin görev aldığı festivalde, Türkiye'den finale kalan 26 çalışmadan üçü ödül almış ve Türk reklamcılığının uluslararası saygınlığını daha da artmıştır.

Türk reklam sektörünün Avrupa'ya entegrasyonunda gençlerin önemli bir rol üstleneceğine inanan Milliyet, reklam yaratıcılığında Türkiye'yi Avrupa'nın sayılı ülkelerinden biri haline getirmek amacıyla. Bu doğrultuda, Eurobest temsilcisi olduğu 2002 yılından bu yana sektördeki genç beyinlerin bu festivale katılımını teşvik etmekte ve sektörün geleceğine yatırım yapılması konusundaki çalışmalarını sürdürmektedir.

Etkinlikler

Türkiye’de Yılın Girişimcisi Yarışması

Yaratıcılığı ve çalışkanlığıyla iş dünyasında başarılar imza atan girişimcileri ödüllendirmek amacıyla 1986 yılından bu yana düzenlenen Ernst&Young Yılın Girişimcisi Ödülü/ Ernst&Young Entrepreneur of the Year “Dünyanın ilk ve tek en kapsamlı iş dünyası ödül programı” olma özelliğini taşımaktadır. Yarışmanın Türkiye ayağı ilk kez 2004 yılında, Milliyet ve Ernst&Young Türkiye işbirliğiyle hayata geçirilmiştir.

Milliyet ve Ernst&Young Türkiye işbirliğiyle yedincisi 2010’da düzenlenen Yılın Girişimcisi Yarışması’nın amacı; Türkiye’nin başarılı girişimcilerine kamuoyunun dikkatini çekerek, yarının genç girişimcilerine örnek olmalarını desteklemek ve girişimcilik ruhunu canlandırarak iş dünyasında sahip oldukları rollerle öne çıkan kişileri, başarılarından dolayı ödüllendirmektir.

Yarışma, katılımcıların temsil ettiği firmalara, dünya çapında iş bağlantıları kurması, firmanın gelişim ve büyümesinin tescillenmesi, çalışan motivasyonunu artırması, pazardaki diğer firmalara örnek oluşturması gibi sayısız imkanlar sunmaktadır.

Yarışmanın Türk ayağında birinci seçilen Can Çelebioğlu ve Canan Çelebioğlu (Çelebioğlu Holding), Monte Carlo’da düzenlenen Dünya Yılın Girişimci Yarışması’nda 2010’da Türkiye’yi temsil etmişlerdir.

Milliyet Kuruluş Yıldönümü

3 Mayıs 1950’de kurulan Milliyet Gazetesi, her yıl olduğu gibi 2010’da da 60. kuruluş yıldönümünü Mayıs ayı içinde kutlamıştır. Abdi İpekçi ve Örsan Öymen Ödül Töreni’nin de yapıldığı bir kokteylde çalışanlara, 55-45-35-30-25-20 ve 10. kıdem yılı ödülleri verilmiştir.

Abdi İpekçi Gazetecilik Ödülü

“Basında Güven” ilkesinin sorumluluğunu yıllardır büyük bir gururla taşıyan Milliyet, yarım yüzyıllık bu taahhüdünün bir ifadesi olarak her yıl “Abdi İpekçi Gazetecilik Ödülü”nü vermektedir. Toplumsal sorumluluğun bilincinde, etik değerlere bağlı ve kendini mesleğine adanmış gazetecilere verilen ödüle 2010 yılında, “Hrant Dink Cinayeti Dosyası” haberleriyle Nedim Şener, ,fotoğraf dalında ise Hürriyet Daily News Gazetesi’nde yayımlanan “İpekçi’de Göz Yaşartan Direniş” konulu fotoğrafıyla Selahattin Sönmez layık görülmüştür.

Örsan Öymen Ödülü

Milliyet, duayen gazeteci Örsan Öymen anısına her yıl bilim, sanat, kültür, iletişim, tarih ve siyaset alanlarında değer yaratan bir kişiye İnceleme Ödülü vermektedir. 2010'da Yılın İnceleme Ödülü'nün sahibi Türkiye'de kadınlara yönelik şiddet ve ayrımcılık ile ilgili yaptığı çalışma nedeniyle Aile Mahkemesi Hakimi Eray Karınca olmuştur. Örsan Öymen İnceleme Ödülü, 2011'de Çocuklara Karşı İşlenen Suçlar teması çerçevesinde verilecektir.

Haldun Taner Öykü Ödülü

Edebiyata verdiği önemle her dönem kamuoyunda takdir toplayan Milliyet, Haldun Taner Öykü Ödülü aracılığıyla ülkemizde edebiyat alanında yeni değerlerin ortaya çıkması öncülük etmektedir. Cumhuriyet döneminin önde gelen oyun yazarı ve öykücülerinden Haldun Taner'in anısına 2010 yılında 24. kez verilen ödüle, "Bir de Baktım Yoksun" adlı öykü kitabıyla Yekta Kopan layık görülmüştür. Pera Müzesi'nde düzenlenen ödül törenine edebiyat dünyasının tanınmış simaları katılmıştır.

Yılın Sporcusu Ödülleri

Türkiye'nin en eski anketlerinden biri olan Yılın Sporcusu anketi 57 yıldır düzenlenmektedir. Milliyet okurlarının katıldığı anket sonucu, her yıl dokuz kategoride seçilen sporculara, Yılın Sporcusu Ödülleri törenle verilmektedir. 57. Yılın Sporcusu Anketi'nde Milliyet okurları kürsünün zirvesine Avrupa Atletizm Şampiyonası'nda altın madalya kazanan **Nevin Yanıt'ı** çıkarmıştır.

POSTA

Posta Gazetesi Genel Yayın Yönetmeni'nin Mesajı

23 Ocak 1995'te yayın hayatına başlayan Posta, Türkiye'de ilk kez kendine özgü, yeni bir okur kitlesi oluşturmuş ve yepyeni bir pazar yaratmıştır.

İnsan unsuruna geniş yer veren iyimser yayın anlayışıyla Türkiye'nin hem kentsel, hem de kırsal kesimine seslenen Posta'nın kadın ve erkek okuyucu kitlelerinin oranı eşittir. Posta, genç okurun da gözde gazetesidir. Gazetenin okurları orta ve yüksek gelir grubuna dahil kişilerdir.

Günlük ortalama 500 bine yaklaşan net satışı ile Türkiye'nin bayi satışları en yüksek gazetesi olan Posta'nın ekleri; Cumartesi Postası, Pazar Postası, Posta Ankara, Posta Ege, Posta Akdeniz, Posta Çukurova, Posta Eskişehir, Posta Bursa, Posta Anadolu ve Maxi Bulmaca büyük beğeni toplamaktadır.

Posta, son yıllardaki istikrarlı yükselişini sürdürerek 2003 yılı sonunda Türkiye'nin en çok satan ve en çok okunan gazetesi olarak sektörde liderliğe ulaşmıştır. Posta "Türkiye'nin En Çok Satan Gazetesi" olma özelliğini yedi yıldır koruyor.

Posta, reklam konusunda da büyük bir hızla büyümektedir. 2010 yılında reklam gelirlerini bir önceki seneye göre %22 oranında geliştiren Posta, gazete reklam pastasındaki payını da artırmaya devam etmiştir.

Posta Gazetesi, 2010 yılında bölge yatırımlarını Gaziantep, Eskişehir, Kayseri ve Edirne bürolarını açarak sürdürmeye devam etmiş ve bölge reklam gelirlerinde %21 ciro artışı kaydetmiştir.

Sonuç olarak Posta Gazetesi, 2010 yılında reklam gelirlerinde ilk üç gazete içindeki yerini perçinlemiştir.

Posta, gelecek yıllarda da haber sayısı, kolay okunan tarzı ve ekonomik maliyetiyle ülkedeki bir numaralı gazete olmayı sürdürecektir.

Rıfat Ababay

Posta Gazetesi Genel Yayın Yönetmeni

Posta'nın Temel Felsefesi

1. İçeriğiyle, biçimiyle her gün aynı tarzda bir gazete yapar. Okuyucuyu ŐaŐırtmaz.
2. Halk gibi dŐnr. DŐndgn halkın diliyle, karmaşık tanımlamalara girmeden özetleyerek yazar.
3. Haberleri ustaca özetleyip verdiği için daha fazla haber sunar. Prensibi: "Bir tek Posta okumak yeter"dir.
4. Ktmsen olmamaya gayret gösterir. Türkiye'de sevindirici bir Şey yaŐandığı zaman da bunun gururunu halkla paylaŐır.
5. Halkı yanıltmaz, kandırmaz. Hata yaparsa ertesini gün bunu mutlaka düzeltir.
6. Köşe yazarları, zgr bir biçimde görüşlerini dile getirir.

Posta Deyince

Yayın hayatına 1995 yılında başlayan Posta, yenilikçi ve özgün habercilik anlayışıyla kısa zamanda Türkiye'nin en çok tercih edilen gazeteleri arasındaki yerini almıştır.

Posta, 2010 yılında üstün performansını ve sektördeki en yüksek bayi satışına sahip gazete olma özelliğini açık arayla devam ettirmiştir. Basın İzleyici Araştırma Kurulu (BİAK) tarafından koordine edilen Türkiye Basın Okurluk Araştırması Aralık 2009-Kasım 2010 dönem sonuçlarına göre Posta, 2.825.000 günlük erişimiyle Türkiye'nin en yüksek okur kitlesine sahip gazetesidir. Posta'nın eriştiği bu başarı, en yakın rakibiyle arasında bulunan 695 bin okur farkı dikkate alındığında daha iyi anlaşılmaktadır. Araştırmanın ortaya koyduğu bir diğer çarpıcı nokta ise, Gazete'nin hem kadın hem de erkek okura erişiminde liderliği elinde bulundurmasıdır. Bu bağlamda, Posta, 1 milyon 814 bin okur ile ABC1 sosyal gruba erişimde birinci, 788 bin okur ile AB grubunda ise en yüksek erişimli ikinci gazetedir. Net okur sayısı açısından da Türkiye'nin lider gazetesi olan Posta, 2010 itibarıyla 1 milyon 181 bin net okura sahiptir. Posta'nın net okurları, gazetenin günlük erişiminin %42'sini oluşturmaktadır.

Posta, Cumartesi Postası, Pazar Postası, Posta Ege, Posta Akdeniz, Posta Çukurova, Posta Eskişehir, Posta Bursa, Posta Anadolu ve Maxi Bulmaca ekleriyle de geniş yelpazedeki okur kitlesinin beklentilerine yanıt veren bir gazetedir.

Gazete, haber içeriği, kolay okunan tarzı ve fiyat üstünlüğüyle Türkiye'nin bir numaralı gazetesi olma konumunu gelecek yıllarda da sürdürmeyi hedeflemektedir. Bu perspektifle, reklam gelirlerini 2010'da %22,2 düzeyinde artıran Posta, önümüzdeki yıl reklam pazardaki payını daha ileri noktalara taşımayı hedeflemektedir.

Ekler

Pazar Postası

Her pazar Posta Gazetesi ile birlikte ücretsiz verilen Pazar Postası, keyifli bir hafta sonu ekidir. Eğlence dünyasının nabzını tutan haberleri, gezi bilgileri ve restoran tanıtımlarıyla ek, pazar günlerine renk katmaktadır.

Cumartesi Postası

Kadın gözüyle hayata bakan Cumartesi Postası, her cumartesi Posta Gazetesi ile birlikte ücretsiz verilmektedir. Yeni ürünler, özel röportajlar, moda, dekorasyon, lezzet, anne-çocuk ve güzellik gibi konular Cumartesi Postası'nda öne çıkan konulardır.

Maxi Bulmaca

Her gün Posta ile ücretsiz olarak dağıtılan Maxi Bulmaca eki, bulmaca meraklılarının büyük ilgisini çekmektedir.

Posta Çukurova-GAP

Posta Gazetesi ile pazar günleri dağıtılan Posta Çukurova-GAP, bölgenin gerçek anlamdaki tek "hafta sonu gazetesi"dir. Posta Çukurova; gezi, yemek gibi konularda alternatif oluşturacak önerilerin yanı sıra bölge haberleri ve her hafta değişik bir ismi konuk ettiği röportajlarıyla okurlara keyifli bir hafta sonu yaşatmaktadır.

Posta Akdeniz

Başta turizm olmak üzere, Akdeniz Bölgesi'nde eğlence, magazin ve sosyal yaşamın nabzını tutan Posta Akdeniz, Posta Gazetesi'nin ücretsiz eki olarak pazar günleri yayımlanmaktadır. Sağlıktan yeme-içmeye, modadan eğlence yaşamına dek hafta sonuna keyif katacak köşeleri bulunan Posta Akdeniz, röportaj sayfasında da bölgeyi ilgilendiren konu ve konuklara yer vermektedir.

Posta Ege

Posta ile birlikte her gün okurlarıyla buluşan Posta Ege, tiraj raporlarına göre, hem bölgede, hem de İzmir metropolünde açık farkla liderliğini sürdürmektedir. Ege Bölgesi ve İzmir'de yer alan yeni yatırımlar, yeni projeler Posta Ege aracılığıyla okurlara duyurulurken, çarşıdan, vitrinlerden haberlerle alışverişe yön verilmektedir.

Basın İzleme Araştırma Kurulu verilerine göre, bölgenin en çok okunan gazetesi olan Posta Ege, okuyucusuna, yaşadığı kentte politikadan günlük hayata, sanattan spora dek değişik alternatifler sunarak, her alanda bilgilenmesini sağlamaktadır.

Posta Eskişehir

Anadolu'nun parlayan yıldızı Eskişehir'de her cumartesi günü Posta Gazetesi ile birlikte okuyucularına ulaşan Posta Eskişehir, kentte yaşayan herkesi ilgilendiren konulara yer vermektedir. Tüm hafta yaşanan olayları kendi süzgecinden geçirerek mercek altına alan Posta Eskişehir, sanatsal ve kültürel etkinliklere de sayfalarında yer vermektedir.

Posta Bursa

Tarihi ve doğal güzellikleri ile turizmin göz bebeği olan Bursa'da, Posta, Cumartesi ve Pazar günleri Posta Bursa ekiyle birlikte sunulmaktadır. Geçmiş dönemlerde yalnızca Cumartesi günleri okurları ile buluşan Posta Bursa, daha da zenginleştirilmiş içeriği ile hem cumartesi hem de pazar günleri Posta ile birlikte ücretsiz olarak okuyuculara sunulmaktadır. Posta Bursa, sağlıktan kentsel yatırımlara, sanattan aktüaliteye kadar her türlü konuda okuyucularına bilgi sunmaktadır.

Posta Anadolu

Posta Gazetesi'nin ücretsiz eki olarak her hafta pazar günü İç Anadolu Bölgesi'ne ulaşan Posta Anadolu, siyasetten turizme ve hafta boyunca yaşanan gelişmelere kadar her türlü konuda okuyucusunu bilgilendirmektedir. Köşe yazıları ve haftanın olaylarına yorum getiren yazarları ile Posta Anadolu, okuyucusuna yaşadığı kentten haberler vermektedir.

Etkinlikler

Posta Bاندosu

Posta Gazetesi, 2006 yılında kurduğu ve profesyonel müzisyenlerden oluşan Posta Bاندosu'yla okurunun ayağına kadar giderek çeşitli etkinlikler düzenlemektedir. Bu kapsamda, yaz aylarında Çeşme, Bodrum, Kuşadası, Altınoluk, Ayvalık'ta konserler düzenlenmiştir.

Perakende Günleri

2010 yılında onuncu kez düzenlenen Perakende Günleri'nin ana basın sponsorluğunu sekiz yıldan bu yana Posta gazetesi üstlenmektedir. Etkinliğe verdiği bu destekle "perakendenin gazetesi" olarak nitelendirilen ve böylece perakende sektöründe önemli bir yer edinen Posta, yaklaşık 3.000 kişinin ziyaret ettiği bu önemli organizasyonda kurduğu stant ve etkinlikleriyle dikkat çekmektedir.

Markalar Arası Tartışma Yarışması (Tay) Sponsorluğu

Perakendenin gazetesi Posta'nın ana sponsorluğunda gerçekleşen TAY, satış danışmanlarının moralini yükseltip yeni bir heyecan dalgası yaratarak kişisel gelişim ve motivasyonlarına katkıda bulunmaktadır.

	Posta'nın Yıllık Satış Ortalaması (Adet) (2000-2010)*	Posta'nın Pazar Payı (%) (2000-2010)*
2001	389.264	10,48
2002	406.507	11,15
2003	441.103	11,42
2004	535.208	11,83
2005	641.420	12,82
2006	635.444	12,38
2007	634.833	12,29
2008	632.714	12,47
2009	542.738	11,50
2010	494.909	10,72

*Basın İlan Kurumu verilerine göre

Posta'nın Büyükşehirlerdeki Satış Ortalamaları (Taşra Hariç)

	<u>2008</u>	<u>2009</u>	<u>2010</u>
Ankara Büyükşehir	46.511	38.761	34.496
İstanbul Büyükşehir	186.171	161.521	145.483
İzmir Büyükşehir	51.877	45.422	41.717

VATAN

Vatan Gazetesi Genel Yayın Yönetmeni'nin Mesajı

İsrail'le koltuk krizi, Balyoz darbe planı, CHP'de Baykal depremi, Mavi Marmara baskını, 12 Eylül referandumu, üniversitelerde türban yasağının Ekim itibarı ile 'fiilen' kalkması, maden faciası... Ve yılın sonuna doğru hem Türkiye'yi hem de dünyayı sarsan WikiLeaks belgeleri...

Türkiye 2010'u işte bu yoğun gündemle geride bırakırken, Vatan gazetecilik çizgisini bir adım daha ileri taşımayı başardı.

Türkiye'nin basın Oscar'ı olarak nitelendirilen Türkiye Gazeteciler Cemiyeti'nin 2010 Sedat Simavi Ödül'ü, 9 yılda 5'inci kez Vatan'ın oldu. Ekonomi muhabirimiz Kerim Ülker, eski Orman Bakanı Osman Pepe'nin 'orman katliamı'nı konu alan haberiyle, yılın gazetecilik ödülünü aldı.

Vatan, 2010'da yine çok ses getiren haber, yazı dizisi ve röportajlara imza attı. Çoğu zaman önce Vatan okuru öğrendi, sonra Türk kamuoyu.

Dünya ve Türkiye 2010'da krizin yaralarını büyük oranda sardı, uzman ekonomi yazarları ve muhabirlerimizle bu süreci okurlarımıza ayrıntılı olarak yansıttık.

Vatan, Türkiye'nin en genç spor gazetecilerini çatısı altında bulunduruyor. 'Taraftar olmadan' sadece gazetecilik yapan spor ekibimiz, 2010'da da spor camiasının her sabah ilk baktığı sayfaları hazırladı.

Yaşam kültürü ağırlıklı eklerimizde, hafta içinde gerçekleşen önemli olayların aktörleriyle yaptığımız röportajlar büyük fark yarattı.

Vatan'ı rakiplerinden ayıran en güçlü özelliklerinden biri de yazar kadrosu. Günlük mesaisinin tamamını gazetede köşe yazısı için harcayan yazar kadromuz, bu alandaki üstünlüğümüzü daha da ileri götürdü.

Vatan, tüm güç odaklarına eşit mesafede durup, gerektiğinde çekinmeden üzerine giden, toplumun her kesiminin sesini duyurmaya gayret eden yayın çizgisi ve güçlü yazar kadrosuyla, Türk basınının en güçlü temsilcilerinden biri olmayı sürdürecektir.

İsmail Turgut Yuvacan

Vatan Gazetesi Genel Yayın Yönetmeni

Vatan'ın Temel Felsefesi

1. Demokrasi ve cumhuriyet ilkelerine bağlı, insan haklarına saygılı, Türkiye'nin Avrupa Birliği'ne tam üyelik hedefini destekleyen yayın anlayışını sürdürecek, basın meslek ilkelerine bağlı kalacaktır.
2. Kuruluş ilkelerinden asla vazgeçmeyerek "Halktan kopmadan, kimseden korkmadan" prensibiyle yayın çizgisini sürdürecektir.
3. Önümüzdeki dönemde uzman muhabirlik kurumunu geliştirip, editoryal kadrolarının eğitimine ağırlık vererek içerik ve kalitesini geliştirmeyi hedeflemektedir.
4. Dijital ağın getirdiği yeni iş alanları ve fırsatları değerlendirerek, gazetevatan.com haber portalının gelişimine ağırlık verecektir.
5. Dünyadaki yeni yazı işleri çalışma prensipleri uyarınca gazete ve portalın içerik sağlayıcı kadrolarının entegrasyonu yönündeki çalışmalarını hızlandıracaktır.
6. Okurunun eğitim ve kültür alanında önemli eserlere kavuşması amacıyla, her ailenin kütüphanesinde bulunması gereken temel sağlık eserlerini okurla buluşturmayı hedeflemektedir.
7. Okur profilinde AB SES Grubu oranı en yüksek  gazeteden biri olan Vatan, Türkiye'nin dinamik ge nüfusuna, özellikle ge yetişkinlere ve kadınlara yönelik yayınlara ağırlık verecektir.
8. Otomotiv, gayrimenkul, turizm gibi sektörel periyodik eklerin yayın sıklığını artırıp, kalitesini yükselterek, hem ilgili sektör oyuncularının ufkunu genişletmeye hem de okurlarına en uygun yatırım ve tüketim fırsatları sunmaya devam edecektir.

Vatan Deyince

Türkiye Basın Okurluk Araştırması Aralık 2009-Kasım 2010 dönem sonuçlarına göre, Vatan okurları, gazetelerini haftanın 6-7 günü düzenli olarak takip etmektedir. Okunmaya ayrılan süre açısından değerlendirildiğinde Vatan, Hürriyet'ten daha az sayfa sayısına sahip olmasına rağmen, 40 dakika ile Hürriyet düzeyinde okunma oranına sahiptir. Sabah Gazetesi'nden ise 8 dakika daha fazla okunma oranına sahiptir. Vatan'ın okur profili ağırlıklı olarak genç yetişkin okur kitlesinden oluşmaktadır. Vatan okurlarının %65'i 21-54 yaş aralığında yer almakta, %66'sı ise en az lise diplomasına sahiptir Üniversite ya da daha yüksek eğitimi okur oranı ise %42 düzeyindedir. Sosyo-ekonomik statü açısından değerlendirildiğinde Vatan okurlarının %80'i üst ve orta sosyal sınıfa mensuptur. Bu bağlamda, Vatan, ulusal gazeteler arasında %55 oranıyla en yüksek AB grubu okura sahip üçüncü gazete konumundadır. Okurlarının %31'i kadınlardan oluşan Gazete, ulusal gazeteler arasında en yüksek kadın okur oranına sahip gazetelerden biri konumundadır.

Kısa sayılabilecek bir geçmişi olmasına karşın Vatan, büyük yolsuzlukların ortaya çıkarılmasını sağlayan, tabuları tartışmaya açan, tüm güç odaklarına eşit mesafede durup, gerektiğinde çekinmeden üzerine giden, toplumun her kesiminin sesini duyurmaya gayret eden yayın çizgisi ve çok sesli yazar kadrosuyla, Türk basınının en güçlü temsilcilerinden biri olmayı önümüzdeki dönemde de sürdürecektir.

Ekler

Bizim Kahve

Vatan'ın cumartesi eki Bizim Kahve, ağırlıklı olarak kentli, çalışan, eğitimli kadın okurları kendisine hedef kitlesi olarak seçmiştir. Dizi yıldızları ve ekranın yeni yüzleriyle röportajlar, müzik ve sinema dünyasına ilişkin güncel konuların ele alındığı ek, moda ve sanat konusunda da iddialıdır.

Cem Ceminay, haftanın panoramasını ironik bir dille kaleme alırken Vatan Kitap ekinin yönetmeni Buket Aşçı da köşesinde yazarları konuk etmektedir. Tanınmış beslenme uzmanı Yasemin Bradley'den doğru beslenme önerileri alan Bizim Kahve okuru, Ayşe Aydın'ın köşesinde ise çocuk sağlığıyla ilgili güncel konuları yakından izlemektedir. İpek Çelebioğlu Bizim Kahve'de moda yazıları kaleme alırken Esen Hünel ise popüler modern mutfaklardan yemek tarifleri vermektedir.

Pazar Vatan

Geniş bir kitleye seslenen Pazar Vatan'da Ayşe Aydın ve Elif Ergu gerek politik gerekse magazinsel röportajlarıyla bir sonraki haftaya damgasını vuran polemikler yaratmaktadır.

Güçlü bir yazar kadrosunu bünyesinde toplayan Pazar Vatan'da medyayı yakından izleyen, ekranın en başarılı habercilerinden Reha Muhtar, "Mekânlar ve İnsanlar" köşesinde haftanın mekânını, kişisini ve kadın-erkek ilişkilerini konu edinmektedir.

Türk basınının efsane isimlerinden Leyla Umar, anı-izlenim tarzı yazılarıyla Pazar Vatan'da okuruyla buluşurken, Selahattin Duman da yazılarıyla aralıklı olarak Pazar Vatan'a katkıda bulunmaktadır.

Pazar Vatan, bir ilke imza atarak Türk basınında "ilaç" köşesi başlatmıştır. İlaçlar, vitaminler ve yan etkileri konusunda önde gelen bir uzman olan Dr. Seyfullah Dağıstanlı, Pazar Vatan okurlarına "hayat kurtaran" bilgiler vermektedir.

Gurmelik, Pazar Vatan ekinin iddialı olduğu konulardan bir diğeridir. Türkiye'nin bu alanda tanınmış ismi Engin Akın, kadınlara eşsiz yemek tarifleri vermenin yanı sıra yöresel mutfakları da tanıtmaktadır. Teoman Hünel, seyahat ve içki konusunda yazarken Süha Derbent de arka sayfada keyifli yazılar kaleme almaktadır.

FANATİK

Fanatik Gazetesi Genel Yayın Yönetmeni'nin Mesajı

Sadece Fanatik yaptı

Fanatik, 'temel felsefesi'ne uygun hareket etmekte; doğru ve ilkeli spor gazeteciliği yaparken, yine bir çok ilke imza atmaktadır. 2010 yılı içinde de yaptığımız haberlerle spor kamuoyuna yön vermeye; doğruların desteklenmesine, hataların-yanlışların yok edilmesine katkı sağladık.

'İşte futbol ailesi' başlığıyla yaptığımız haber dizisinin ardından; Türkiye Futbol Federasyonu mevcut kanunlara 'ek fıkralar' koyarak önlem almış; Fanatik bir kez daha futbol dünyasına yön vermeyi başarmıştır.

Dünya futbolunun tartışmasız 1 numarası Messi ile yaptığımız röportaj, Fanatik'in sadece Türkiye'de değil, Dünya'da da prestiji açısından büyük katkı sağlamıştır. Fanatik, Messi'den önce de, en az onun kadar değerli Cristian Ronaldo ile röportaj yapmıştı.

Yukarıda saydığımız üç örneğe çok sayıda ilave yapılabilir; ancak bu gücün en net ifadesi, aşağıdaki açıklamada gizlidir.

Fanatik'in ESM'e (European Sports Media-Avrupa Spor Medyası) Türkiye'de üye olabilen tek gazete olması dikkatle üzerinde durulması gereken bir konudur. Çünkü bu kuruluşa; İngiltere, İspanya, Almanya, Hollanda, Belçika, Danimarka, Rusya, Portekiz gibi ülkelerin en önde gelen spor gazeteleri ve dergileri üyedir. Bu konuda Türkiye'yi temsil etme hakkı da, ESM'in yetkilileri tarafından Fanatik'e verilmiştir. ESM'in aradığı şartlar ise özetle şöyledir: Marka değeri, ciddiyet, ilkeli ve doğru yayıncılık, yayın politikasıyla tüm dünyada referans olabilmek...

Transfer döneminde yaptığımız isabetli ve sonuç alıcı haberler; takımlarımızın aldığı futbolcularla İstanbul'a gelmeden Avrupa'da yaptığımız röportajlar da Fanatik'in gücünü göstermiştir.

Yazılı basın haricinde görsel basında da internet dünyasında da Fanatik'in yapmış olduğu haber ve röportajların manşetten gösteriliyor veya duyuruluyor olması da 'sporun referans gazetesi' olduğumuzu bir kez daha gözler önüne sermektedir. Bir çok televizyon ve radyo programcısı; can alıcı konuların hemen tamamında gazetemizin yazar ve muhabir kadrosunun görüşlerine başvuruyor.

Hakan Şükür ve Sergen Yalçın gibi iki önemli isimle yollarımızı ayırıp maddi anlamda gazetemizi önemli ölçüde rahatlattık. Bu ayrılıkların tiraj konusunda hiç bir negatif getirisinin olmaması, ancak Fanatik'in gücüyle açıklanabilir. Muhabirlerimizin verdiği çok özel haberlerin; genç ve dinamik yazı işleri kadromuzun yaratıcı düşünceleriyle birleşmesi sonrasında; her sayfası '1.sayfa' olarak gösterilebilecek özende bir gazetenin oluşmasını sağlamaktadır.

Ülkemizde düzenlenen Üniwersiade 2011 Kış Oyunları'na hemen her gün iki tam sayfa ayırmamız; ülkemizde ilk kez yapılan Voleybol Avrupa Şampiyonlar Ligi Dörtlü Finali'nde şampiyon olan Vakıfbank'a (futbolda lig maçları devam ederken) birinci sayfamızda manşetten yer vermemiz; Ampute futbolun yanı sıra tüm engelli spor branşlarına hassasiyetle yaklaşır olmamız; Fanatik'in 'bir futbol gazetesi' değil 'bir spor gazetesi' olduğu gerçeğinin göstergesidir.

Necil Ülgen

Fanatik Gazetesi Genel Yayın Yönetmeni

Fanatik'in Temel Felsefesi

1. Spekülatif haber anlayışının dışında kalarak doğru ve ilkeli spor gazeteciliği yapmayı amaçlamaktadır.
2. Spor etiğinin ve toplumda spor bilincinin yerleşmesine yönelik çalışmalar ve yayınlar yapmayı kendine misyon edinmiştir.
3. Okurlarıyla yalnız futbol odaklı değil, tüm spor dallarına yer veren, kaliteli bir içerikle buluşur.
4. Tüm kulüplere ve spor organlarına eşit mesafededir.

Fanatik Deyince

Doğan Gazetecilik bünyesindeki tek spor gazetesi olan Fanatik, Basın İzleyici Araştırma Kurulu (BİAK) tarafından koordine edilen Türkiye Basın Okurluk Araştırması Aralık 2009- Kasım 2010 dönem sonuçlarına göre Türkiye’de en çok okunan yedinci gazete konumundadır. Ayrıca, Gazete, erkek okurlar arasında en yüksek erişime sahip altıncı gazetedir. Bu bağlamda, 923 bin erkek okur, her gün Fanatik okumaktadır. Gazete ‘nin okurlarının %60’ı 15-34 yaş grubu aralığındadır. Sosyo-ekonomik açıdan incelediğinde, Fanatik okur profilinin %60’ı yüksek tüketim gücüne sahip ABC1 sosyal sınıfa , %73’ü ise C1C2’ye mensuptur. Bu oranlar, sektördeki spor gazeteleri açısından en yüksek okur oranlarına tekabül etmektedir.

Fanatik gazetesi sadece tribüne giden çoğunluğun temsil ettiği okur kitlesinin dışında da geniş bir yelpazeye hitap etmektedir. Zaman zaman ziyaretlerde bulunduğumuz işadamları, üst düzey yöneticiler ve özellikle de spor dünyasına yön veren çok sayıda idarecinin masasında; bir siyasi gazetenin yanı sıra 'sadece Fanatik'i görüyor olmamız; toplumun her alanına seslenen ve toplumun her alanından ilgi gören bir spor gazetesi hedefimize çoktan ulaştığımızın göstergesi...

Fanatik, salı ve cuma günleri verdiği (16-24-32 sayfalık), cumartesi ve pazar günleri verdiği (8-16 sayfalık) İddaa ekiyle; bahis oynayan okurlar için vazgeçilmez bir haber ve başvuru kaynağıdır.

Ayrıca her gün verdiğimiz 4 sayfalık at yarışı ekimiz, Türkiye'nin bu alanda en çok okunan ve güvenilen kaynağı olarak gösterilmektedir. Bu başarımızın nedeni ise bu ekibi oluşturan tüm bireylerin, yarış dünyasının içinden olmasıdır. Editörümüz Ömer Morovaoğlu'nu genç yaşta kaybettik. Ancak editörümüzün kurmuş olduğu sistem, başarıyı kaçınılmaz kılıyor. Yeni dönemde büyük değişiklikler gündemimizde...

Türkiye'nin en prestijli spor gazetesi olan Fanatik'e, www.fanatik.com.tr adresindeki internet sitesinden de ulaşılmaktadır. Sitemiz, günlük ortalama 1.5 milyon 'tık' almakta; sitemizde düzenlediğimiz anketlere büyük ilgi gösterilmektedir.

İNTERNET

Milliyet

milliyet.com.tr

Türkiye'nin en çok ziyaret edilen haber sitesi!

26 Kasım 1996 tarihinde Türkiye'nin ilk düzenli gazete internet sitesi olarak kurulan milliyet.com.tr, kurulduğu ilk günden bu yana rakipleri karşısında açık ara liderliğini korumaktadır. Bu anlamda, site, dijital yayıncılığın ülkemizdeki gelişiminde kilit bir rol oynamıştır.

Yayına başladığı ilk günden beri Türkiye'de internet gazeteciliği konusunda birçok ilki gerçekleştiren milliyet.com.tr, markalı içerik ve kanal sponsorluklarıyla dijital yayıncılığı sadece internet ortamına değil; mobil ve outdoor gibi mecralara da taşıyarak hedef kitleye farklı noktalardan ulaşmayı başarmıştır.

Bünyesinde yer verdiği birbirinden farklı, kaliteli tematik kanalları ile de internet kullanıcısının tüm beklentilerini karşılayabilen milliyet.com.tr, günlük 2 milyon tekil ziyaretçisi ile Türkiye'nin en çok takip edilen haber sitesidir.

Doğru, tarafsız ve kaliteli habercilik anlayışının sorumluluğuyla hareket ederek 2010'da da liderliğini sürdüren milliyet.com.tr'ye ortalama her gün 35 kategoride 400 yeni haber girilmektedir. Sitede bulunan haberlere aylık ortalama 200 bin okuyucu yorumu yapılmaktadır. Ziyaretçilerin sitede geçirdiği ortalama zaman 20 dakikayı aşmaktadır. 2010 yılında yenilenen sayfa tasarımıyla ziyaretçiye daha rahat okuma alanları sunan milliyet.com.tr "okur nerede ise yayınlarımız orada olacak" ilkesiyle, birbirinden başarılı uygulamalara imza atmıştır. İhtiyaç duyulan anda okurun yanı başında olabilmek amacıyla hayata geçirilen milliyet.com.tr mobil, ayda 10 milyon sayfa gösterimi ve 1 milyon tekil ziyaretçiye ulaşmıştır. Milliyet.com.tr iPhone, 2010 yılı içerisinde 150.000 kişi tarafından indirilmiştir. Milliyet.com.tr iPad, kullanıcılar tarafından da büyük beğeniyle karşılanmış ve uygulamanın hayata geçirildiği ilk ayda 15.000 kişi tarafından indirilmiştir. Böylece, milliyet.com.tr iPad uygulaması ilk gününde AppStore'un en popüler ücretsiz uygulamalar listesinde birinci sıraya yerleşmiştir.

Outdoor uygulamasıyla sokaklara da açılan milliyet.com.tr'nin haberleri İstanbul metro istasyonlarındaki led ekranlarda ve Beyoğlu İlçesi dijital ekranlarında dönmeye başlamış, böylece İstanbullular günün her saati sıcak habere ulaşma fırsatı yakalamıştır.

Milliyet.com.tr, 2010'da dikey ticari kanalları birer birer hayata geçirip içeriğin gücünü reklamverenlerin maksimum fayda sağlayabilecekleri yüksek geri dönüşlü sponsorluk projeleri haline getirmeye başlamıştır. Bu bağlamda, tatil, konut ve kişisel bakım kategorileri ile yeni gelir modelleriyle verimli sonuçlar elde edilmiştir.

Milliyet.com.tr, güncel teknolojik yeniliklerle uyumlu geliştirdiği projelerle 2010 yılında başarılı bir performans imza atmıştır. Ziyaretçilerin olduğu kadar reklamverenlerin de beklenti ve isteklerini de sürekli takip eden milliyet.com.tr, 2010 yılı reklam satış gelirlerinde %16'lık bir büyüme rakamına ulaşmıştır. Site, 2010 yılındaki başarılarını yeni dönemdeki projeleriyle katlayarak sürdürmeyi planlamaktadır.

Milliyetemlak.com

2005 yılında yayın hayatına başlayan milliyetemlak.com, emlak almak, satmak, kiralamak ve aynı zamanda gayrimenkulleriyle ilgili tüm ihtiyaçlarını karşılamak isteyenlerin yakından izlediği öncü emlak sitesidir. Sürekli kendini geliştiren milliyetemlak.com; gerek içerik gerekse interaktif fonksiyonlarıyla gayrimenkul alanında kullanıcıların bütün ihtiyaçlarını tek noktadan karşılayabileceği bir platform işlevi üstlenmektedir. Site, bireysel hizmetlere ek olarak Emlak Ofisleri, İnşaat Firmaları, Markalı Projeler ve Yapı-Dekorasyon olmak üzere birçok farklı kategoride hizmet vermektedir. Kullanıcı memnuniyetini birinci planda tutan, onların ihtiyaçlarını belirleyip yörüngesini bunun üzerine oluşturan milliyetemlak.com, yatırımlarına hiç durmadan devam etmektedir. 2010 yıl sonu itibarıyla, 600.000 ilan portföyü ve 1.300.000 aylık tekil ziyaretçi sayısına ulaşan site, emlak siteleri arasındaki lider konumunu daha da sağlamlaştırmıştır.

Satılık ve kiralık ikinci ellerden, yeni konseptler yaratan irili ufaklı inşaat firmalarının projelerine kadar sektörün her kanadından alternatifleri ziyaretçilerin tercihine sunan milliyetemlak.com, editöryal sayfalarıyla merak edilen sorulara da yanıt vermektedir. Ayrıca, site içerisinde, konut kredileriyle ilgili karşılaştırmalı bilgiler sunan bir kategori bulunmaktadır.

Emlak ile ilgili arayış içerisinde olan kişilerin zamanı etkin bir biçimde kullanarak farklı alternatiflere ulaşmasına olanak tanıyan milliyetemlak.com, 2010 yılı içinde farklı projelere de imza atmıştır. Bu kapsamda, içerik-reklam entegrasyonunun artırılması için site içinde markalı konut projelerine ve inşaat şirketlerine özel yeni bir kategori hayata geçirilmiştir. İlan aramada kullanıcı lehine bir dizi yenilik getiren Layar (Augmented Reality) uygulamasının siteye eklenmesiyle milliyetemlak.com, rakipleri karşısında önemli bir rekabet avantajı daha kazanmıştır.

arabam.com

Türkiye'nin en sevilen otomobil sitesi arabam.com!

2000'de online yayın hayatına başlayan arabam.com, Türkiye'de otomotiv sektörü seri ilancılığını internete taşıyarak bir ilke imza atmış ve çok kısa sürede otomobil tutkunlarının tek adresi haline gelmiştir. Yüz binlerle ifade edilen otomobil ilanını portföyünde bulunduran arabam.com, her ay ortalama 3,5 milyon internet kullanıcısı tarafından ziyaret edilmektedir. Arabam.com, otomobilini satmak isteyenler ve galerilerle alıcıların en kolay ve en hızlı şekilde bulunduğu "ikinci el bölümü"; site ziyaretçilerinin hayallerindeki 0 km otomobile kolaylıkla ulaşabilmeleri için "0 km bölümü" ve "Arabam.com Layar" uygulaması ile otomobil arama kavramına değişik bir boyut getirmektedir. Arabam.com elektronik dergisinde ise güncel haberlerden test sürüşlerine; satış analizlerinden karşılaştırmalara kadar otomobil dünyasının gündemindeki konular kapsamlı dosyalarla ele alınmaktadır. 2010 yılında anasayfa tasarımını yenileyerek manşet yapısına geçen sitede sayfa ziyaretçisinde %47 oranında büyüme sağlanmıştır. Bunun yanında, arabam.com'a Facebook kullanıcı adı ve şifresiyle hızla üye olmaya olanak tanıyan bir sistem, site altyapısına eklenmiştir. Arabam.com'u rakipleri karşısında ön plana çıkaran bir diğer uygulama ise ilan verenlerin telefonunun internete istenmeyen kişilerin eline geçmesini önleyen "TıklaKonuş" servisedir.

Bu sistem sayesinde alıcı ve satıcı birbirlerinin telefon numaralarını görmeden iletişime geçebilmektedir. Arabam.com son teknolojiyle donatılmış özellikleriyle modern teknolojiyi günlük hayata taşımaya devam ederek Türkiye'nin en beğenilen otomobil sitesi olma özelliğini önümüzdeki dönemde de devam edecektir.

Fanatik

Türkiye'nin En iyi Spor Sitesi!

Yayın hayatına Mayıs 2000'de Doğan Online bünyesinde başlayan fanatik.com.tr, 2008 yılından itibaren faaliyetini Doğan Gazetecilik çatısı altında sürdürmeye başlamıştır. 2010'da birçok yeniliğe imza atan site, reklam satış ve ziyaretçi ortalamaları açısından beklentilerin üzerine çıkmıştır. Comscore'a göre, Türkiye'deki en fazla ziyaretçi alan spor sitesi olan fanatik.com.tr, güçlü içerik yönetimiyle rakipleri karşısında ön plana çıkmaktadır. Site, 2010'da 300 milyonun üzerindeki sayfa görüntüleme sayısı ve 10 milyona dayanan tekil ziyaretçisi ile bir önceki yıla göre %16'lık bir büyüme sağlamış, gelirlerini ise %48 düzeyinde artırmıştır.

Fanatik.com.tr'de ziyaretçilerin aktif katılımına da olanak sağlamaktadır. Ziyaretçiler canlı yayında sorular sormakta, maçları canlı takip edebilmekte ayrıca gündem yaratan konuları, çarpıcı fotoğrafları ve çok özel dosyaları inceleyip yorumlarını diğer okurlarla paylaşabilmektedir.

Birbirinden keyifli yarışma ve oyunların da yer aldığı site ile Fanatik, yazılı basında olduğu gibi internette de Türkiye'nin en önemli spor mecralarından biri olma özelliğini sürdürmektedir. Teknolojik yenilikleri takip eden ve bu yenilikleri ziyaretçilerinin kullanımına sunan fanatik.com.tr, 2010'da yenilenen versiyonu ve "canlı anlatım ve canlı skor modülü" ile rakipleri karşısında önemli bir fark yaratmıştır. İnternet kullanıcılar tarafından yoğun ilgi gören "canlı skor modülü" aracılığıyla dünyadaki tüm liglerin canlı maç skorları eş zamanlı olarak takip edilebilmektedir. Özellikle bahisseverlerin kullandığı uygulama, toplam sayfa gösterimini aylık %25 arttırarak önemli bir başarıya imza atmıştır.

Anında haber ve skor için Fanatik Mobil

2009'da yayın hayatına başlayan Fanatik Mobil, 2010'da hızlı bir yükseliş yaşamıştır. Bu yükselişte, canlı skor entegrasyonunun payı büyüktür. Spordaki tüm son dakika gelişmelerinin yanı sıra dünyanın önde gelen liglerinden anlık canlı skorların da takip edilebildiği Fanatik Mobil aylık 1,5 milyona yaklaşan tekil ziyaretçisi ve 20 milyonu aşan sayfa gösterimiyle, sektörün önde gelen birçok gazete ve haber sitesini geride bırakmıştır.

Fanatik.com.tr, güçlü içerik yayıncılığının yanında özel proje sponsorluklarıyla yürüttüğü FIFA 2010 Dünya Kupası ve FIBA 2010 Dünya Şampiyonası mikro siteleri sayesinde hem kullanıcı tarafından hem de reklamveren tarafından büyük ilgi görmüştür. 2009'da hayata geçirilen Fanatik Web TV projesi 2010'da geniş kitleler tarafından takip edilmeye başlanmış, reklamverenler için de alternatif bir mecra oluşturmuştur. Aylık ortalama 6 milyon video gösteriminin olduğu Fanatik Web TV, reklam verenler için cazip bir mecra işlevi görmektedir. 2011'de güncel dataların harmanlanması sonucu herkesin kolaylıkla faydalanabileceği istatistik projesinin de hayata geçirilmesiyle, son dönemlerde giderek daha önemli hale gelen istatistik ve veritabanı gazeteciliğini uygulayacak olan Fanatik.com.tr, önümüzdeki dönemde de sporseverlerin temel haber kaynağı olacaktır.

Vatan

Gazetevatan.com

Bir süre önce logosunun altına koyduğu “İnternet’in hızlı yükselen gazetesi” ifadesi, www. gazetevatan.com’un internet yayıncılığında kısa sürede kaydettiği olağanüstü başarıyı özetlemektedir.

www.gazetevatan.com, internet alanında uluslararası ölçüm yapan Alexa.com’un verilerine göre, bugün Türkiye’nin en çok ziyaret edilen dört gazete sitesinden biri konumundadır.

Yayın hayatına Ekim 2002’de başlayan gazetevatan.com haberdeki güvenilirliği, hızı, yaptığı yenilikler, açtığı özgün kanallar ve son 3 yılda 20 kat büyüme ile “İnternetin En Hızlı Yükselen Gazetesi” sloganının hakkını vermektedir. Eğitim seviyesi yüksek ve interaktif okur kitlesiyle en çok tıklanan ilk dört gazeteden biri olan gazetevatan.com 2010’da toplam sayfa açılımını bir önceki yıla göre 1,7 milyondan 2,2 milyona, toplam sayfa açılımını ise 12,5 milyondan 20 milyon sayfaya çıkartmıştır.

Bu hızlı yükselişin temelinde gazetevatan.com’un rakiplerine oranla daha cesur, daha atak, daha hızlı, daha sürprizli, interaktif katılıma daha çok önem veren bir mecra olarak öne çıkması yatmaktadır. Site, teknolojinin sağladığı yeni olanaklar çerçevesinde yayın perspektifini genişleten projeleriyle ziyaretçiler kadar reklam verenlerin beklenti ve isteklerini de yakından izlemektedir.

Ana sitesinin dışında okurların haber dışındaki ihtiyaçlarına da yanıt veren 45 dikey kanal barındıran gazetevatan.com’a 2010’da günlük ortalama 250 haber girişi yapılırken, toplam haber sayısı 340 bine, yorum sayısı 4,5 milyona ulaşmıştır. Zengin içerik yapısının yanı sıra kolay okunmaya önem veren sade site tasarımıyla gazetevatan.com, ziyaretçilerin günde 15 dakikanın üstünde sitede kalmasını sağlamaktadır. 2010’da site bünyesinde sağlık alanında çok zengin bir içerik altyapısı oluştururken yine aynı şekilde finans ve sinema bölümleri okurun beğeniyle takip ettiği bölümler arasına girmiştir. Emlak Test Drive bölümü, tıpkı araba almadan test sürüşü yapmak gibi, ev almak isteyenlere projeleri her yönüyle tanıtacak bir portal şeklinde oluşturulmuştur. Üyelik sistemi, yorum ve blog sayfalarının geliştirilmesiyle daha interaktif bir site yapısı kazandırılan gazetevatan.com, Facebook, twitter sosyal ağlarında da kayda değer bir büyüme yaşamıştır.

Mobil alanındaki teknolojik gelişmeleri yakından takip eden gazetevatan.com, iPhone uygulaması yayına girdiği hafta içinde 10.000 kişi tarafından indirilerek önemli bir başarıya imza atmıştır. İyi ve kaliteli yayın yapmanın yanı sıra reklam gelirlerini %20 arttırarak başarısını sağlamlaştıran gazetevatan.com, yeni mobil mecralarda yer alacak şekilde teknolojik gelişmeler için yatırımlarına devam etmektedir.

Posta.com.tr

Posta.com.tr “Hayata Giriş Sayfanız!”

Ekim 2009’da yayın hayatına başladığı andan itibaren yaşama ve insana dair tüm haberleri büyük bir hız ve heyecanla okuyucusuna sunan posta.com.tr, günden güne büyüyerek internet haberciliğinde yerini kuvvetlendirmiştir. Site, siyasi arenada olup bitenleri dakika dakika takip etmesinin yanı sıra magazin dünyasında yaşanan gelişmeleri de kaçırmayarak her yönüyle Türkiye’nin nabzını tutmaktadır.

Posta.com.tr, “Ülkemizin her yeri haber kaynağıdır.” düşüncesiyle en uzak noktaları birbirine yakınlaştıran habercilik anlayışıyla 7 bölge 81 ildeki gelişmeleri karış karış takip etmekte, uzakları yakınlaştırmaktadır. “Hayata giriş sayfanız.” sloganını yaptığı tüm çalışmalarda benimseyen posta.com.tr, hayatın bütün ayrıntılarını sayfalarına taşımaktadır. Böylece, siyasetten ekonomiye, hukuktan sağlığa, spordan cinselliğe kadar pek çok kategoride uzman görüşleri okuyuculara sunulmaktadır. Bir ticari reklam modeli olarak 2010 yılında tatil kategorisinin hayata geçirilmesi sitenin gelirlerini önemli oranda artırmıştır. Posta.com.tr, kısa sürede yakaladığı başarı ivmesini önümüzdeki dönemde de sürdürme kararlılığındadır.

KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK

Milliyet

Türkiye'nin sorunlarını ülke gündemine taşıma misyonu

Milliyet Gazetesi, yayın hayatına başladığı 1950 yılından bu yana topluma karşı her zaman büyük bir sorumluluk duygusuyla hareket etmektedir. Milliyet'in efsanevi Genel YayınYönetmeni Abdi İpekçi'nin büyük bir duyarlılıkla 1960'lı yılların sonunda başlattığı "Zap Suyu'na Köprü" kampanyasından bugüne dek birçok sosyal sorumluluk projesini hayata geçiren Gazete, Türkiye'nin önemli sorunlarını ülke gündemine taşımayı misyon edinmiştir.

1958 yılında başlayan Çanakkale Şehitleri Anıtı Kampanyası, Varto Depremzedelerine Yardım, Gediz Deprem Evleri, Köy Okullarına Yardım kampanyaları, Milliyet tarihinin sosyal sorumluluk alanındaki kilometre taşlarıdır. 1996 yılına damgasını vuran Temiz Toplum Kampanyası ise 59 yıldır "Basında Güven" ilkesiyle anılan Milliyet'in yüz aklarından biridir.

1966 Türkiye Güzellik Yarışması, yine aynı yıl başlayan Türkiye İlkokullar Bilgi ve Kültür Yarışması, 1967'de Türkiye Liseler Arası Hafif Batı Müziği ve Folklor Yarışmaları geçmiş dönemde Milliyet'in başarıyla yürüttüğü diğer sosyal sorumluluk projeleridir. Düzenlediği tüm bu etkinliklerle Gazete, ülkenin kültür sanat yaşamına damgasını vurmuştur. Milliyet, 1972 yılında ise Bulmaca, Yılım Sporcusu ve Gazetecilik ödülleri vermeye başlamıştır.

Halkın sorunları ve beklentileri gazete sayfalarında

Öteden beri mesleklerini, içinde yaşadıkları toplumun ayrılmaz bir parçası olarak gören Milliyet yazarları, Türkiye'de sosyal sorumluluk kampanyalarının tam olarak bilinmediği bir dönem olan 1958 yılında, Milliyet Kervanı ile Anadolu'yu karış karış gezmişlerdi. Son olarak, gazete yazarları, 2001–2005 yılları arasında, bu kez "Milliyet TIR'ı/ Size Geliyoruz" kampanyası çerçevesinde Türkiye'nin bütün bölgelerini dolaşarak halkın sorunlarını ve beklentilerini gazete sayfalarına taşımışlardır.

"Baba Beni Okula Gönder" Kampanyası: Sosyal sorumluluk geleneğinin en büyük adımı

23 Nisan 2005'te başlatılan Baba Beni Okula Gönder kampanyası, Milliyet'in sosyal sorumluluk projeleri geleneğinin en büyük ve en güncel halkasıdır. Kampanya çerçevesinde kız çocuklarının okula gönderilmesiyle ilgili sorunlar saptanmış, maddi destek çalışmalarının yanı sıra toplumsal bilincin geliştirilmesine yönelik bir dizi etkinlik düzenlenmiştir.

Fikir anneliğini Doğan Gazetecilik Yönetim Kurulu Başkanı Hanzade Doğan Boyler'in yaptığı bu geniş kapsamlı ve etkin kampanya çerçevesinde öncelikli olarak 15 il saptanmıştır.

Kampanyanın öncüsü Milliyet'in 1 milyon TL'lik bir bağışla katkıda bulunduğu Baba Beni Okula Gönder kampanyası için pek çok kuruluş; yurt, derslik ve burs konusunda destek vermiştir.

Türkiye çapında eğitim seferberliği

Asıl hedefi, eğitim seferberliğini tüm Türkiye'ye yaymak ve her kız çocuğunu okullu yapmak olan Baba Beni Okula Gönder kampanyası, içinde maddi destek, toplumsal bilinci geliştirme ve yapısal sorunların giderilmesine yönelik etkinliklerin bulunduğu üç boyutlu bir çalışma olarak tasarlanmış ve uygulanmıştır.

Kampanyanın başlangıcından bugüne kadar geçen beş yıl içinde gerçekleştirilen projeler şu şekildedir:

- 32 yurdun yapımını Milliyet ve çeşitli kuruluşlar üstlenmiştir. Ayrıca, kampanya ile 10 bin 524 kız çocuğuna eğitim bursu sağlanmış ve 11 ilköğretim okulunun yapımı tamamlanmıştır.
- Milliyet AÇEV işbirliğinde 5 ilde, 500 anne babaya “Çocuğum ve Ben” konulu eğitim seminerleri verilmiştir.
- Yatılı İlköğretim Bölge Okulları ve Pansiyonlu İlköğretim Bölge okullarının yöneticilerine iki günlük özel bir eğitim düzenlenmiştir.
- Kamil Koç Otobüs Firması ise, Baba Beni Okula Gönder Kampanyası kapsamında yapımı tamamlanan yurtların sosyal odalarının donanımlarını üstlenmiş
- Yurtlarda kalan kız öğrencilere müzik dersleri verilmeye başlanmıştır.
- Kampanya kapsamında, üniversitelerle çok yönlü işbirliği zemini oluşturulmuştur. Sabancı Üniversitesi, Toplumsal Duyarlılık Dersi kapsamında Kars Merkez Vakfa Kız Öğrenci Yurdu ve Sarıkamış Milliyet Kız Öğrenci Yurdu'na ziyaretler düzenlemiş; Işık Üniversitesi ise müfredatına yeni eklediği Toplumsal Sorumluluk Dersi kapsamında Mardin Milliyet Kız Öğrenci Yurdu'nda çeşitli etkinlikler gerçekleştirmiştir.

300 binin üzerinde bireysel bağışçı ve 34 milyon TL'nin üzerinde bağış

Türkiye Aile Sağlığı Planlama Vakfı işbirliğiyle yurtlarda kalan kız öğrencilere “Hijyen ve Sağlık” konusunda, Eczacıbaşı İpek Kâğıt aracılığıyla da “Bedenimiz ve Sağlığımız” konulu seminerler verilmiştir. Ayrıca, yurt yöneticileri ve sorumlu öğretmenler için Milli Eğitim Bakanlığıyla işbirliği içinde İstanbul'da her yıl bir hafta süreli destek eğitimleri düzenlenmiştir.

Kampanya kapsamında kamuoyu oluşturmak ve konuyla ilgili sosyal duyarlılığı artırmak konusunda Milliyet Gazetesi üzerine düşen bütün görevleri büyük bir başarıyla yerine getirmiştir. Kız yurtlarına kadın yönetici atanması, burs yönetmeliğinin değişmesi gibi yapısal sorunların giderilmesinde Milliyet'te yayımlanan haberlerin büyük etkisi olmuştur. Basında güvenin simgesi olan Milliyet, kampanya süresince okuyucularından da büyük bir destek almıştır. Okul harçlığını gönderen çocuklardan yurt yaptıran Limaki Holding'e, Hacı Ömer Sabancı Vakfı'ndan valiliklere, Türkiye Odalar Borsalar Birliği'nden kız çocuklarına burs veren Petrol Ofisi'ne, Metro Grup'a, Garanti Bankası'na, Enka Vakfı'na, Oriflame'e kadar çok sayıda kişi ve kuruluş Baba Beni Okula Gönder kampanyasına gönülden destek vermiştir. Çağdaş Yaşamı Destekleme Derneği (ÇYDD) Milliyet'in bu kampanyasında en önemli ve etkin ortak olarak hareket etmiştir. ÇYDD'nin yanı sıra Türk Üniuersiteli Kadınlar Derneği, Türkiye Aile Sağlığı ve Planlama Vakfı, Anne Çocuk Eğitim Vakfı gibi kurumlarla Milli Eğitim Bakanlığı ve mülki idare amirleri de kampanyaya etkin bir biçimde katkıda bulunmuştur.

Büyük bir seferberliğe sahne olan kampanya kapsamında 34 milyon TL'nin üzerinde bağış toplanmıştır. 300 binin üzerinde bireyin bağışta bulunması, kampanyanın Türk halkının duygularını çok derinden etkilediğinin açıkça ortaya koymaktadır.

Okula kazandırılan çok sayıda kız çocuğu

Milliyet'in yaptığı haberlerden etkilenerek ailelerin kız çocuklarını okula göndermeye başlaması; eğitimlere katılan okul yöneticilerinin köyleri dolaşarak kız çocuklarını okullarına toplamaya çalışması sayesinde, kampanyanın katma değerinin çok yükseldiği ve bu şekilde okula kazandırılan kız çocuklarının sayısının, bilinenin çok daha üstünde olduğu düşünülmektedir.

2010 yılı itibariyle beşinci yılını dolduran Baba Beni Okula Gönder seferberliği için özel bir müzayede düzenlenmiştir. Türkiye'nin önde gelen ressamlarının eser bağışladığı, ressam olmayan sanatçıların atölye çalışmasında yaptıkları resimleri bağışladıkları eserlerin tümü düzenlenen gecede müzayedeye çıkarılmıştır. Gecenin sonunda üç kız öğrenci yurdunu yapmaya yetecek kadar yani 2 milyon TL'nin üzerinde bağış toplanmıştır. Eğitim seferberliğinin beşinci yılı dolayısıyla sekiz ünlü yönetmenin çektiği "kız çocuğu ve eğitim" temalı fotoğraflardan oluşan sergi 2010'da açılmış ve fotoğraflar kampanya yararına satışa sunulmuştur. Çağan Irmak önderliğinde gerçekleşen projenin geliri önümüzdeki dönemde Batman'da yapılacak kız öğrenci yurdu için kullanılacaktır. Ayrıca, yıl içerisinde, BBOG kızları arasında periyodik olarak düzenlenen resim, şiir ve düz yazı yarışmaları, eğitim çalıştay ve yurt yöneticilerinin eğitimi gibi faaliyetler devam etmiştir.

60 yıllık Milliyet tarihinin en gurur verici tanıklıklarından biri

Gerçek bir toplumsal harekete dönüşen Baba Beni Okula Gönder kampanyasının başarısında, Milliyet yönetiminin kararlı tavrının yanı sıra gazete içinde oluşturulan komitenin azimli çalışmaları da önemli bir rol oynamıştır. Bu bağlamda, kampanyanın başarısının arkasında her bir Milliyet çalışanının ve okurunun duyarlılığının ve yaratıcı emeğinin yattığını görmek, 60 yıllık Milliyet tarihinin en gurur verici tanıklıklarından biri olarak değerlendirilebilir. Basında Güven ilkesi gibi Baba Beni Okula Gönder kampanyası da şimdiden Milliyet kimliğinin ayrılmaz bir parçası haline dönüşmüştür.

Posta

Engellilere Destek

Engelli insanların problemlerine özel bir önem veren Posta, gerek gazetenin içeriği gerekse düzenlediği etkinliklerle bu konuda kamuoyu oluşturmayı hedeflemektedir. Hassas bir yayıncılık anlayışıyla engelli vatandaşların yaşadığı sıkıntıları dile getiren Posta, ayrıca iki kez tekerlekli sandalye kampanyası düzenlemiştir. Kampanyalar sayesinde, 30 Mart 1996'da 500, 1 Kasım 1999'da 400 adet tekerlekli sandalye ihtiyaç sahiplerine dağıtılmıştır. Türkiye Engelliler Spor Yardım ve Eğitim Vakfı (TESYEV) Kurucu Başkanı Yavuz Kocaömer 18 Aralık 2000 tarihinden bu yana kesintisiz olarak her pazartesi günü gazetenin Çengelli İğne köşesini hazırlamaktadır. Engellilerin sorunları, etkinlikleri, organizasyonları, spor karşılaşmaları gibi konuların yer aldığı Çengelli İğne, Türk basınında engellilerin kendilerini ifade edebildiği tek köşedir.

Fanatik

Doğan Gazetecilik bünyesindeki tek spor gazetesi olan Fanatik, spor gazeteciliğine yüksek standartlar getirmeyi ilke edinmiştir. Bu anlayışla hazırladığı 'Fan-etik' adlı sayfayla Uluslararası Olimpiyat Komitesi'nden aldığı 'Fair Play' ödülü, tüm dünyada bu ödüle sahip olan ilk spor gazetesi unvanını Fanatik'e kazandırmıştır. Misyonunu tamamladığı düşüncesiyle bu sayfamıza ara verdik; ancak her yeni yılda, bu yöndeki düşünce ve uygulamaları yenileyerek üstlendiğimiz bu misyona hizmet etmeye devam ediyoruz.

KURUMSAL YÖNETİM İLKELERİ UYUM RAPORU

1. Kurumsal Yönetim İlkelerine Uyum Beyanı

Şirketimiz, Sermaye Piyasası Kurulu (“SPK”) tarafından belirlenen “Sermaye Piyasası Kurulu Kurumsal Yönetim İlkeleri” (“İlkeler”)’ne uyum sağlama yönünde gerekli çalışmaları yapmaktadır. Bu kapsamda, 27.10.2009 tarihinde yapılan Olağanüstü Genel Kurul Toplantısında, Şirket Ana Sözleşmemizin 4.,7.,9.,10.,14.,15.,22,23,24.,25.,27.,29.,30.,31.,32., ve Geçici 1. maddeleri tadil edilmiştir.

Şirketimiz, 31.12.2010 tarihinde sona eren faaliyet döneminde, Raporun /2.1.1, I/3.1.2 ve IV/18.1 bölümlerinde belirtilen hususlar dışında İlkelere uyum sağlanıldığı; İlkelere tam olarak uyum sağlayamadığımız hususlarda ise mevcut durum itibariyle önemli bir çıkar çatışmasının ortaya çıkmayacağı düşünülmektedir.

Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı
Mehmet Ali Yalçındağ

Yönetim Kurulu Üyesi
Soner Gedik

BÖLÜM I-PAY SAHİPLERİ

2. Pay Sahipleri ile İlişkiler Birimi

2.1. Pay sahipliği haklarının kullanılmasında mevzuata, Esas Sözleşme'ye ve diğer düzenlemelere uyulmakta ve bu hakların kullanılmasını sağlayacak her türlü önlem alınmaktadır.

2.1.1. Şirketimizde pay sahipleri ile ilişkiler biriminin kurulmasına yönelik çalışmalarımız sürmektedir. Pay sahipleri ile ilişkiler Mali İşler Grup Başkanlığı'nca yürütülmektedir.

Pay sahipleri ile ilgili çalışmalarda elektronik haberleşme olanaklarının ve Web Sitemizin kullanılmasına özen gösterilmektedir.

Konu ile ilgili olarak Şirketimiz Mali İşler Müdürü H. Avni Süleymanoğlu ve Mali Kontrol Müdürü M. Önder Akşit görevlendirilmiştir.

malikontrol@milliyet.com.tr

Tel: 0212 505 63 24

2.1.2. Sermayemizi temsil eden hisselerin % 22'lik kısmı Deuthsce Bank AG'nin elinde bulunmakta olup, İMKB'de halka arz edilmiş hisselerin sermayeye oranı % 41.39; "SPK" düzenlemelerine göre İMKB'de dolaşımında olarak nitelenen hisselerin 31 Aralık 2010 tarihi itibarıyla sermayemize oranı ise %5.21'dir..

2.1.3. 2010 yılında pay sahibi haklarının kullanımı konusunda Şirketimize intikal eden herhangi bir yazılı/sözlü şikayet veya bu konuda bilgimiz dahilinde Şirketimiz hakkında açılan yasal bir soruşturma bulunmamaktadır.

2.1.4. Hisselerimizin tamamına yakın kısmı Merkezi Kaydi Sistem (MKS)'e dahil edilmiştir. MKS ile ilgili uygulamalar Şirketimiz bünyesinde takip edilmektedir.

3. Pay Sahiplerinin Bilgi Edinme Haklarının Kullanımı

3.1. Bilgi alma ve inceleme hakkının kullanımında, pay sahipleri arasında ayırım yapılmamaktadır.

3.1.1. Pay sahipliği haklarının sağlıklı olarak kullanılabilmesi için gerekli olan bütün bilgi ve belgeler Web Sitemiz vasıtasıyla pay sahiplerinin kullanımına eşit bir şekilde sunulmaktadır.

3.1.2. Esas Sözleşmemizde özel denetçi atanması talebi henüz bireysel bir hak olarak düzenlenmemiştir. Ancak önümüzdeki dönemde gelişmelere bağlı olarak bu hak Esas Sözleşmemizde yer alabilecektir.

4. Genel Kurul Bilgileri

4.1. 2010 yılında, Şirketimiz bir Olağan Genel Kurul gerçekleştirmiştir.

10.05.2010 tarihinde yapılan Olağan Genel Kurul toplantısına ait hazirun cetveli aşağıda yer almaktadır;

Pay Sahibinin Adı, Soyadı/Unvanı	Sermaye Miktarı (YTL)	Hisse Adedi	Grup	Temsil Şekli	İmza
Doğan Yayın Holding A.Ş.	60.993.705	60.993.705		Asaleten	
Aydın Doğan	188.271	188.271		Vekaleten	
Işıl Doğan	97.565	97.565		Vekaleten	
Arzuhan Yalçındağ	65.044	65.044		Vekaleten	
Hanzade V. Doğan Boyner	65.044	65.044		Vekaleten	
Vuslat Doğan Sabancı	65.044	65.044		Vekaleten	
Y.Begümhan Doğan Faralyalı	65044	65.044		Vekaleten	
Ishares MSCI Turkey İnv	337.553	337.553		Asaleten	
IBM Savings Plan	105.555	105.555		Asaleten	
TOPLAM	61,982.825	61,982.825			

4.1.1. Genel Kurullarımıza davet ve gündem metni Türk Ticaret Kanunu ve Sermaye Piyasası Kanunu çerçevesinde Genel Kurul toplantısından 21 gün önce Türkiye çapında yayımlanan iki gazete ve web sitemiz (www.milliyet.com.tr) vasıtası ile kamuya duyurulmaktadır. Şirketin mevzuat gereği yapacağı ilânları, ayrıca elektronik ortamda şirketin kurumsal İnternet sitesinde de yayınlanır.

4.1.2 Şirketimizde nama yazılı pay bulunmamaktadır.

4.1.3 2010 yılında yapılan Genel Kurul toplantılarında pay sahiplerimiz tarafından belirtilen ve/veya tutanağa geçirilen herhangi bir öneri veya soru olmamıştır.

4.1.4 Genel Kurul, Türk Ticaret Kanunu, Sermaye Piyasası Kanunu ve sair mevzuatın kendisine tanıdığı yetkileri kullanır ve görevleri yerine getirir.

4.2. Genel Kurul'un toplanma usulü, pay sahiplerinin katılımını en üst seviyede sağlamaktadır.

4.2.1. Genel Kurul toplantılarımız, pay sahipleri arasında eşitsizliğe yol açmayacak şekilde, pay sahipleri için mümkün olan en az maliyetle ve en az karmaşık usulde gerçekleştirilmektedir.

4.2.2. Genel Kurul toplantılarımızın yapıldığı mekân bütün pay sahiplerinin katılımına imkan verecek özelliktedir.

4.3. Genel Kurul toplantısında, gündemde yer alan konular tarafsız ve ayrıntılı bir şekilde, açık ve anlaşılabilir bir yöntemle aktarılmakta; pay sahiplerine eşit şartlar altında düşüncelerini açıklama ve soru sorma imkânı verilmekte ve sağlıklı bir tartışma ortamı yaratılmaktadır.

4.4. Şirketimizde her payın bir oy hakkı bulunmaktadır.

- 4.5. Şirketimizde oy hakkının iktisap tarihinden itibaren belirli bir süre sonra kullanılmasını öngörecektir şekilde bir düzenleme bulunmamaktadır.
- 4.6. Esas Sözleşmemizde pay sahibi olmayan kişinin temsilci olarak vekâleten oy kullanmasını engelleyen hüküm bulunmamaktadır.
- 4.7. Şirketimiz sermayesinde karşılıklı iştirak ilişkisi bulunmamaktadır.

5. Oy Hakkı ve Azınlık Hakları

- 5.1. Şirketimizde oy hakkının kullanılmasını zorlaştırıcı uygulamalardan kaçınılmakta; her pay sahibine, oy hakkını en kolay ve uygun şekilde kullanma fırsatı sağlanmaktadır.
- 5.2. Şirketimizde imtiyazlı pay ve grup ayırımı bulunmamaktadır.

6. Kâr Dağıtım Politikası ve Kâr Dağıtım Zamanı

- 6.1. Şirketimizin kâr dağıtım politikası Sermaye Piyasası Mevzuatı ve Esas Sözleşmemizde yer alan hükümler çerçevesinde belirlenmektedir.
- 6.2. Şirketimizin 01.01.2009-31.12.2009 hesap dönemine ait; Uluslararası Finansal Raporlama Standartları (UFRS)'na göre konsolide olarak hazırlanan mali tablolarında 16.255.344.-TL dönem zararı olduğundan, Sermaye Piyasası Kurulu (SPK)'nın düzenleme ve kararlarına uygun olarak 2010 yılında kar dağıtımı yapılmamıştır. T.T.K ve V.U.K kapsamında tutulan kayıtlarımızda oluşan 6.447.902.-TL net dönem karının yedeklere aktarılmasına karar verilmiştir.
- 6.3. Kar dağıtılmasına karar verildiği takdirde, kâr dağıtımını mevzuatta öngörülen süreler içerisinde, Genel Kurul toplantısını takiben en kısa sürede yapılmaktadır.
- 6.3. Esas Sözleşmemize göre, Yönetim Kurulu, Genel Kurul tarafından yetkilendirilmiş olmak ve Sermaye Piyasası Kanunu'nun 15. maddesi ve Sermaye Piyasası Kurulu'nun konuya ilişkin düzenlemelerine uymak şartı ile temettü avansı dağıtabilir. Genel Kurul tarafından Yönetim Kurulu'na verilen temettü avansı dağıtım yetkisi, bu yetkinin verildiği yıl ile sınırlıdır. Bir önceki yılın temettü avansları tamamen mahsup edilmediği sürece, ek bir temettü avansı verilmesine ve/veya temettü dağıtılmasına karar verilemez.
- 6.5. Şirketimizin kâr payı dağıtım politikası faaliyet raporunda kamuya açıklanmaktadır.
- 6.6. Kar Dağıtım politikamız, SPK'nın 27.01.2006 tarihli ilke kararı doğrultusunda yeniden belirlenerek, genel kurulun bilgisine sunulmuş ve kamuya açıklanmıştır.

Buna göre;

- 1- Prensip olarak; Sermaye Piyasası Mevzuatı kapsamında hazırlanan ve Uluslararası Finansal Raporlama Standartları (UFRS) ile uyumlu finansal tablolar dikkate alınarak hesaplanan “net dağıtılabilir dönem karı”nın asgari %50’si dağıtılır,
- 2- Hesaplanan “net dağıtılabilir dönem karı”nın %50’si ile %100’ü arasında kar dağıtımını yapılmak istenmesi durumunda, kar dağıtım oranının belirlenmesinde Şirketimizin finansal yapısı ve bütçesi dikkate alınır.
- 3- Kar dağıtım önerisi, yasal süreler dikkate alınarak ve Sermaye Piyasası Mevzuatı ile SPK Düzenleme ve Kararlarına uygun olarak kamuya açıklanır.
- 4- Türk Ticaret Kanunu ve Vergi Yasaları kapsamında hazırlanan finansal tablolara göre hesaplanan “net dağıtılabilir dönem karı”nın 1’inci maddeye göre hesaplanan tutardan;
 - a. düşük olması durumunda, işbu madde (md.4) kapsamında hazırlanan finansal tablolara göre hesaplanan net dağıtılabilir dönem karı dikkate alınır ve tamamı dağıtılır,
 - b. yüksek olması durumunda 2’nci maddeye uygun olarak hareket edilir.
- 5- Türk Ticaret Kanunu ve Vergi Yasaları kapsamında hazırlanan finansal tablolara göre net dağıtılabilir dönem karı oluşmaması halinde, Sermaye Piyasası Mevzuatı kapsamında hazırlanan ve UFRS ile uyumlu mali tablolarda “net dağıtılabilir dönem karı” hesaplanmış olsa dahi, kar dağıtımını yapılmaz.
- 6- Hesaplanan “net dağıtılabilir dönem karı”, çıkarılmış sermayenin %5’inin altında kalması durumunda kar dağıtımını yapılmayabilir.
- 7- Şirket değerimizi artırmaya yönelik önemli miktarda fon çıkışı gerektiren yatırımların, finansal yapımızı etkileyen konuların, piyasa koşullarında ve ekonomide belirsizlik ve olumsuz gelişmelerin mevcudiyeti, kar dağıtımında dikkate alınır.

7. Payların Devri

- 7.1. **Esas Sözleşmemizde pay sahiplerinin paylarını serbestçe devretmesini zorlaştırıcı herhangi bir hükme yer verilmemektedir.**

BÖLÜM II-KAMUYU AYDINLATMA VE SEFFAFLIK

8. Şirketin Bilgilendirme Politikası

- 8.1 Şirketimizin bilgilendirme politikası Kurumsal Web Sitemizde yayınlanmaktadır.
- 8.2 Kamunun aydınlatılması sürecinde ve yatırımcılardan gelen soruların cevaplanmasında en iyi gayret gösterilmektedir. Soruların cevaplanmasında menfaat sahipleri arasında fırsat eşitliğinin bozulmamasına özen gösterilmektedir.
- 8.3 2010 yılı mali tablolarımız ve dipnotları konsolide bazda, Uluslararası Muhasebe ve Uluslararası Finansal Raporlama Standartları (UFRS)'na uygun olarak hazırlanmış; Uluslararası Denetim Standartları (UDS)'na uygun olarak bağımsız denetimden geçirilmiş ve kamuya açıklanmıştır.

9. Özel Durum Açıklamaları

- 9.1. Kamuya yaptığımız açıklamalarda Sermaye Piyasası Mevzuatı'na, SPK düzenlemelerine ve SPK İlkeleri'ne uyulmaktadır.
- 2010 yılında 23 adet özel durum açıklaması yapılmıştır. Kamuya yaptığımız açıklamalar Web Sitemizde de yayınlanmaktadır.
- 9.2. Yabancı borsalarda kote sermaye piyasası aracımız bulunmadığından ilave kamuyu aydınlatma yükümlülüğümüz doğmamaktadır.

10. Şirket İnternet Sitesi ve İçeriği

- 10.1. Şirketimiz web sitesinin adresi "www.kurumsal.milliyet.com.tr"dir.

Sitemizde "Kurumsal Yönetim", "Kurum Profili", "Yatırımcı İlişkileri", "Yayınlarımız" ve "Etkinliklerimiz" ile ilgili açıklama ve bilgileri bulmak mümkündür. Web sitemiz aktif olarak kullanılmaktadır.

11. Gerçek Kişi Nihai Hakim Pay Sahibi/Pay Sahiplerinin Açıklanması

- 11.1. Şirketimizin sermaye yapısı ve/veya yönetim kontrolüne ilişkin değişiklikler Sermaye Piyasası Mevzuatı ve SPK Düzenlemeleri doğrultusunda kamuya açıklanmaktadır.
- 11.2. Şirketin gerçek kişi nihai hakim pay sahibi Aydın Doğan ve Doğan Ailesi'dir.
- 11.3. 2010 yılında bilgimiz dahilinde pay sahipleri, Şirket yönetiminde etkinlik sağlamak amacıyla herhangi bir oy sözleşmesi yapmamıştır.

12. İçeriden Öğrenebilecek Durumda Olan Kişilerin Kamuya Duyurulması

12.1. İçeriden öğrenilen bilgilerin kullanımının önlenmesi için gerekli her türlü tedbir alınmaktadır. İçeriden ticari sır niteliğindeki bilgilere ulaşabilecek kişilerin ad ve soyadları ile görevleri aşağıda verilmektedir;

Aydın Doğan	Doğan Şirk.Grubu Holding A.Ş./ Onursal Başkanı
Hanzade V. Doğan Boyner	Yönetim Kurulu Başkanı
Mehmet Ali Yalçındağ	Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı
Soner Gedik	Yönetim Kurulu Üyesi/Denetim. Kom. Üyesi
Zafer Mutlu	Yönetim Kurulu Üyesi
Hakkı Alp Bayülken	Yönetim Kurulu Bağımsız Üyesi /Denetim Kom.Üyesi
Faik Servet Topaloğlu	İcra Kurulu Başkanı
Tayfun Devocioğlu	Yönetim Kurulu Üyesi/Milliyet Gaz. Gen.Yay. Yönetmeni
Erem Turgut Yücel	Denetçi/Doğan Yayın Holding A.Ş./Koordinatör
Erdem Seçkin	Denetçi
Bilen Böke	Mali İşler Grup Başkanı/İcra Kurulu Üyesi
Asil Alptekin	Mali İşler Direktörü
Hüseyin Avni Süleymanoğlu	Mali İşler Müdürü
M.Önder Akşit	Mali Kontrol Müdürü
Niyazi Alkaya	Finansman Müdürü
Semra Mandal	Bütçe ve Mali Raporlama Müdürü
Niyazi Hancı	Muhasebe Müdürü
Ali Rıza Karakullukçu	İç Denetim Koordinatörü
Yeter Kaya	Sekreteryası
Arzuhan Doğan Yalçındağ	Doğan Şirk.Grubu Holding A.Ş. / Yönetim Kurulu Başkanı
Vuslat Doğan Sabancı	Doğan Şirk.Grubu Holding A.Ş. / Yönetim Kurulu Üyesi
Begümhan Doğan Faralyalı	Doğan Şirk.Grubu Holding A.Ş. / Yönetim Kurulu Üyesi
İmre Barmanbek	Doğan Şirk.Grubu Holding A.Ş. / Yönetim Kurulu Üyesi
Ahmet Toksoy	Doğan Şirk.Grubu Holding A.Ş. / Den.ve Risk Yön Grup Başkanı
Serdar Kırmaz	Doğan Şirk.Grubu Holding A.Ş. / Mali İşler ve Finans Grup Başkanı
Nerses Keşişoğlu	Doğan Şirk.Grubu Holding A.Ş./ Plan ve İş Geliştirme Grup Başkanı
Murat Doğu	Doğan Şirk.Grubu Holding A.Ş./ Ortaklıklar ve SPK Grup Başkanı
Mehmet Yörük	Doğan Yayın Holding A.Ş./Koordinatör
Hakan Genç	Doğan Yayın Holding A.Ş./Koordinatör
Kemal Sertkaya	Doğan Yayın Holding A.Ş./Koordinatör
Alpay Güler	Doğan Yayın Holding A.Ş./Koordinatör
Hande Özer	Doğan Şirketler Grubu Holding A.Ş. /Mali Kontrol Müdürü
Caner Gülbek	Doğan Yayın Holding A.Ş./Finansman Müdürü
Ertunç Soğancıoğlu	Doğan Factoring A.Ş./Genel Müdür
Gülnur Oğulmuş	Doğan FaçtoringA.Ş./Genel Müdür Yardımcısı
Handan Karakuş	Doğan Yayın Holding A.Ş./Bilgi sistemleri Müdürü

Yukarıda belirtilenler haricinde, adları açıkça yazılmamış olmakla birlikte;

- Bağımsız Denetim Kuruluşu çalışanları,
- Şirketimize hizmet veren Yeminli Mali Müşavirler,
- Mali kontrol, muhasebe ve denetim sürecinde görev alanlar,

içeriden öğrenen kişiler kapsamında değerlendirilmektedir.

BÖLÜM III-MENFAAT SAHIPLERİ

Pay sahipleri ve yatırımcılarımız ile ilişkilerimizin tutarlı ve üst seviyede yönetilmesini sağlamak amacıyla gerekli çalışmalar yapılmaktadır. Sermaye piyasası faaliyetlerimiz ve kurumsal yönetim uygulamalarımız ile ilgili olarak doğrudan ve dolaylı hakim ortaklarımız Doğan Yayın Holding A.Ş. ve Doğan Şirketler Grubu Holding A.Ş.'den destek alınmaktadır. Medya sektöründe faaliyet göstermemiz ve gelirlerimiz içerisinde reklam gelirlerinin önemi nedeniyle “reklam verenler” bir diğer önemli paydaşımızdır.

13. *Menfaat Sahiplerinin Bilgilendirilmesi*

13.1. Okurlarımız şikayet ve isteklerini Şirketimiz bünyesindeki “Call Center”ı aramak suretiyle bildirmektedirler. Bu merkeze ulaşan şikayet ve istekler “promosyon”, “dağıtım” ve “yazı işleri” gibi ilgili bölümlere rapor edilmekte ve bütün şikayetlere cevap vermeye çalışılmaktadır. Ayrıca mektup ve e-mail yoluyla gelen istek ve şikâyetler de aynı şekilde değerlendirilmektedir. Gazetelerimizin içerisinde ayrıca “Okur Temsilcisi” köşesinde okuyuculardan mektuplar yayımlanmaktadır. Reklam verenlerle, muhtelif zamanlarda Şirket merkezimizde veya dış mekanlarda toplantılar yapılmakta, istekleri dinlenmekte ve karşılıklı çözüm üretilmektedir.

Yukarıda sayılan paydaşlarımızdan gelen her türlü bilgi, periyodik olarak yapılan Yönetim Kurulu toplantılarında değerlendirilmekte ve sürekli çözüm önerileri ve politikalar geliştirilmektedir.

14. *İnsan Kaynakları Politikası*

14.1. Şirketimizde insan kaynakları politikası yazılı hale getirilmiştir. Bu politika çerçevesinde Şirketimizde üstün bilgi ve yeteneğe sahip; kurum kültürüne kolayca adapte olabilen; iş ahlakı gelişmiş, dürüst, tutarlı; değişime ve gelişime açık; çalıştığı kurumun geleceği ile kendi yarınlarını bütünleştiren kişilerin istihdamı esas alınmaktadır.

14.2. İnsan kaynakları politikamız çerçevesinde işe alımlarda ve kariyer planlamaları yapılırken, eşit koşullardaki kişilere eşit fırsat sağlanması ilkesi benimsenmektedir.

14.2.1. Personel alımına ilişkin kriterler yazılı olarak belirlenmekte ve uygulamada bu kriterlere uyulmaktadır.

14.2.2. Eğitim, terfi ettirme hususlarında çalışanlara eşit davranılmakta; çalışanların bilgi, beceri ve görgülerini artırmalarına yönelik eğitim programlarına iştirak etmeleri sağlanmaktadır.

Çalışanlar ile ilgili olarak alınan kararlar ve/veya çalışanları ilgilendiren gelişmeler, çalışanlar arasında iletişimi artırmak amacıyla kurulan “İntranet” vasıtasıyla elektronik ortamda paylaşılmaktadır.

Şirketimizin çalışma ortamı son derece güvenli ve verimliliğin en üst düzeyde sağlanmasına yönelik olarak tasarlanmıştır.

Çalışanlarımız arasında ayırım yapılmamakta ve eşit muamele edilmektedir. Bu konuda Şirketimiz yönetimine ve/veya Yönetim Kurulu Komitelerine ulaşan herhangi bir şikâyet bulunmamaktadır.

15. Müşteriler ve Tedarikçilerle İlişkiler

Şirketimiz, Milliyet, Posta, Fanatik ve Vatan gazeteleri ile bu gazetelerin eklerini çıkarmaktadır. Milliyet, Posta, Fanatik ve Vatan'a ait internet siteleri de bünyemizde bulunmaktadır.

En önemli hammaddemiz gazete kağıdıdır. Kağıt, grubumuza bağlı Doğan Dış Ticaret ve Mümessillik A.Ş. ve İşıl İthalat İhracat Mümessillik A.Ş.'den tedarik edilmektedir.

Gazete ve eklerin baskıları DMG bünyesindeki Hürriyet Gazetecilik ve Matbaacılık A.Ş.'ye ait İstanbul, Ankara, İzmir, Adana, Antalya ve Trabzon'da bulunan Doğan Printing Center'larda yaptırılmaktadır.

Dergilerin baskısı ise yine gruba ait Doğan Ofset A.Ş.'nin tesislerinde yaptırılmaktadır.

Dağıtım ise Türkiye genelinde, Doğan Dağıtım A.Ş. tarafından yapılmaktadır.

Gelirlerimizin önemli bölümünü reklâm ve ilan gelirleri oluşturmaktadır. Reklâm ve ilan verenlerin memnuniyetini sağlamak için her türlü çaba sarf edilmektedir.

Herhangi bir nedenle müşteri isteğine uygun yayımlanmayan reklâm ve ilanlar en kısa sürede telafi edilmektedir.

16. Sosyal Sorumluluk

Sosyal Sorumluluk faaliyetlerine yönelik çalışmalar, Faaliyet Raporu'nun ilgili bölümlerinde açıklanmıştır.

BÖLÜM IV-YÖNETİM KURULU

17. Yönetim Kurulu'nun Yapısı, Oluşumu ve Bağımsız Üyeler

17.1. Yönetim Kurulu'nun oluşumu ve seçimine ilişkin esaslar Esas Sözleşmemizde yer almaktadır. Buna göre;

17.1.1. Şirket, Genel Kurul tarafından hissedarlar arasından seçilecek en az 3, en çok 15 üyeden oluşan bir Yönetim Kurulu tarafından yönetilir ve temsil olunur.

17.1.2. 2010 yılında, Kurumsal Yönetim İlkeleri'nde belirlenmiş nitelikleri haiz 1 adet bağımsız üye Yönetim Kurulu'nda yer almıştır.

17.2. Şirket Esas Sözleşmemize uygun olarak belirlenen Yönetim Kurulu Üyelerimizin ad, soyad ve nitelikleri aşağıda yer almaktadır:

Adı Soyadı	Yönetim Kurulu'ndaki Görevi	Yürütmede Görevli/ Değil
Hanzade V. Doğan Boyner	Yönetim Kurulu Başkan	Değil
Mehmet Ali Yalçındağ	Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı	Değil
Soner Gedik	Yönetim Kurulu Üyesi	Değil
Faik Servet Topaloğlu *	Yönetim Kurulu Üyesi	Yürütmede Görevli
Zafer Mutlu	Yönetim Kurulu Üyesi	Değil
Tayfun Devecioğlu **	Yönetim Kurulu Üyesi	Yürütmede Görevli
Hakkı Alp Bayülken	Yönetim Kurulu Üyesi	Değil (Bağımsız Üye)

* 10 Mayıs 2010 tarihinde yapılan Olağan Genel Kurul toplantısında Yönetim Kurulu üyeliğine seçilmiştir.

**Sedat Erginin istifası ile boşalan Yönetim Kurulu üyeliğine 10 Mart 2010 tarihinde atanmıştır.

17.2.1. Yönetim Kurulu Başkanı ve İcra Başkanı aynı kişi değildir.

17.2.2. Yönetim Kurulu'nun yarısından fazlası icrada görevli değildir.

17.2.3. Şirketimiz Yönetim Kurulu Üyelerinin Şirketimiz dışında başka görev veya görevler alması belirli kurallara bağlanmamış ve/veya sınırlandırılmamıştır.

18. Yönetim Kurulu Üyelerinin Nitelikleri

18.1. Yönetim Kurulu en üst düzeyde etki ve etkinlik sağlayacak şekilde yapılandırılmaktadır. Bu konuda İlkeler'e uyulmaktadır. Bu kapsamda Esas Sözleşmemizin 14 maddesinde değişiklik yapılarak yeni düzenlemeye gidilmiştir.

18.2. Yönetim kurulu üyelerimizin öz geçmişleri faaliyet raporumuzda ve Web Sitemizde (www.kurumsal.milliyet.com.tr) yer almaktadır.

19. Şirketin Misyonu ve Vizyonu ile Stratejik Hedefleri

- 19.1. Şirketimizin misyonu: Doğan Gazetecilik A.Ş.'nin bünyesindeki gazeteler, temel değerlerini ürüne en iyi şekilde yansıtarak, gazeteciliğin evrensel kurallarını kusursuz yerine getirir. Bu yaklaşımı ile toplumun ilerlemesine öncülük eder. Kapsadığı her alanda itibarı en yüksek gazetelerdir.**
- 19.2. Vizyonu: Doğan Gazetecilik Anayasası'na ve meslek ilkelerine bağlı, güvenilir, ilerici, cesur ve etkili bir referans gazete grubu olmak. Tüm bu değerleri markalarına yükleyerek tirajı en değerli gazeteler konumuna ulaşmaktır.**
- 19.3. Stratejimiz: Müşteri odaklı hizmet vermek; okuyucuya yönelik özel ürünler geliştirmek; geleneksel markalarla içerik üretmek; teknolojideki değişimleri yakından takip etmek; yaratıcı yöntemler kullanarak içerik dağıtım kanallarını çeşitlendirmektir.**

Yönetim Kurulumuz ve yönetimimiz, stratejik hedefler karşısında Şirketimizin durumunu sürekli olarak gözetim altında tutmaktadır. Periyodik ve sık aralıklarla yapılan yönetim toplantılarında Şirketimizin durumu gözden geçirilmekte ve yeni hedefler ve stratejiler geliştirilmektedir.

20. Risk Yönetim ve İç Kontrol Mekanizması

Finansal risklerin yönetimi İcra Kurulu ve Mali İşler Grup Başkanlığı'nın yetki ve sorumluluğunda takip edilmektedir. Denetim Komitesi de yeri geldikçe risk yönetimi ve iç kontrol mekanizması ile ilgili gördükleri sorunları Şirket yönetimimize aktarmaktadırlar.

Şirketimiz bünyesinde İç Denetim Koordinatörlüğü birimi mevcuttur.

21. Yönetim Kurulu Üyeleri ile Yöneticilerin Yetki ve Sorumlulukları

Genel Kurul, gerek görürse Yönetim Kurulu üyelerini her zaman değiştirebilir.

Yönetim Kurulu Üyeleri en çok üç yıl görev yapmak üzere seçilirler. Genel Kurul'un seçim kararında görev süresi açıkça belirtilmemişse seçim bir yıl için yapılmış addolunur.

Yönetim Kurulu, Türk Ticaret Kanunu, Sermaye Piyasası Kanunu ve işbu Ana Sözleşme ile kendisine verilmiş bulunan görevleri yerine getirmekle yükümlüdür. Gerek yasalar ve gerekse işbu Ana Sözleşme düzenlemelerine göre Genel Kurul kararını gerektirmeyen tüm iş ve işlemler Yönetim Kurulu tarafından yerine getirilir.

Yönetim Kurulu özellikle;

- Şirketin misyon ve vizyonunu belirleyerek kamuya açıklar,
- Şirketin hedeflerine ulaşma derecesini, faaliyetini ve geçmiş etkinliğini sürekli ve katılımcı bir tutumla irdeler,
- Ana sözleşmenin amaç maddesinde belirlenmiş olan faaliyetlerden gerçekleştirilecek olanlarını belirler ve bunların zaman ve koşullarını saptar,

- Şirketin karşı karşıya kalabileceği risklerin etkilerini en aza indirebilecek bir risk yönetim ve iç denetim düzeni oluşturur ve bunların sağlıklı işlemesi için gerekli önlemleri alır,
- Şirket faaliyetinin mevzuata, ana sözleşmeye, iç düzenlemelere uygunluğunu gözetir,
- Şirketin pay sahipleri ve halkla ilişkilerine ilişkin yaklaşımını belirler, Şirket ile pay sahipleri arasında yaşanabilecek anlaşmazlıkların giderilmesinde öncülük eder,
- Yıllık iş programı, bütçe ve personel kadrosunu belirleyip onaylar, bunlarda gerekebilecek değişiklikleri irdeler ve kararlaştırır,
- Bilanço ile gelir tablosunun, dönemsel finansal tabloların ve yıllık faaliyet raporunun Sermaye Piyasası Kurulu Kurumsal Yönetim İlkeleri de dahil olmak üzere mevzuat ve uluslararası standartlara uygun olarak hazırlanması, gerçeğe uygun ve doğru düzenlenmesi ve gerekli yerlere sunulması sorumluluklarını taşır,
- Şirketin son bilançosunun aktif toplamının %10'unu aşan tutarlardaki harcamaların kullanımını denetler,
- Şirketin bilgilendirme politikasını belirler,
- Şirket yapısının günün koşullarına uygunluğunu sağlamak için gerekli önlemleri alır, yöneticilerin ve sair çalışanlarının işbaşı eğitimi ve kariyer planlamalarını düzenler, etkinliklerinin ölçülmesi ve ödüllendirilme esaslarını saptar,
- Şirket ve çalışanları için etik kurallarını belirler,
- Genel Kurul toplantılarının yasa ve ana sözleşmeye uygun olarak yapılmasını gözetir,
- Genel Kurul kararlarının yerine getirilmesini denetler,
- Şirket bünyesinde oluşturulacak yürütme ve danışma komitelerini belirler, bunların üyelerini saptar,

Yönetim Kurulu kendisine yüklenen görev ve sorumluluklarını yerine getirirken bunları kısmen Şirket bünyesindeki komitelere işlevlerini de açıkça belirlemek suretiyle ve fakat kendi sorumluluğunu bertaraf etmeksizin devredebilir.

22. Yönetim Kurulu'nun Faaliyet Esasları

- 22.1. Yönetim Kurulu Üyelerinin, görevlerini tam olarak yerine getirebilmelerini teminen her türlü bilgiye zamanında ulaşmaları sağlanmaktadır.**
- 22.2. Yönetim Kurulumuz mali tablo ve dipnotları ile bağımsız denetim raporu ve yıllık faaliyet raporunun kabulüne dair ayrı bir karar almaktadır.**
- 22.3. 2010 yılında 41 adet Yönetim Kurulu toplantısı gerçekleştirilmiş/kararı alınmış olup, Yönetim Kurulu toplantılarında alınan kararlar mevcudun oybirliği ile alınmış, alınan kararlara muhalif kalmamıştır.**
- 22.4. Yönetim Kurulu toplantılarımız etkin ve verimli bir şekilde planlanmakta ve gerçekleştirilmektedir. Şirketimiz Esas Sözleşmesi ile de düzenlendiği üzere;**
 - 22.4.1. Yönetim Kurulu ayda bir defadan az olmamak kaydıyla Şirket işlerinin gerektirdiği zamanlarda toplanır.
 - 22.4.2. Yönetim Kurulumuz kural olarak Başkanının veya Başkan Yardımcısının çağrısı üzerine toplanmaktadır. Üyelerden en az üçünün isteği halinde de Yönetim Kurulumuzun toplantıya çağırılması zorunludur. Ayrıca Denetçilerden herhangi biri de Yönetim Kurulumuzu gündemini de saptayarak toplantıya çağırabilir.

- 22.4.3. Toplantı çağrılarının gündemi içermesi, toplantı gününden en az 7 gün önce yapılması ve çağrıya gündemde yer alan konularla ilgili her türlü belge ve bilgilerin eklenmesi zorunludur
- 22.4.4. Yönetim Kurulu toplantıları kural olarak Şirketin yönetim merkezinde yapılır. Ancak Yönetim Kurulu kararına dayanılarak merkezin bulunduğu şehrin başka bir yerinde veya sair bir kentte toplantı yapılması da caizdir.Yönetim Kurulu üyelerinin toplantılara bizzat katılmaları esastır; toplantılara uzaktan erişim sağlayan her türlü teknolojik yöntemle katılabilir. Toplantıya katılmayan, ancak görüşlerini yazılı olarak bildiren üyenin görüşleri diğer üyelerin bilgisine sunulur.
- 22.4.5. Yönetim Kurulumuzun görüşme ve kararlarının özel defterine bağlanacak toplantı tutanağına geçirilmesi ve toplantıya katılanlar tarafından imzalanması zorunludur. Olumsuz oy kullanan üyelerin gerekçelerini de belirterek tutanağı imzalamaları gerekir.
- 22.4.6. Yönetim Kurulumuz, üyelerinin en az yarısından bir fazlasının katılımı ile toplanır ve kararlarını katılan üyelerin oy çokluğu ile verir. Yönetim Kurulu Üyelerinin her birinin konum ve görev alanlarına bakılmaksızın bir oy hakkı vardır.

22.5. Yönetim Kurulu Üyelerinin ağırlıklı oy hakkı ve/veya olumsuz veto hakkı bulunmamaktadır.

22.6. Yönetim Kurulu tarafından atanan İcra Kurulu'nun Görev ve Sorumlulukları:

- Şirketin hedef ve politikalarını tanımlamak ve yönlendirmek.
- Şirket faaliyetlerinin etkinlikle yürütülmesine ve öngörülen hedeflerin gerçekleştirilmesine olanak verecek en uygun organizasyon yapısını saptamak.
- Oluşturulan hedef ve politikalar doğrultusunda yeni ürün, hizmet ve pazarları tespit etmek.
- Faaliyetleri kalite ve verimlilik açısından değerlendirerek, tanımlanmış hedef ve politikalara uygunluk sağlamak.
- Faaliyetlerin yeterli niteliklere sahip olan elemanlar tarafından etkin biçimde yürütülmesini sağlamak.
- Çalışanların kendi kariyerlerini geliştirmelerine özen göstermek ve teşvik etmek.
- Şirket faaliyetlerinin devamı için, tüm kaynakların verimli, etkin ve yeterli kullanımının sağlanması amacıyla gerekli stratejik hedef ve politikaları belirlemek ve her bir organizasyon biriminin bu doğrultuda çalışmasını sağlamak.
- Tüm Şirket faaliyetlerini performans kriterleri doğrultusunda denetlemek, gerekli iyileştirme ve değişiklikleri uygulamak.

<u>İcra Kurulu Üyeleri</u>	<u>Görevi</u>
Servet Topaloğlu (*)	Başkan
Bilen Böke	Üye-Mali İşler Grup Başkanı
Victoria Habif	Üye-Milliyet Fanatik Reklam Grup Başkanı
Neslihan Tokcan	Üye-Posta VatanPosta Reklam Grup Başkanı
Tijen Mergen (**)	Üye -Pazarlama, İş Geliştirme Grup Başkanı

(*) 01.02.2010 itibariyle göreve başlamıştır.

(**) 01.11.2010 tarihinde görevinden ayrılmıştır.

Gazetelerin Genel Yayın Yönetmenleri

Tayfun Devocioğlu	Üye-Milliyet Genel Yayın Yönetmeni
Rıfat Ababay	Üye-Posta Genel Yayın Yönetmeni
Necil Ülgen	Üye-Fanatik Genel Yayın Yönetmeni
İsmail Turgut Yuvacan	Üye-Vatan Genel Yayın Yönetmeni

23. Şirketle Muamele Yapma ve Rekabet Yasağı

2010 yılında yapılan Olağan Genel Kurul toplantımızda, Genel Kurul, Yönetim Kurulu Üyelerine Şirket ile iş yapma ve rekabet etme yetkisi vermiştir.

Diğer taraftan Yönetim Kurulu üyeleri ve yöneticiler ile yönetim kontrolünü elinde bulunduran pay sahipleri ya da imtiyazlı bir şekilde çeşitli bilgilere ulaşma imkânı olan kimseler, 2010 yılında kendi adlarına Şirketimizin faaliyet konusu kapsamına giren herhangi bir iş yapmamışlardır.

24. Etik Kurallar

Milliyet gazetesinin Anayasası ve Milliyet Posta ve Fanatik gazetelerinin Temel Felsefesi "kurumsal.milliyet.com.tr" sitesinde yayımlanmaktadır.

Şirketimiz, DYH tarafından belirlenen ve kamuya açıklanan "Yayın İlkeleri"ne uymaktadır. Bu ilkelere ek olarak DYH tarafından oluşturulan ve kamuya açıklanan DMG personelinin uyacağı "Davranış Kuralları"nı benimsemiştir. Söz konusu metinler DYH'nin web sitesinde yer almaktadır.

25. Yönetim Kurulu'nda Oluşturulan Komitelerin Sayı, Yapı ve Bağımsızlığı

Şirketimizde Yönetim Kurulu Üyeleri arasından 2 kişilik Denetim Komitesi oluşturulmuştur. -

Denetim Komitesi, Sermaye Piyasası Kanunu, Sermaye Piyasası Kurulu düzenlemeleri ve yürürlükte bulunan sair mevzuat hükümlerine uygun olarak teşkil edilir ve faaliyet gösterir.

Denetim Komitesi, her türlü iç ve bağımsız denetimin yeterli ve şeffaf bir şekilde yapılması için gerekli tüm tedbirlerin alınmasından sorumlu olup, özellikle aşağıda belirtilen hususların gerçekleştirilmesinden görevli ve sorumludur:

- a- Şirketin muhasebe sistemi, finansal bilgilerin kamuya açıklanması, bağımsız denetimi ve ortaklığın iç kontrol sisteminin işleyişinin ve etkinliğinin gözetimini yapar,
- b- Bağımsız denetim kuruluşunun seçimi, bağımsız denetim sözleşmelerinin hazırlanarak bağımsız denetim sürecinin başlatılması ve bağımsız denetim kuruluşunun her aşamadaki çalışmalarının gözetimini yapar,
- c- Şirketin hizmet alacağı bağımsız denetim kuruluşu ile bu kuruluşlardan alınacak hizmetleri belirler ve Yönetim Kurulu'nun onayına sunar,
- d- Şirketin muhasebe ve iç kontrol sistemi ile bağımsız denetimiyle ilgili olarak Şirkete ulaşan şikayetlerin incelenmesi, sonuca bağlanması, Şirket çalışanlarının, Şirketin muhasebe ve bağımsız denetim konularındaki bildirimlerinin gizlilik ilkesi çerçevesinde değerlendirilmesi konularında uygulanacak yöntem ve kriterleri belirler,
- e- Kamuya açıklanacak yıllık ve ara dönem finansal tabloların, Şirketin izlediği muhasebe ilkelerine, gerçeğe uygunluğuna ve doğruluğuna ilişkin olarak Şirketin sorumlu yöneticileri ve bağımsız denetçilerinin görüşlerini alarak, kendi değerlendirmeleriyle birlikte yönetim kuruluna yazılı olarak bildirir,
- f- Faaliyetleriyle ilgili olarak ihtiyaç gördüğü konularda bağımsız uzman görüşlerinden yararlanabilir. İhtiyaç duyduğu danışmanlık hizmetlerinin maliyeti Şirket tarafından karşılanır.

Denetim Komitesi; en az üç ayda bir olmak üzere yılda en az dört kere toplanır ve toplantı sonuçları tutanağa bağlanarak Yönetim Kuruluna sunulur. Denetimden sorumlu komite kendi görev ve sorumluluk alanıyla ilgili olarak ulaştığı tespit ve önerileri derhal Yönetim Kuruluna yazılı olarak bildirir.

Denetim komitesinin görev ve sorumluluğu, Yönetim Kurulunun Türk Ticaret Kanunu'ndan doğan sorumluluğunu ortadan kaldırmaz.

Denetim Komitesinde Şirket Yürütme (İcra) Kurulu Başkanı ve Mali İşlerden Sorumlu Yöneticinin görev alması caiz değildir.

Denetim Komitesi gerekli gördüğü takdirde belirli hususları Şirket Genel Kuruluna bildirebilir.

25.1.1. Komite üyeleri hakkında bilgiler aşağıda yer almaktadır:

Bu komitede 2009 yılında görev alanlar;

Adı Soyadı	Unvanı	Açıklama
Soner Gedik	Üye	Yönetim Kurulu Üyesi/Yürütmede Görevli Değil
Hakkı Alp Bayülken	Üye	Bağımsız Yönetim Kurulu Üyesi/ YürütmedeGörevli Değil

25.1.2. Denetim Komitesi Üyelerinden Hakkı Alp Bayülken, Bağımsız Yönetim Kurulu Üyesidir. Ancak yürütmede görevli olmadığından Sermaye Piyasası Mevzuatı hükümlerine uyulmaktadır.

26. Yönetim Kurulu'na Sağlanan Mali Haklar

- 26.1. Şirket Esas Sözleşmesine göre, Yönetim Kurulu Başkan, Başkan Yardımcısı ve Üyelerine Genel Kurul tarafından saptanacak bir ücret ödenir. Söz konusu ücretin saptanmasında kişilerin toplantı, toplantı öncesi ve sonrası hazırlık ve görevlerini yerine getirmek için harcayacakları zaman ile İcra Kurulu Başkanı'na verilen ücret dikkate alınır.

10.05.2010 tarihinde yapılan Olağan Genel Kurul toplantısında, Yönetim Kurulu Başkanı'na ayda net 7.500 TL; Yönetim Kurulu Başkan Vekili ile Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı'na ayda net 6.000 TL ve Yönetim Kurulu Üyelerinin her birine ayda net 5.000 TL ücret ödenmesine oybirliği ile karar verilmiştir.

DOĞAN GAZETECİLİK A.Ş.
2010 YILI KÂR DAĞITIM TABLOSU

DOĞAN GAZETECİLİK A.Ş. 2010 YILI GENEL KURUL'A SUNULACAK KAR DAĞITIM TABLOSU		
Çıkarılmış Sermaye	105.000.000	
Toplam Yasal Yedek Akçe (Yasal Kayıtlara Göre)	1.619.190	
Esas sözleşme uyarınca kar dağıtımda imtiyaz var ise söz konusu imtiyaza ilişkin bilgi	Yoktur	
	SPK (UFRS)	Yasal Kayıt
Dönem Karı / Zararı (-)	-7.682.434	13.796.870
Sürdürülen Faaliyetler Vergi Geliri (+)/ Gideri (-)	-8.846.373	-4.461.407
Net Dönem Karı / Zararı (-)	-16.528.807	9.335.463
Geçmiş Yıllar Zararları (-)	-10.350.341	0
Birinci Tertip Yasal Yedek (-)	-466.773	-466.773
NET DAĞITILABİLİR DÖNEM KARI	0	8.868.690
Yıl içinde yapılan Bağışlar (+)	39.712	
Birinci temettünün hesaplanacağı bağışlar eklenmiş net dağıtılabilir dönem karı	0	
Ortaklara Birinci Temettü	0	
	Nakit	0
	Bedelsiz	0
	Toplam	0
İmtiyazlı Hisse Senedi Sahiplerine Dağıtılan Temettü	0	
Yönetim kurulu üyelerin, çalışanlara vb.'e temettü	0	
İntifa Senedi Sahiplerine Dağıtılan Temettü	0	
Ortaklara İkinci Temettü	0	
İkinci Tertip Yasal Yedek Akçe	0	
Statü Yedekleri	0	0
Özel Yedekler	0	0
Olağanüstü Yedekler	0	8.868.690
Dağıtılması Öngörülen Diğer Kaynaklar	0	0
	Geçmiş Yıl Karı	0
	Olağanüstü Yedekler	0
	Kanun Ve Esas Sözleşme Uyarınca Dağıtılabilir Diğer Yedekler	0

PAY BAŞINA TEMETTÜ BİLGİLERİ			
	GRUBU	TOPLAM TEMETTÜ TUTARI (YTL)	ORAN (%)
BRÜT	-	0	0,00
NET	-	0	0,00
DAĞITILAN KAR PAYININ BAĞIŞLAR EKLENMİŞ NET DAĞITILABİLİR DÖNEM KARINA ORANI			0,00
ORTAKLARA DAĞITILAN KAR PAYININ BAĞIŞLAR EKLENMİŞ NET DAĞITILABİLİR DÖNEM KARINA ORANI (%)			0,00
ORTAKLARA DAĞITILAN KAR PAYI TUTARI (YTL)			0,00

DOĞAN GAZETECİLİK A.Ş. KÂR DAĞITIM POLİTİKASI

Şirketimiz, Türk Ticaret Kanunu; Sermaye Piyasası Mevzuatı; Sermaye Piyasası Kurulu (SPK) Düzenleme ve Kararları; Vergi Yasaları; ilgili diğer yasal mevzuat hükümleri ile Esas Sözleşmemizi dikkate alarak kâr dağıtım kararlarını belirlemektedir.

Buna göre;

Prensip olarak; Sermaye Piyasası Mevzuatı kapsamında hazırlanan ve Uluslararası Finansal Raporlama Standartları (UFRS) ile uyumlu finansal tablolar dikkate alınarak hesaplanan “net dağıtılabilir dönem kârı”nın asgari %50’si dağıtılır,

Hesaplanan “net dağıtılabilir dönem kârı”nın %50’si ile %100’ü arasında kâr dağıtımını yapılmak istenmesi durumunda, kâr dağıtım oranının belirlenmesinde Şirketimizin finansal yapısı ve bütçesi dikkate alınır.

Kâr dağıtım önerisi, yasal süreler dikkate alınarak ve Sermaye Piyasası Mevzuatı ile SPK Düzenleme ve Kararlarına uygun olarak kamuya açıklanır.

Türk Ticaret Kanunu ve Vergi Yasaları kapsamında hazırlanan finansal tablolara göre hesaplanan “net dağıtılabilir dönem kârı”nın 1’inci maddeye göre hesaplanan tutardan; a düşük olması durumunda, işbu madde (md.4) kapsamında hazırlanan finansal tablolara göre hesaplanan net dağıtılabilir dönem kârı dikkate alınır ve tamamı dağıtılır, b. yüksek olması durumunda 2’nci maddeye uygun olarak hareket edilir.

Türk Ticaret Kanunu ve Vergi Yasaları kapsamında hazırlanan finansal tablolara göre net dağıtılabilir dönem kârı oluşmaması halinde, Sermaye Piyasası Mevzuatı kapsamında hazırlanan ve UFRS ile uyumlu mali tablolarda “net dağıtılabilir dönem kârı” hesaplanmış olsa dahi, kâr dağıtımını yapılmaz.

Hesaplanan “net dağıtılabilir dönem kârı”, çıkarılmış sermayenin %5’inin altında kalması durumunda kâr dağıtımını yapılmayabilir.

Şirket değerimizi artırmaya yönelik önemli miktarda fon çıkışı gerektiren yatırımların, finansal yapımızı etkileyen konuların, piyasa koşullarında ve ekonomide belirsizlik ve olumsuz gelişmelerin mevcudiyeti, kâr dağıtımında dikkate alınır.

DOĞAN GAZETECİLİK A.Ş.

YÖNETİM KURULU KARARI

Toplantı Tarihi : 28.03.2011

Toplantı No. : 2011/06

Katılanlar : Hanzade V. DOĞAN BOYNER (Başkan)
Mehmet Ali YALÇINDAĞ (Başkan Yardımcısı)
Soner GEDİK (Üye)
Faik Servet TOPALOĞLU (Üye)
Tayfun DEVECİOĞLU (Üye)
Zafer MUTLU (Üye)

Doğan Gazetecilik A.Ş. Yönetim Kurulu yukarıda belirtilen tarihte Şirket merkezinde toplanarak,

- Denetim Komitemizin düzeltme tavsiyeleri doğrultusunda uygun görüşü ile Yönetim Kurulumuza sunulan, Sermaye Piyasası Kurulu (SPK)'nın Seri:XI, No:29 sayılı Tebliği kapsamında Uluslararası Muhasebe Standartları ve Uluslararası Finansal Raporlama Standartları ile uyumlu olarak hazırlanan; sunum esasları SPK düzenleme ve kararları uyarınca belirlenen; bağımsız denetimden geçmiş, bir önceki dönem ile karşılaştırmalı 01.01.2010–31.12.2010 hesap dönemine ait konsolide finansal raporun kabulüne ve Genel Kurulun onayına sunulmasına,

oy birliği ile karar vermiştir.

Hanzade V. DOĞAN BOYNER
(Başkan)

Mehmet Ali YALÇINDAĞ
(Başkan Yardımcısı)

Soner GEDİK
(Üye)

Faik Servet TOPALOĞLU
(Üye)

Tayfun DEVECİOĞLU
(Üye)

Zafer MUTLU
(Üye)

FİNANSAL RAPORUN KABULÜNE İLİŞKİN YÖNETİM KURULU'NUN
KARAR TARİHİ: 28.03.2011
KARAR SAYISI : 2011/06

SERMAYE PİYASASI KURULUNUN

SERİ:Xİ, NO:29 SAYILI TEBLİĞİN ÜÇÜNCÜ BÖLÜMÜNÜN 9. MADDESİ
GEREĞİNCE SORUMLULUK BEYANI

Doğan Gazetecilik A.Ş.'nin, Sermaye Piyasası Kurulu (SPK)'nun Seri:Xİ, No:29 sayılı Tebliği kapsamında Uluslararası Muhasebe Standartları ve Uluslararası Finansal Raporlama Standartları ile uyumlu olarak hazırlanan; sunum esasları SPK düzenleme ve kararları uyarınca belirlenen; bağımsız denetimden geçmiş, bir önceki dönem ile karşılaştırmalı 01.01.2010–31.12.2010 hesap dönemine ait konsolide finansal raporu tarafımızdan incelenmiş olup; görev ve sorumluluk alanımızda sahip olduğumuz bilgiler çerçevesinde;

- a- Finansal tablonun ve dipnotlarının önemli konularda gerçeğe aykırı bir açıklama veya açıklamanın yapıldığı tarih itibarıyla yanıltıcı olması sonucunu doğurabilecek herhangi bir eksiklik içermediği,
- b- Yürürlükteki finansal raporlama standartlarına göre hazırlanmış finansal tabloların, konsolidasyon kapsamındakilerle birlikte, Şirketimizin aktifleri, pasifleri, finansal durumu ve kâr/zararı ile ilgili gerçeği dürüst bir biçimde yansıttığı,

tespit olunmuştur.

Bilen BÖKE
İcra Kurulu Üyesi
Mali İşler Grup Başkanı

Asil ALPTEKİN
Mali İşler Direktörü

DENETÇİ RAPORU

DOĞAN GAZETECİLİK A.Ş.
GENEL KURUL BAŞKANLIĞI'NA

Şirketin 2010 yılı Hesap Dönemi ile ilgili murakabe çalışmalarının sonuçları aşağıda yüksek görüşlerinize sunulmuştur.

1. İşletmenin mahiyet ve önemine göre tutulması zorunlu olan defter dosya ve kayıtlarının tutulduğu, defterlerin tutulmasında yasalar ve muhasebe tarz ve usullerine, ana sözleşme ve T.T.Kanunun hükümlerine uyulduğu görülmüştür.
2. Envanter, Bilanço ve Gelir Tablosunda gösterilen değerler defter kaydına uygun olup, bunların düzenlenmesinde ana sözleşme ve T.T.Kanunu hükümlerine göre hareket edilmiştir. Yönetim Kurulu'nca Genel Kurul'a sunulan Şirket Bilanço ve Gelir Tablosunun T.T.Kanunu'nun 75.maddesinde sözü geçen açıklık ve doğruluk ilkeleri uyarınca düzenlendiği ve resmi defter kayıtlarının aynısı olduğu görülmüştür.
3. Şirket Yönetimi ile ilgili kararların usulüne uygun şekilde tutulan karar defterine geçirildiği görülmüştür.

Netice olarak, Yönetim Kurulu tarafından hazırlanmış bulunan raporda özetlenen Şirket çalışmalarının ve buna bağlı sunulan Bilanço ve Gelir Tablosunun tasvibini Genel Kurul'un yüksek görüşlerine sunarız.

DENETÇİ
Erdem SEÇKİN

DENETÇİ
Erem Turgut YÜCEL

**DOĞAN GAZETECİLİK A.Ş.
DENETİM KOMİTESİ KARARI**

TARİH : 28 Mart 2011

KONU : 01.01.2010–31.12.2010 Hesap Dönemi Finansal Tablolar

Sermaye Piyasası Kurulu (SPK)'nın Seri:XI, No:29 sayılı Tebliği kapsamında Uluslararası Muhasebe Standartları ve Uluslararası Finansal Raporlama Standartları ile uyumlu olarak hazırlanan; sunum esasları SPK düzenleme ve kararları uyarınca belirlenen; bağımsız denetimden geçmiş, bir önceki dönem ile karşılaştırmalı 01.01.2010–31.12.2010 hesap dönemine ait konsolide finansal raporu, Şirketin finansal raporlarının hazırlanmasında sorumluluğu bulunan yöneticilerinin de görüşü alınarak incelenmiştir.

Sahip olduğumuz ve bize iletilen bilgiler ile sınırlı olarak, söz konusu finansal rapor ile ilgili görüşümüz finansal tabloların hazırlanmasında sorumluluğu bulunan yöneticilere iletilmiş olup; bu görüş çerçevesinde söz konusu finansal raporun, Şirketimizin faaliyet sonuçları hakkında gerçek durumu yansıttığı; yanıltıcı olması sonucunu doğurabilecek herhangi önemli bir eksiklik içermediği ve SPK düzenlemelerine uygun olduğu kanaatine varılmıştır.

DENETİM KOMİTESİ BAŞKANI
SONER GEDİK

DENETİM KOMİTESİ ÜYESİ
HAKKI ALP BAYÜLKEN

ERİŞİM BİLGİLERİ

DOĞAN GAZETECİLİK A.Ő.

Merkez Yüzyıl Mahallesi, Doğan Medya Center 34204 Bağcılar, İstanbul
Tel: 0212 505 61 11 Pbx Faks: 0212 505 63 98

Ankara Bürosu Nevzat Tandoğan Cad. No: 8 AŐađı Ayrancı, Ankara
Tel: 0312 410 88 00 Pbx Faks: 0312 417 38 78

İzmir Bürosu Őehitler Cad. Key Plaza No: 18 Kat: 5 Alsancak, İzmir
Tel: 0232 464 20 00 Pbx Faks: 0232 464 18 04

Adana Bürosu Çınarlı Mah. Atatürk Cad. Torun Apt. Kat: 1 No: 5-6 Seyhan, Adana
Tel: 0322 459 84 84 Pbx Faks: 0322 459 84 95

Antalya Bürosu Havaalanı Yolu, 8. km Doğan Printing Center Antalya
Tel: 0242 340 38 38 Pbx Faks: 0242 340 64 64