

HURRIYET (HURGZ.IS)

GORUSME RAPORU

Yatirim Dusuncesi: Pozitif

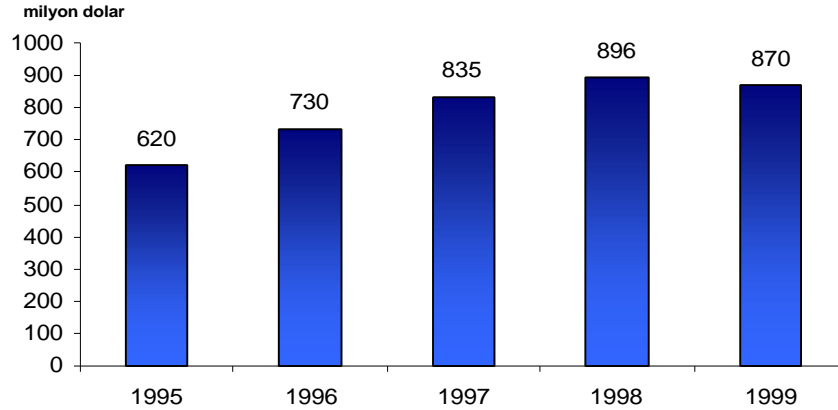
Sirket Yetkilisi : Mehmet YORUK (Finansman Koordinatörü)
Analist : Zeynep Palandoken, Gurkan Bayraktar
Gorusme Tarihi : 8 Mart 2000

Sektorun 1999 Performansi

Türkiye'de, 1999 yılında, toplam 870 milyon dolarlık reklam harcaması yapılmıştır. 1998'de bu rakamın 890 milyon dolar olduğu göz önüne alındığında, toplam reklam harcamalarında geçtiğimiz yıl **%2'nin üzerinde bir daralma** yaşandığı görülmektedir.

Yazılı basın söz konusu olduğunda, reklam sektörünün performansı GSMH'daki hareketlerle bağlantılı olmaktadır. Genelde, toplam reklam harcamaları yıllık **GSMH büyüme oranının 2,5 – 3 kati** artış göstermektedir. GSMH'nin daraldığı dönemlerde ise, yazılı basının reklam gelirlerinde de azalma olmakta, fakat bu düşüş genelde GSMH'daki orandan daha aşağılarda seyretmektedir.

Net Reklam Harcamaları



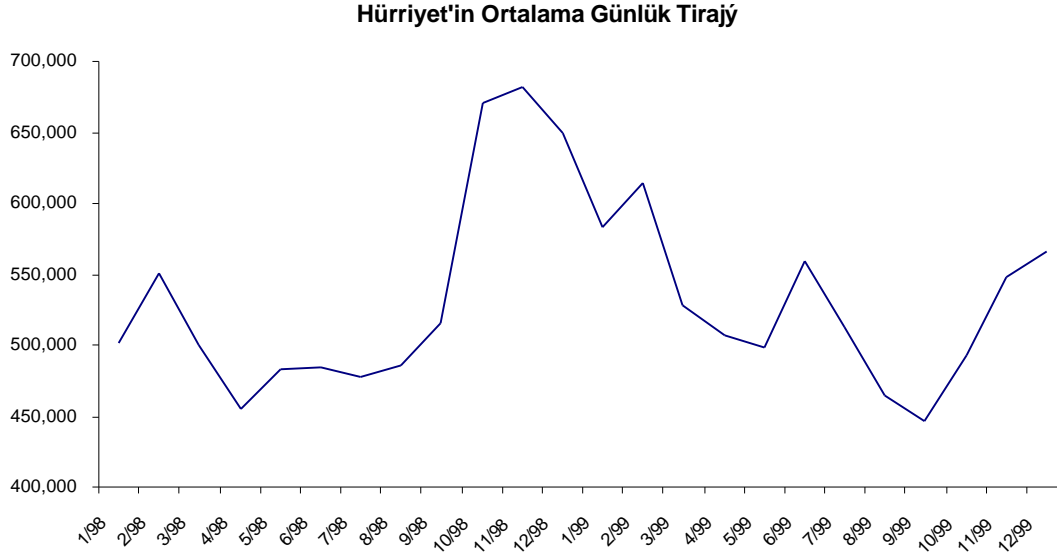
1999 Yılında Hurriyet

Hurriyet'in 1999 yılında **günlük ortalama tirajı 526.854** olmuştur. Bu rakam 1998 yılındaki 537.873 ile karşılaştırıldığında %2'lik bir daralmaya işaret etmektedir. Toplam reklam gelirlerine bakıldığında 1998 yılındaki 163,8 milyon dolara karşılık, 1999 yılında, **%12,7'lik bir düşüşle, 143 milyon dolar** elde edilmiştir. Gazete satış gelirleri ise, aynı dönemde, 101 milyon dolardan 76 milyon dolara düşmüştür. Tirajdaki %2'lik azalmaya karşılık, gazete satış gelirlerindeki %25'i bulan daralma rekabet ve yetersiz talep nedeniyle, gazetenin satış fiyatını gerektiğince arttıramamasından kaynaklanmaktadır.

1999 yılında da, Hurriyet'in toplam yazılı basın reklam gelirlerinden aldığı pay **%45 seviyelerinde devam etmiştir**. Piyasaya agresif promosyon kampanyaları ve düşük fiyat politikalarıyla giren yeni gazeteler, Hurriyet'in sektördeki güçlü konumunu etkilememiştir. Bunun başlıca nedeni Hurriyet'in yüksek gelir grubu tarafından okunuyor olmasıdır. Yapılan istatistiklere göre A ve B grubu okuyucular

Hurriyet'in toplam okuyucu kitlesinin %39'unu, C grubu okuyucular ise %30'unu oluşturmaktadır. Bu nedenle yüksek gelir grubuna hitap eden tasit, bilgisayar, beyaz esya ureticileri gibi sirketler ilan verirken Hurriyet'i tercih etmektedirler. 1999 yilinda seri ilan gelirleri Hurriyet'in toplam reklam gelirlerinin yaklasik %15'ini olusturmustur.

1998 yilinda %12.11 duzeyinde olan gazete iade oranı 1999 yilinda **%14.57'ye yukselmistir**. Bu artisın baslica sebebi deprem felaketi nedeniyle dagitimin zorlasmasi ve talebin daralmasidir. Temmuz ayinda %16'ya yukselen iade oranı, Agustos ve Eylul aylarında %20'nin uzerine cikmistir.



Istirakler

Dogan Medya International (%38 oranında istirak) Hurriyet'in yurt disı satısını gerceklestirmektedir. Hurriyet 70.000 adetlik tirajıyla Avrupa'da en cok satan Turk gazetesidir. 1999 yili reklam gelirleri 9 milyon DM seviyesinde gerceklestirilmistir. Sirketin amaci orta vadede Hurriyet'in Avrupa'daki gunluk ortalama satısını 100.000 seviyesine ulastirmaktir. Bu dogrultuda, su anda tek merkezde yurutulen baski isleminin 3-4 farkli bolgeye yayilmasi planlanmaktadir. Boylece bugun ortalama saat 17:00'de baslayan basım, daha ileri bir saate alinabilecektir ve Boylelikle daha taze haberlerle gazete daha cazip bir hale getirilecektir.

Dogan Burda Rizzoli'nin (eski adıyla Hurguc) halka arz onumuzdeki gunlerde gerceklesecektir. Soz konusu sirket A ve B grubu okuyucuya hitab eden 28 dergi yayinlamaktadir. Bu dergilerin baslitalari ve yaklasik aylık tirajlari soyledir: Elle (42.000), Otoshow (19.725), Ekonomist (20.710), Tempo (20.500), Blue Jean (33.000), Atlas (31.964), FormSante (22.239), PCNet (24.000).

Dogan Ofset grup dergilerinin tamamını ve THY'nin dergisi Skylife ile cesitli supermarket brosurleri basmaktadir. Grup tarafından 100 milyon dolar fiyat bicilen sirketin toplam satılarının %70'i grup ici, %30'u ise grup disı firmalara yapilmaktadir. Dogan Ofset'in bir stratejik ortak yardimiyla daha cok disari acilmasi ve Boylelikle grup disı satılarının toplama oranının yukseltilmesi hedeflenmektedir. Daha sonra da sirketin halka arzı gundeme alınacaktır.

Digital Hizmetleri Pazarlama sirketi Cukurova ve Dogan gruplarının ortaklasa kurduklari ve Hurriyet'in %20 oranında istirak ettigi bir dijital yayin sirketidir. Bu sirkette Dogan Ofset'inde %5 payi bulunmaktadir. Bugunlerde ortaklar arasında bazı anlaşmazlıklar yasanmaktadir ve Dogan Grubunun Cukurova'dan ayrilarak yeni bir ortak arayısına girmesi soz konusu olabilir.

Ultra Kablo bir Hurriyet (%33.33), Siemens ve Koc Holding ortakligi olup 11 ilde ve Istanbul'un Anadolu yakasında kablolu TV haklarını elinde bulundurmaktadır. Halen yururlukte olan oranlar Ultra

Kablo'nun karli bir sirket olmasini engellemektedir. Ileride urun cesitlemesi ve uydu araciligıyla yapılacak yayinlar vasitasiyla bu sirketin karli bir hale getirilmesi planlanmaktadır.

2000 Yilinda Hurriyet

2000 yilinin ilk uc ayinda genel ekonomideki hareketliliğe paralel olarak, Hurriyet'in de reklam gelirlerinde gözle görülür bir artis olmuştur. **Nisan ayi sonuna dek reklam sayfaları dolmuştur.**

Bugün Hurriyet gazetesi yaklaşık 30 cent'e satılmaktadır. Üretim maliyetleri ise gazete basına toplam 28 cent'tir. Geçen sene tonu 430-400 dolara kadar düşen gazete kağıdı fiyatları uluslararası dalgalanmalara paralel olarak 560-580 dolar kadar yükselmiştir. Önümüzdeki aylarda da fiyatların bu seviyelerde devam edeceği tahmin edilmektedir. Dah fazla artis beklenmemesinin sebebi, gazetelerin kağıttan bilgisayar ortamına doğru yavaş da olsa bir geçiş yapmaya başlamış olmaları ve bu nedenle talepte düşüş olmasındır. (Hurriyet'in web sayfasında 20 dakika ve üzerinde bir süre kalanlar göz önüne alındığında günlük tirajı 160.000'i bulmaktadır.)

1999 yılında başlanılan aşağıdaki yatırımlar Hurriyet'in finansal performansını 2000 yılında olumlu etkileyecektir:

1. 1999 yılında 10 milyon dolara alınan insert makinesi Mayıs veya Haziran ayında çalışmaya başlayacaktır. Bu makine sayesinde, daha önce elle yapılan gazete arasına reklam amaçlı insertler yerleştirme işi otomatik olarak gerçekleştirilecektir. Bu sayede, sadece bir mahalleye reklam dağıtmak isteyen küçük bir işletme bile, bu talebini Hurriyet gazetesi vasitasiyla karşılayabilecektir. Böylelikle, yurt dışında çok yaygın olarak kullanılan fakat Türkiye için oldukça yeni olan insertlere talep artacaktır.
2. Yine yeni alınan 17 milyon dolarlık baskı makinesi sayesinde bugün 52 sayfalık bir gazetede 16 sayfa olan renkli baskı 32 sayfa'ya yükselecektir. Siyah – beyaz bir ilanın reklam verene maliyeti yaklaşık 40 dolar sütun/santim iken renkli ilanın fiyatı 70 dolar sütun/santim'i bulmaktadır. Renkli ilana talebin de yoğun olduğu göz önüne alındığında, söz konusu yatırım da Hurriyet'in ileriki yıllarda reklam gelirlerini olumlu yönde etkileyecektir.
3. Önümüzdeki günlerde tamamlanacak olan yeni baskı tesisleri sayesinde Hurriyet ve Milliyet'in basım faaliyetleri İstanbul geneli için tek bir merkezden yürütülecektir. Söz konusu tesis tamamen Hurriyet'in malidir ve Milliyet alacağı basım hizmetleri için %5 oranında karından pay verecektir. Her ne kadar bu yatırım üretim maliyetleri açısından Hurriyet'e pozitif bir katkıda bulunmasa da oluşacak "diğer satış gelirleri" toplam ciroyu olumlu yönde etkileyecektir.

Bu raporda yer alan tüm bilgi ve veriler güvenilir olduğuna inanılan, halka açık kaynaklardan alınmıştır. Raporda yer alan bilgilerin doğru ve eksiksiz olması amacıyla gereken tüm dikkat ve özen gösterilmiştir. Bu bilgilerin kullanılması sonucu doğabilecek sonuçlardan, bilgilerdeki eksiklik ya da yanlışlıktan Strateji Menkul Değerler A.Ş. sorumlu tutulamaz. Bu yayında yer alan görüş ve düşüncelerin Strateji Menkul Değerler A.Ş. yönetimi için hiçbir bağlayıcılığı yoktur.

Bu bilgi ve verilerin amacı, profesyonel yatırımcılara enformasyon vermek olup, kişilerin yatırım kararlarını söz konusu bilgilere bağlı kalmadan verdikleri varsayılır. Bu nedenle, yayınlanan hiçbir görüş ya da düşünce bir yatırım önerisinde bulunma hedefi ya da adı geçen hisselerin alınıp satılması tavsiyesi niteliğinde değildir. Strateji Menkul Değerler A.Ş.'nin bağlı kuruluşları, çalışanları, yöneticileri, ortakları, hakkında rapor yazılan şirket ile danışmanlık niteliğinde zaman zaman doğrudan ya da dolaylı olarak birebir ilişkiye girmiş olabilir ya da herhangi bir hisse senedi işlemi gerçekleştirmiş olabilirler.

2000 Strateji Menkul Değerler A.Ş.

Tüm hakları saklıdır. Strateji Menkul Değerler'in izni alınmadan, elektronik, mekanik, fotokopi, kayıt cihazı veya başka bir yöntemle, bu yayınlardan bir kısmı ya da tamamının kopyası çıkarılamaz, bilgisayar sistemlerine aktarılamaz.