

sabah ülkesi

 aylık kültür-sanat ve felsefe dergisi

REKLAM TARİFESİ 2017

Fiyat Listesi No. 3
1 Ocak 2017 tarihinden itibaren geçerlidir

İçindekiler

Önsöz	1
Sabah Ülkesi Yayın Portresi	3
Tiraj ve Dağıtım Bölgeleri	4
Hedef Kitlesi	5
Reklam Formatları	7
Fiyat Listesi ve İndirimler	8
Teknik Özellikler	9
İrtibat	10
Genel İşlem Koşulları (GİK)	11

10 yılı aşkın bir süredir yayınlanmakta olan Sabah Ülkesi Dergisi Avrupa'da yayınlanan bir dergi olmasının yanı sıra, özelde Türk-İslam ve aynı kültürel havzada yer aldığımız Avrupa kültürüne, genelde ortak insanlık/dünya kültürüne ve üretilen sanat ve düşünce ürünlerine sayfalarında yer vermektedir. Bunu yaparken geçmişte ve çağdaşı olduğumuz ve içinde yaşadığımız zaman diliminde düşünülmüş olanları ve hâlihazırda düşünülenleri bilip, kültürü tanımanın, felsefi ve kültürel öğelere ilgi duyup onlara gerekli önemi vermekle ancak mümkün olduğunun bilinciyle hareket eder.

Bu çerçevede farklı düşünce, kültür ve sanat ürünleri derginin sayfalarında özgün değerlendirme ve yorumlarla yer alır. Dergimiz Türkçe konuşan Avrupalı göçmenlere hitap eden, alanındaki en kaliteli ve en yüksek tiraja sahip kültür/sanat ve felsefe dergisidir.

Sizin de ürün ve hizmetlerinizin hedef kitlesi Türkçe konuşan Müslüman topluluğu ise, Sabah Ülkesi Dergisinde reklam vermeniz en doğru tercihiniz olacaktır. Sabah Ülkesi Dergisi ekibi olarak bizler, ürün ve hizmetlerinize özel tasarlanmış reklam kampanyasına danışmanlık yapmaktan ve size profesyonel kadromuzla destek olmaktan memnuniyet duyarız.



sabah ülkesi

üç aylık kültür-sanat ve felsefe dergisi

SAYI 50
Ocak 2017

Dinin Ana Kavramı, Teklif Üzerine Bazı Değerlendirmeler:
Teklif Yaratıcı Anlamada Daraltıcı Bir Kavram mıdır?
Ekrem Demireli

Sorumluluk Sorusu
François Raffoul

Mesuliyetin Fikhi Temelleri
Asım Çineyd Köksal

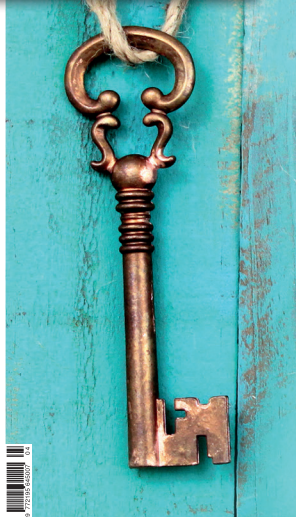
Yükümlülüğün Sahibi Sorumluluğa
Thomas Lennke

Franz Rosenzweig ve Walter Benjamin
ile Kısa Bir Arastır
Julius Simon

İnsan, Ahlak ve Sorumluluk
Mustafa Dölek

İslam Felsefesinde Ahlak ve
İnsanın Sorumluluğu
Hasan Hüseyin Bircan

Thomas Bauer ile Söyleşi



sabah ülkesi

üç aylık kültür-sanat ve felsefe dergisi

SAYI 49
Ekim 2016

Akılın Mürebbitisi Olarak Ahlak:
Hans-Isaac Esfeld-Muhsittinin
"Ahlaka Terbiye Edilen Akıl" Teorisi Hakkında
Değerlendirmeler
Ekrem Demireli

Felsefe Bilgi Ve Hakikat Problemi Üzerine
Adnan Altınbaş

Felsefe: Bilginin Peşinde Olmak
Baron Bredt

Alimin Dönüşünü Bekleyen
Bedrii Gençler

İlm-i Ledün: Hzr. ile Musa Kasaası
Hugh Talat Halman

Bilgi nedir ve biz insanlar neyi bilebiliriz?
Markus Gabriel

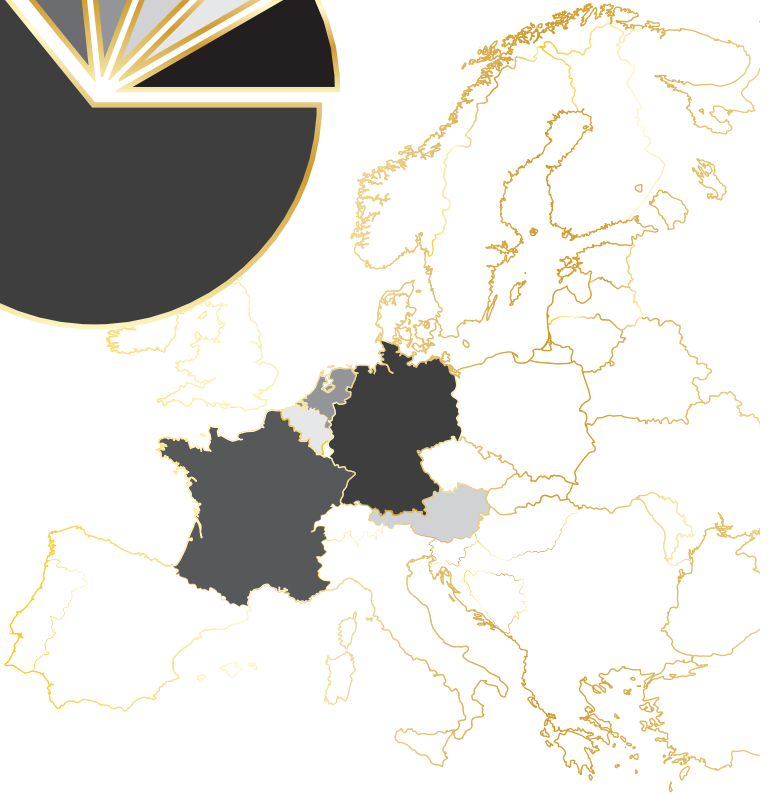
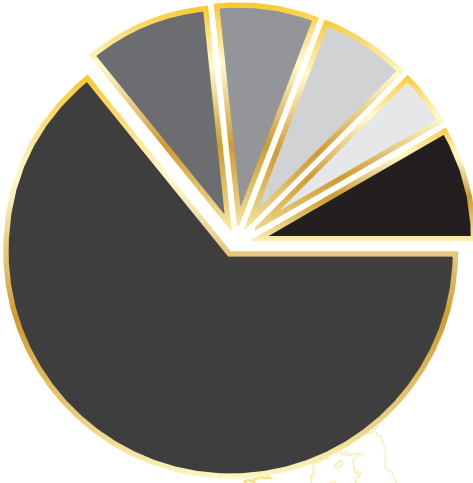
Dinin Rasyonelleştirilmesi
William Chittick

Yalçın Çetinkaya ile Söyleşi

Sabah Ülkesi, bir kültür-sanat ve felsefe dergisi olarak, kültür, sanat ve düşüncenin üreticisi olan insanı başta olmak üzere, taşıyıcısı olan dil ve mekânı yayıncılığına konu kılar. Bu çerçevede kültürün kendine has özelliklerini taşıyan insanların hayatı, dil üzerinden ortaya koydukları eserler, inşa ettikleri mekânlar, ortaya koydukları sanat eserleri Sabah Ülkesi'nin başlıca konuları arasında yer almaktadır. Bu konuları, makale, deneme, söyleşi, tanıtım, eleştiri ve hikâye gibi çeşitli metin türleri üzerinden muhatap kitlesine aktarır.

Bununla beraber derginin Avrupa'da çıkan bir dergi olması, içinde yaşanan coğrafyanın kültür, sanat ve felsefe boyutuna eğilmeyi gerekli kılmaktadır. Bu anlamda dergi, sürekli etkileşim içerisinde olduğumuz Avrupa kültürüne, genelde ortak insanlık/dünya kültürlerine ve üretilen sanat ve düşünceye sayfalarında yer verir. Bu çerçevede farklı düşünce, kültür ve sanat ürünleri derginin sayfalarında değerlendirilmek ve yorumlanmak üzere yer alır.

tiraj ve dağıtım bölgeleri



14626

Toplam Tiraj

9399

Almanya

1367

Fransa

1090

Hollanda

952

Avusturya

603

Belçika

1215

Diğer

hedef kitlesi

Sabah Ülkesi Dergisinin hedef kitlesi ağırlıklı olarak Avrupada yaşayan ve Türkçe konuşan okurlardır. Sabah Ülkesi, belirli bir eğitim seviyesinde bulunan, entelektüel ve kültürel ilgileri olan tüm kadın ve erkeklere hitap eder. Son bilimsel araştırmalara bakıldığında, Sabah Ülkesi Dergisi okurlarının oldukça cazip bir hedef kitleyi oluşturduğu görülür.

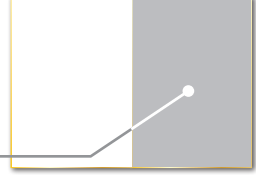
Dinamik bir yapıya sahip olan Sabah Ülkesi okurları ayrıca aylık yüksek bir gelire sahiptirler. Kaliteli ürün ve hizmetlere değer veren bu kitle, ayrıca yüksek kaliteli ürün ve hizmetlere ulaşma talepleriyle de dikkat çekmektedir.

- Kaliteli ürünleri tercih eder
- Ortalama yaş oranı 30,9 ile oldukça genç
- Okurların yüzde 59,8'i yüksek veya orta seviyeli okullardan mezun
 - Yüzde 71,4'ü çalışmakta veya eğitim görmekte
 - Bir hane halkı ortalama 3,8 kişiden oluşmaktadır
- Almanya'nın gayri safi milli hasılasındaki payları yaklaşık 48 milyar Euro
 - Hane halkı başı aylık net gelir yaklaşık 2.100 Euro
 - Tasarruf mevduatları aylık yaklaşık 400 Euro
 - Yaklaşık 17 milyar Euro yıllık alım gücü

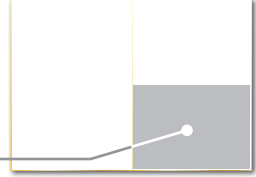


reklam formatları

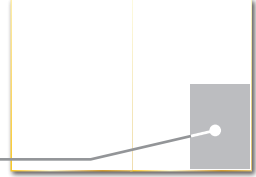
1/1 sayfa **201*281 mm**



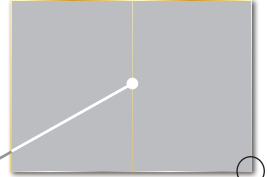
1/2 sayfa **201*143,5 mm**



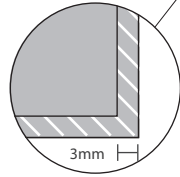
1/4 sayfa **103,5*143,5 mm**



çift sayfa **396*281 mm**



- Önemli bilgiler 3 mm kesme alanına konulmamalıdır.
- (Verilen boyutlara kesme alanlar dahildir.)
- İlanın çözünürlüğü 300 dpi olmalıdır.



fıyat listesi ve indirimler

Tiraj	İç Sayfa			Arka Sayfa	Özel Format
	1/1 sayfa	1/2 sayfa	1/4 sayfa	1/1 sayfa	çift sayfa
14.626	5.900 €	3.200 €	1.800 €	8.900 €	10.900 €

2 sayı **5%**



3 sayı **10%**



4 sayı **15%**



5 sayı **20%**



Fiyatlara KDV dahil değildir.

teknik özellikler



Yayınlanma şekli:

Üç aylık



Son ilan tarihi:

Yayınlama tarihinden 2 hafta önce. Yayınlama tarihinden 1 hafta öncesine kadar verilen ilanlara %20 zam uygulanarak faturalandırılır.



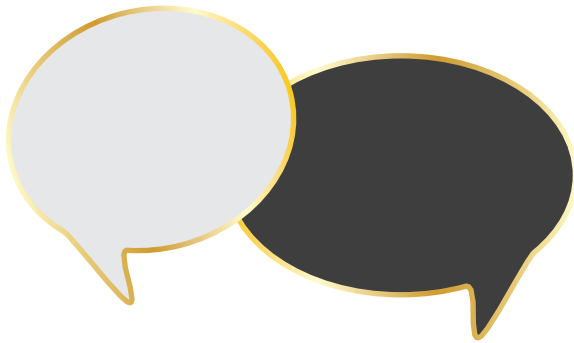
Dijital veri aktarımı:

İlanlar PDF, EPS, JPG veya TIFF formatlarında baskı kalitesine sahip bir şekilde DVD, CD, e-posta veya siparişi alanın serbestçe ulaşabileceği bir sunucuda hazır bulundarmak suretiyle ibraz edilmelidir.



Baskı yöntemi:

4 renkli, sayfa eni 198 mm, sayfa boyu: 281 mm, baskı: Offset, çözünürlük: 300 dpi, işlem türü: dergi baskısı (Tutkal Cilt).



PLURAL Publications GmbH

Colonia-Allee 3, D-51067 Köln

Telefon: +49 221 942240-200

Faks: +49 221 942240-201

Internet: www.plural-publications.eu

E-posta: ilan@plural-publications.eu

Genel İşlem Koşulları

1. İlan Siparişi

a) "İlan Siparişi" ibaresi aşağıda yazılı olan Genel İşlem Koşullarında (GİK) belirtildiği gibi, bir reklam işletmecisinin veya ilan veren diğer kişilerin bir veya birden fazla ilan veya bir veya birden fazla reklamının (bundan sonra "reklam aracı" olarak anılacaktır) yayımlanması amacıyla yapılan sözleşmenin adıdır. b) İlan siparişi için, bu Genel İşlem Koşulları ve 99names communication GmbH'nın (bundan sonra "arz eden" olarak anılacaktır) belirlediği fiyatlar listesi münhasıran geçerlidir. Sipariş veren kendisine ait muhtemelen mevcut GİK, bu Genel İşlem Koşulları ile birbirini tutmadıkça, geçerliliği kabil değildir. Bu Genel İşlem Koşulları, tekrar açıkça belirtilmiş olmasalar da, sipariş verenin gelecekte vereceği ilan siparişleri için de geçerli olacaktır.

2. Reklam Araçları

a) Bir reklam aracı, bu GİK'de belirtildiği gibi, bir veya birden fazla resim ve/veya metinden oluşabilmektedir. b) Reklam araçları, tasarımlarının şekilleri sebebiyle reklam aracı olarak tanınmaması durumunda, arz eden tarafından, reklam veya ilan oldukları tanınabilecek şekilde getirileceklerdir. Arz eden, reklam araçlarının herhangi bir yasayı ve üçüncü kişilerin haklarını ihlal etmemesini, ahlaka aykırı (örneğin ırkçı, şiddetli ululayan, hakaret edici, müstehcen, erotik veya pornografik) içeriklerin bulunmamasını sağlayacaktır. Söz konusu içeriklerin bulunması durumunda 8 a) ve 16 a) ilâ c) maddeleri uygulanacaktır.

3. Akdin İnikadi

a) Sözleşme, hilafına hususi mukavele mevcut değil ise, arz eden yazılı olarak veya e-posta yoluyla onay vermesiyle oluşmuş sayılır. Şayet arz eden, onay vermesizin müşterinin bir reklam aracını yayımlarsa, bu yayımlamadan ötürü sipariş onaylanmış sayılır. Sözlü veya telefon aracılığıyla verilen onaylarda da bu GİK geçerlidir. b) Eğer ilan siparişi bir reklam acentesi tarafından verilirse, hilafı yazılı şart edilmedikçe, sözleşme, arz eden ile reklam acentesi arasında oluşmuş sayılır. İstediğinde, reklam acentesi, sipariş verenin adını bildirmek zorundadır. Arz edenin, reklam acentesinden bir vekillik kanıtı (yetkilendirme) istemeye hakkı vardır.

4. Reklamın Konumlandırılması

a) Reklamların konumlandırılacağı yerler karşılıklı anlaşma ile veya hakkaniyet üzere tespit edildikten sonra, reklam araçları, sözleşmede belirtilen süreler boyunca yerlerine konumlandırılırlar. b) Arz eden tarafınca bildirilen, ilanlara ilişkin fiyat listesinde geçerli olan, ve belli sayfalar ve ilan süreleri için öngörülen konumlandırma zamları dikkate alınarak, redaksiyon işlemleri de buna imkan verdiğinde, sipariş verene, ilanın konumlandırılacağı sayfayı seçme hakkı tanınır. c) Arz eden, başka türlü yazılı anlaşma yapılmadıkça, reklam aracının etrafında yer alan içeriği şekillendirmede serbesttir.

5. Gerekli Verilerin Tedarik Edilmesi

a) Sipariş veren, uygun reklam araçlarını vaktinde ve eksiksiz bir şekilde ve özellikle arz edenin talep ettiği format veya teknik özelliklerde, ilan yayımlanmadan önce tedarik etmekle mesuldür. Arz eden, sipariş verenin ona bunları kullanması için bıraktığı reklam araçlarından dolayı, sorumluluğunu sipariş verenin taşıdığı herhangi bir zarar meydana gelmesi durumunda, sipariş veren, bu zararları tazmin etmek zorundadır. Reklam araçları geç teslim edildiğinde veya sonradan değişiklikler yapıldığında, ilan-

ların usûle uygun ve vaktinde yayımlanabileceğine dair garanti verilemez.

b) Eğer reklam araçlarını arz eden kendisi hazırlamayacaksa, söz konusu reklam araçlarının tedarik edilişi, elektronik resim dosyası formatında veya arz edenin bildireceği diğer bir formatta hazırlanıp e-posta olarak gönderilerek gerçekleştirilecektir. Şayet reklam araçları sözleşmede talep edilen şekle uymuyorsa, sipariş veren, en kısa süre içerisinde konuyla ilgili gerekçeleri de bildirerek arz edenin haberdar edecektir. Sipariş veren, reklam araçlarını iletilirken iletişim yollarındaki mevcut risklerden kendisi sorumlu olacaktır.

c) Eğer kullanılan reklam araçları bir daha kullanılmayacaklarsa, arz eden, istediğinde bu reklam araçlarını geri dönüşümü imkanı olmaksızın silebilir/imha edebilir.

d) Reklam aracında, sipariş verenin isteği üzere veya onun sorumlu olduğu sebepten dolayı yapılacak bir değişikliğin arz eden için meydana getireceği masrafları sipariş veren üstlenecektir.

6. Artı Hizmetler

a) Arz eden, muhtemelen meydana gelecek olan olağanüstü masrafları, reklam branşında geçerli sayılan tarife üzerinden ayrıca faturalandırabilir. Baskı evraklarının hazırlanması, ilan tasarımı, metin taslakları, medya ile ilişkili muhasebe ve ilgili değerlendirmeler gibi hizmetlerin normali aşan ölçüye ulaşması, olağanüstü masraf olarak kabul edilir.

b) Artı hizmetler 6 a) maddesinde sözü edilen miktarı aşması durumunda sipariş verene bu durum bildirilip söz konusu artı hizmet, reklam siparişinde yapılacak mahsubu ile birlikte ayrıca tespit edilecektir

c) Örnek suretler sadece anlaşma üzere verilir.

7. Reddetme Hakkı

a) Arz eden, aşağıdaki hususların, reklam siparişinde bulunduğu kanaatine vardığında, reklam siparişlerini reddetme hakkını saklı tutar:

- içeriğin yasalara veya resmi dairelerin yönetmelikleriyle çatışması

- içeriğin, Alman Reklam Denetim Kurulu (Deutscher Werberat) tarafınca bir şikayet davasında eleştirilmiş olması

- reklamların yayımlanması, içeriği, kaynağı veya teknik yapısı sebebiyle kabul edilemez ve/veya okurlar tarafınca kabul edilemesi beklenilemez bir şekilde sahip ve ahlaka aykırı veya yayımlanması diğer sebeplerden dolayı arz eden için tahammül edilemez olması. Reklam siparişi, başkaca gerekçe göstermeden reddedilebilir.

b) a) maddesinde tarif edilen durumun oluşması halinde sipariş veren arz edene karşı herhangi bir hak, özellikle tazminat hakkı talep edemez.

8. Fiyat Listesi

a) Sipariş verildiği anda arz eden tarafınca bildirilmiş olan fiyat listesi geçerlidir. Arz edenin, fiyat listesini değiştirme hakkı saklıdır. Fiyatın artması durumunda sipariş veren, verdiği reklam siparişinden cayabilir. Cayma hakkı, fiyat artışının bildirilmesinden sonra 14 gün içerisinde kullanılmalıdır.

b) Fiyat listesinde geçen meblağlara katma değer vergisi dahil değildir; katma değer vergisi kanunun geçerli olan oranda ayrıca faturalandırılacaktır. Ana fiyat, ilanın yayımlanması için ödenen ücrettir. Bu fiyata yapım masrafları veya diğer masraflar dahil değildir. Bu tür masrafların, şayet meydana gelirlerse, hesabı ayrı yapılır ve mutlaka sipariş veren tarafınca karşılanır.

c) Arz eden tarafınca meydana getirilen icraatların, özellikle ilanlarda kullanılan grafik ve tasarımlar olmak üzere, reklamların arz eden tarafınca konumlandırıldığı yerlerden harîc yerlerde herhangi bir şekilde kullanılabilmesi için arz edenden ayrıca yazılı izin alınması gerekmektedir.
d) İndirimler, o anda geçerli olan fiyat listesine göre belirlenir.

9. Fiyat İndirimin İadesi

a) Eğer sipariş, arz edenin elinde olmayan durumlardan ötürü yerine getirilemediyse, sipariş veren, bütün diğer yasal yükümlülüklerin saklı kalmasıyla birlikte, yapılan fiyat indirimi ve gerçekten alınan hizmete denk olan indirimin arasındaki farka eşit olan mblağı arz edene tazmin etmek zorundadır.
b) Sipariş verenin, eğer başka bir anlaşma yapılmadıysa, bir takvim yılı içerisinde gerçekten alınan reklam araçlarına denk olan fiyat indiriminden yararlanma hakkına sahiptir. Bunun için sipariş veren, sürenin başlangıcından itibaren fiyat indirimi yapmaya hak tanıyan bir sözleşme yapmış olmalıdır. Fiyat indiriminden yararlanma hakkı, senelik sürenin bitişinden üç ay içerisinde talep edilmediğinde geçerliliğini kaybeder.

10. Ödeme Şartları

a) Başka türlü anlaşma yapılmadığı süreçte sipariş veren, avans ödeme mükellefiyetindedir. Buna göre ödeme, sipariş verenin bankasından borç kaydı yapılmak suretiyle yapılmalı veya sipariş veren, faturalandırılan fiyatı reklam aracı yayımlanmadan önce arz edene ödemelidir. Sipariş verenin faturayı almasıyla ödeme muaccel olur.
b) Sipariş veren, muacceliyetin gerçekleşmesine rağmen ödemenin tam olarak veya kısmen yapılmasını sağlamaması takdirde ya ihtar ederek yada faturanın ulaşmasıyla muacceliyetin gerçekleşmesinden 30 gün sonra temerrüte düşer. Arz eden, sipariş veren ödemedi temerrüde düştüğünde, siparişe ilgili sürdürülen işleri ödeme yapıpna kadar erteleyebilir. Bundan, sipariş veren için tazminat hakları doğmaz ve konumlandırılacak reklamların geriye kalan kısmı için avans talep edebilir.
c) Arz eden, eğer sipariş verenin ödeme gücünden nesnel gerekçelerle şüphe ediyor ise, reklam araçlarının yayımının devamını, beher mblağların peşin ödenmesine ve fatura açıklarının kapatılmasına tabi tutabilir. Bunu, henüz sözleşme süresi devam ederken ve asıl anlaşmada öngörülen ödeme vadesini dikkate almadan yapmaya hakkı vardır.

11. Tirajın Düşmesiyle Doğan Haklar

Sipariş verenin, tirajın azalması durumunda kendisine tanınan fiyat düşürme hakkını talep edebilmesi için fiyat listesinde veya başka şekilde taahhüt edilen ortalama tirajdan ilk ilanların yayımlanmaya başladığı yılın toplam ortalamasından %30'luk oranda azalma meydana gelmiş olması gerekir. Bundan başka fiyat düşürmeye ve tazminata ilişkin herhangi bir hak talebi kabil değildir.

12. Arz Edenin Verdiği Garanti

a) Arz eden, normal teknik standartlar çerçevesinde ilan en iyi şekilde yayımlanacağını garanti eder. Sipariş verenin tedarik ettiği reklam aracında muhtemelen mevcut olan kusurların bilinmemesi ve bu sebepten dolayı yayımın yetersiz kalması durumunda sipariş verenin talep edebileceği hakları bulunmamaktadır. Eğer sipariş veren ilanın gelecek yayımından önce bir hatanın bulunduğunu bildirmezse, yukarıda söylenenin aynısı seri ilanlarda bulunan hatalar için de geçerlidir. Sipariş veren, sipariş ettiği ilanı,

ilk yayımlanmasından hemen sonra hataların olup olmadığına dair kontrol etmelidir ve muhtemelen kendisini belli eden bir kusuru derhal yazılı olarak arz edene bildirmelidir. Arz edene sipariş veren tarafınca bir kusurun bulunduğu bildirilmedikçe siparişin uygulanması onaylanmış sayılır.

b) Eğer siparişin uygulanışı yetersiz kalmış, sipariş veren de yukarıda açıklandığı şekilde arz edene bu durumu vaktinde bildirmemiş ve yetersizliğin sorumluluğu arz edendeyse arz edenin düzeltme veya yedek yayım yapmaya dair mesuliyeti sınırlıdır. Uygulanan düzeltme girişiminin başarısız kalması durumunda sipariş veren, fiyat indirimi (semenin tenzili) veya sözleşmenin feshi (satımın feshi) arasında seçebilir

13. Garanti

a) Sipariş veren, reklam aracının yayımlanabilmesi için gerekli olan tüm yasal haklara sahip olduğunu, üçüncü kişilerin (özellikle telif hakları, sınai haklar, kişilik hakları, vs.) veya diğer yasal yönetmelikleri ihlal etmediğini ve reklam araçlarını ahlaka mugayir içeriklere (bkz. Madde 2 b)) sahip olmadığını garanti eder. Sipariş veren, arz edeni, reklam siparişi çerçevesinde üçüncü kişilerin geçmişten kalan ve sözkonusu hakların veya yönetmeliklerin ihlali sebebinden dolayı sahip oldukları hak talep edişlerinden muaf tutar. Ayrıca arz eden, gereken yasal savunmalar için meydana gelen masraflardan da muaf tutulur.

b) Sipariş verene ait bir reklam aracından dolayı arz edene karşı resmi makamlarca veya ceza hukukuna ilişkin bir dava açılması durumunda 14 a) ilâ c) maddeleri geçerlidir.

14. Sözleşmenin Feshi/Akdin İnikadından Sonra Akitten Cayma
a) Bazı gerekçeli ve münferit durumlarda arz eden, kendi takdirine göre siparişi verene, ilanın ilk yayımlanmasından 2 hafta öncesine kadar sözleşmeyi feshetme imkanı tanıyabilir. Özel gerekçeli durumlarda ilanın ilk yayımlanmasından 1 hafta öncesine kadar da feshetme imkanı tanıyabilir. Feshi ihbar hakkının tanınmasına dair hazırlanacak dilekçe mutlaka yazılı şekilde posta veya e-posta yoluyla arz edene iletilmelidir.

b) Sipariş verenin akdin inikadından sonra gerekçesiz olarak akitten cayması durumunda sipariş veren, o ana kadar arz eden için meydana gelmiş olan masrafları, sözleşmede yazılı olan sipariş hacminin %40'lık payı şeklinde arz edene tazmin etmeyi taahhüt eder. Eğer yayımlanmalarına başlandıktan sonra bir kaç ilanda birden akitten cayılırsa, madde 14 b'nin 1. cümlesinde yazılı olan tazminat düzenlemesi siparişin arda kalan hacmine uygulanmalıdır. Arz edenin kullandığı ilanlar üzerinde olan hakları ise saklı durur.

c) Arz eden, eğer bir ilanın ilk yayımlanmasından sonra veya daha sonraki yayımlanmalarında da üçüncü kişilerde (abone-lerde/okurlarda) arz eden için tahammül edilemez derecede bir protesto meydana getirmesi durumunda, diğer ilanların yayımlanmasını durdurmayı ve sipariş verenle arasındaki sözleşmeyi fesh etme hakkını saklı tutar. Tahammül edilemez derecede bir protesto, arz edenin kanaatinde arz edenin sahip olduğu itibarının kaybına yol açabilecek bir protestodur. Bu durumda sipariş verenin tazminat talep etme hakları bulunmamaktadır. İlanların durdurulmasına veya sözleşmenin feshine kadar gerçekleştirilen ilan yayımlamaları için muaccel olan mblağları sipariş veren arz edene ödemek zorundadır.

15. Diğer Düzenlemeler

a) İlan siparişi ve bu GİK münhasıran Alman Hukuku'na tabidir.
b) Sözleşmeye göre yapılan tüm icraatların ve her türlü olayın ifa ve yargı yeri arz edenin merkezinin bulunduğu yerdir.

