

Rekabet Kurumu Başkanlığından,

REKABET KURULU KARARI

Dosya Sayısı : 2007-2-202 (Devralma)
Karar Sayısı : 07-89/1129-440
Karar Tarihi : 6.12.2007

A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER

10 **Başkan** : Prof. Dr. Nurettin KALDIRIMCI
Üyeler : Tuncay SONGÖR, M. Sıraç ASLAN, Süreyya ÇAKIN,
Mehmet Akif ERSİN, Dr. Mustafa ATEŞ, İsmail Hakkı KARAKELLE

B. RAPORTÖRLER: Ilgaz SARIOĞLU, Ayşe Özlem UZUN

C. BİLDİRİMDE

BULUNAN : - ERA Reklam Hizmetleri Tekstil Mobilya ve Gıda San. Tic. A.Ş.
Temsilcisi: Av. Esra Elif KIRIMLI
Büyükdere Cad. Maya Akar Center, Kat 25, Esentepe-İstanbul
- Wall Şehir Dizaynı ve Ticaret Limited Şti.
20 Temsilcisi: Av. Selin BECENİ:
Ayazağa Mah. Sun Plaza Dereboyu Sk. No:24, K:12
Maslak Şişli-İstanbul

D. TARAFLAR : - ERA Reklam Hizmetleri Tekstil Mobilya ve Gıda San. Tic. A.Ş.

- Suat KAMÇILI
- Ergin KAMÇILI
- Hayriye KAMÇILI
- Enis KAMÇILI
- Emre KAMÇILI
Ali Petek Sok. No:1, D. 4, Rumeli Hisarı, Sarıyer-İstanbul
30 - Wall Şehir Dizaynı ve Ticaret Limited Şti.
- Daniel WALL
- Christian FRIESE
- Andreas SCHOLZ
İnönü Cad. Tüten Apt., No: 20, 34439, Gümüşsuyu-İstanbul

E. DOSYA KONUSU : ERA Reklam Hizmetleri Tekstil Mobilya ve Gıda Sanayi Ticaret A.Ş.'ye ait hisselerin %90'ının Wall Şehir Dizaynı ve Ticaret LTD. Şti., Daniel WALL, Christian FRIESE ve Andreas SCHOLZ tarafından devir alınması işlemine izin verilmesi talebi.

40 **F. DOSYA EVRELERİ** : Kurum kayıtlarına 19.11.2007 tarih ve 7658 sayı ile intikal eden başvuru üzerine hazırlanan 29.11.2007 tarih ve 2007-2-202/Öİ-07-IS sayılı Devralma Ön İnceleme Raporu, 30.11.2007 tarih ve REK.0.06.00.00-120/345 sayılı Başkanlık Önergesi ile 07-89 sayılı Kurul toplantısında görüşülerek karara bağlanmıştır.

G. RAPORTÖRLERİN GÖRÜŞÜ: İlgili raporda, başvuruya konu devralma işleminin, 4054 sayılı Kanun ve 1997/1 sayılı Tebliğ kapsamında bildirim tabi bir devralma işlemi olduğu, söz konusu işlemin aynı Kanun'un 7. maddesi anlamında hakim durum yaratan veya mevcut hakim durumu güçlendiren ve böylece ilgili pazarda rekabetin önemli ölçüde azaltılması sonucunu doğuran bir işlem olmadığı ifade edilmiştir.

H. İNCELEME VE DEĞERLENDİRME

50 H.1. Taraflar

H.1.1. Era Reklam Hizmetleri Tekstil Mobilya ve Gıda Sanayi Ticaret A.Ş (ERA)

ERA, Ege ve Marmara bölgelerinde kent mobilyaları veya açık hava reklam panoları olarak adlandırılan büyük ebatlı, ışıklı, ışiksiz panolar (megalights, megaboards), ilan tahtaları (billboards), otobüs durakları ve raketler (city light posterleri/CLP) gibi reklam üniteleri kurma, işletme ve pazarlama faaliyetiyle işigal etmektedir. Bunun yanı sıra, şirketin reklam panoları imalatı faaliyeti de bulunmaktadır. Ancak, dosyada yer alan ve şirket yetkilisi tarafından yapılan açıklamaya göre, ERA'nın imalat faaliyeti sadece kendi tüketimini karşılamaya yönelik olup, başka firmalar için reklam panosu üretimi yapmamıştır. ERA için kent mobilyaları imalatı ve operasyonel faaliyetleri (afiş 60 takma, değiştirme, arıza gidermek üzere tamir, montaj vb. hizmetleri), yine ERA'nın ortaklarından Enis KAMÇILI ve Emra KAMÇILI'nın %50'şer hissedar olduğu DİNO Uluslar arası Danışmanlık Reklam ve Tanıtım Hizmetleri Tekstil Gıda ve Ticaret Ltd. Şti. (DİNO) çatısı altında toplanmıştır. ERA ile DİNO arasında 1.8.2007 tarihinde imzalanan "Üretim ve Teknik Hizmet Sözleşmesi/Protokol" ile ERA'nın hisselerinin Alıcılara devredilmesi nedeniyle, devrin gerçekleşeceği tarihte, başkaca bir ihbara gerek kalmaksızın feshedilecektir. Bu Protokol'e göre ERA, ihtiyacı olduğu şehir mobilyaları üretim, bakım ve onarımını yapmakta olduğu imalathaneyi ve yan bölümlerini 1.9.2007-31.12.2007 dönemi için DİNO'ya devretmiş/kiralamıştır. DİNO, devraldığı/kiraladığı imalathanede ERA'nın da ihtiyacı olan şehir reklam mobilyalarını 70 üretecek, montajlarını yapacak, elektrik tesisatlarını döşeyecek ve bakım onarımlarını yapacaktır. ERA, ihtiyacı olan tüm şehir mobilyasını DİNO'dan temin edecektir. ERA'nın devri ile DİNO bu faaliyetlerine son verecek, DİNO bünyesinde toplanan imalat ve bakım onarım faaliyetleri Wall Şehir Dizaynı ve Ticaret Ltd. Şti. (Wall)'ne devredilmeyecektir. Taraflar, buna ilişkin olarak 8.11.2007 tarihinde bir Fesih Protokolü hazırlamışlardır.

ERA'nın ve ortaklarının açık hava reklamcılığı pazarında kendisi dışında faaliyet gösteren herhangi bir iştiraki veya yan şirketi bulunmamaktadır. ERA, Gelibolu'dan Göcek'e kadar uzanacak şekilde Batı Anadolu'da, esas olarak Ege Bölgesi ile Marmara'nın küçük bir kısmında faaliyet göstermektedir.

80 Dosyada yer alan bilgilere göre, ERA'nın 2006 yılında açık hava reklam mecraları pazarlama faaliyetinden elde ettiği ciro (.....) YTL olarak gerçekleşmiştir. Gerek ERA'nın gerekse ERA ile aynı gruba ait olan DİNO'nun açık hava reklam panoları imalatı, bakımı, onarımı vb. faaliyetleri bulursa dahi bu faaliyetlerin sadece ERA'nın ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik olması, üçüncü taraflara satış ve kar amacı bulunmaması sebebiyle bu faaliyetlerin cirosu bu rakama dahil edilmemiştir.

H.1.2. Wall Şehir Dizaynı ve Ticaret Ltd. Şti. (Wall)

90 Wall, Almanya merkezli bir açık hava reklamcılığı şirketi olan Wall AG'nin Türkiye'de faaliyet gösteren iştirakidir. Wall AG'nin ortaklık yapısı aşağıdaki tabloda sunulmaktadır. Wall AG'nin Wall dışında Türkiye'de açık hava reklamcılığı sektöründe faaliyet gösteren bir başka şirketi bulunmamaktadır.

Tablo 1: Wall AG'nin Ortaklık Yapısı

Hissedarlar	Hisse Oranı (%)
Hans WALL	(....)
JC Decaux SA	(....)
Daniel WALL	(....)
Claudia WALL	(....)
Johanna WALL	(....)
TOTAL	100

Wall'ün hissedarları ise Wall AG ile Şenol YÜKSEL'den ibarettir. Wall AG, Wall hisselerinin %(...)'undan fazlasına ve Şenol YÜKSEL ise %(...)'den azına sahiptir. Bildirim Formu'nda Wall'ün şirket müdürlerinin Şenol YÜKSEL ile Ahmet ATEŞ olduğu, bu şahısların ilgili pazarda faaliyet gösteren herhangi bir başka şirkette görev almadıkları belirtilmektedir.

100 Wall, sadece İstanbul Büyükşehir Belediyesi sınırları içerisinde açık hava reklamcılığı faaliyetiyle uğraşmakta olup İstanbul dışında tek faaliyette bulunduğu yer Antalya Lara Plajıdır. 20.08.2007 tarihinde plaj işletmesi Lati Turizm Gıda San. ve Tic. A.Ş. ile özel hukuk hükümleri çerçevesinde yapılan anlaşmaya çerçevesinde, bu plajda (...) adet raket, (...) megaboard, (...) duraktan oluşan reklam panosunun gelir paylaşımı esasına göre (...) yıl süreyle işletilmesi işi üstlenilmiştir. Söz konusu anlaşma, belediye vb. gibi bir resmi kurumla imzalanmış bir sözleşme olmayıp tamamıyla özel hukuk hükümleri çerçevesinde bir özel teşebbüs ile yapılmış bir anlaşmadır.

Wall'ün 2006 yılı cirosu (.....) YTL'dir.

H.2. İlgili Pazar

H.2.1. İlgili Ürün Pazarı

110 Dosyadaki bilgilere göre, devir işlemine tabi teşebbüslerin faaliyetlerinin açık hava reklam yerlerinin pazarlanması alanında olması, açık hava reklam yerlerinin de yukarıda yer verilen nedenlerle hem talep hem de pazarın oluşumu, reklam yerlerinin mülkiyeti ve arzı yönünden diğer reklam yerlerinden farklı nitelikler taşıması gibi hususlar göz önüne alınarak, izne tabi devralma işlemine yönelik *ilgili ürün pazarı* “açık hava reklam yerleri sağlanması pazarı” olarak belirlenmiştir.

H.1.3. İlgili Coğrafi Pazar

120 Rekabet Hukuku'nda ilgili coğrafi pazar kavramı, “teşebbüslerin mal ve hizmetlerini arz ettikleri ve rekabet şartlarının makul ölçülerde benzer bulunduğu coğrafi sınırlar” olarak tanımlanmaktadır. Bu çerçevede inceleme konusu işlemde coğrafi pazarın belirlenebilmesi için belediyelerin düzenledikleri ihalelerdeki işleyişin, pazardaki arz ve talep koşullarının nasıl oluştuğunun ve pazardaki rekabet şartlarının homojen dağılıp dağılmadığının incelenmesi gerekmektedir. Aşağıda bu açılardan bir değerlendirme yapılmaktadır.

Açık hava reklamcılığı sektöründe faaliyet gösteren teşebbüsler, belediyelerin belli bir il, ilin bir bölümü veya belli bir ilçe için açtıkları ihalelere katılarak faaliyetlerini sürdürmektedir. İhaleye katılma koşullarını taşımaları halinde şirketlerin ihaleye katılmalarının önünde herhangi bir engel bulunmamakta, yerel olduğu kadar ulusal veya uluslararası şirketler de ihaleye katılabilmektedir. İhaleye katılma safhasında Türkiye çapında rekabet koşulları birbirinden farklılık göstermemekte, ülkenin herhangi bir belediyesinde açılan ihaleye teorik olarak herkes katılabilmektedir.

130 Öte yandan, belediye ihalelerinin 5-10 yıl gibi uzun süreler için yapıyor olması, ihaleye katılabilmek için belli bir ciro büyüklüğünün sağlanmış olması, ihale süresi bitiminde belediyelerle anlaşarak süre uzatımına gidebilmesi, bazı durumlarda ihale duyurularının usulüne uygun yapılmaması ve davetiye usulü ihaleler yapılması, ihale süresinin bitiminde ilgili coğrafi pazarda faaliyet göstermiş şirketin artık bu bölgede tanınmış, yerleşmiş olması ve bir sonraki ihale sürecini çok daha yakından takip edebiliyor ve bununla ilgili irtibatı diğer firmalara göre çok daha çabuk ve zamanında kurabiliyor olması Türkiye pazarı içinde yoğunlaşmalara sebep olmuştur.

Reklam yerlerinin uzun süreler için kiralanıyor olması, belli bir il veya ilçede ihaleyi kazanan firmanın anlaşma süresi içerisinde o bölgeye ciddi yatırımlar yapmasına, tanınırlığını artırmasına, o ve civar bölgelerde güçlenmesine, çevre il ve ilçelerde

140 yapılan ihaleleri kazanma şansının artmasına, bu bakımdan ağ etkisinin doğmasına ve daha sonraki dönemlerde yapılacak ihalelerde ilgili belediyeler tarafından tanınan bir firma olmasına elvermekte tüm bu hususlar da yoğunlaşmaya katkı sağlamaktadır.

Firmaların belirli bölgelerde yoğunlaşma eğilimlerinin yanı sıra, açık hava reklamcılığı sektörü, bu sektöre olan talep nedeniyle de Türkiye'nin belirli bölgelerinde yoğunlaşma göstermektedir. Türkiye'nin büyük bir kısmında (yaklaşık 75 ilde) açık hava reklamcılığının yapılabilmesine rağmen sektördeki pastanın %90'ını esas olarak 20 ildeki reklamcılık faaliyetleri oluşturmakta, pazardan elde edilen ciro ve pazara yönelik talep bakımından pazarın %80'i başta İstanbul olmak üzere üç büyük şehirde yoğunlaşmaktadır. Sektörde ciro bakımından yaşanan bu yoğunlaşma, açık hava reklam ünitelerinin hitap ettiği nüfus sayısı ve toplam reklam yüzü gibi kriterler açısından da geçerlidir.

Bu kriterler açısından büyükşehirler arasında yapılacak bir sıralamada, sektördeki cironun yarısından fazlasına tek başına sahip olması, Türkiye'nin sanayi ve ticaret merkezi olması ve bu anlamda hem şirket patronlarına hitap etme hem de büyük şirketlerin merkezlerine ev sahipliği yapma gibi sebeplerle İstanbul ilk sırada yer almakta, daha sonra Ankara, Adana, İzmir, Antep-Kayseri, Bursa-Antalya, Konya-Samsun-Mersin-Diyarbakır-İzmit, Denizli-Aydın, Trabzon gibi diğer iller gelmektedir.

Dosyadaki bilgilere göre, açık hava reklam yerlerine olan talep açısından, reklamverenler, yerel ya da ulusal/uluslararası firma olmalarına göre (yerel ya da ulusal) farklı çapta alım yapabilmektedirler. Ulusal reklamverenler, genellikle medya planlama ajansı vasıtasıyla yürüttükleri kampanya ve reklam politikalarında hedeflenen amaçlar doğrultusunda nüfus yoğunluğu fazla olan büyükşehirler başta olmak üzere bir çok ili (aslen İstanbul başta olmak üzere 5-6 ili) kapsayan toplu alımlar yapmaktadır. Ancak bu reklamverenlerin yerel çaptaki bayileri/şirketleri de kendi aktif oldukları bölgeler için yerel çapta alımlar yapmaktadır. Açık hava reklam yerleri çoğunlukla büyük reklamverenler tarafından, ulusal kampanyalar için kullanılmaktadır.

Sektörde hem arz yönündeki büyük oyuncuların faaliyet alanları hem de talep tarafındaki büyük reklamverenlerin reklam politikalarının ulusal bir nitelik taşıdığı göz önünde bulundurulmakla birlikte, reklamverenlerin tercihini İstanbul başta olmak üzere nüfus yoğunluğu ve talebin fazla olduğu şehirlerden yana kullanması, şehirdeki açık hava reklam ünitelerinin çeşitliliği, yapılan ihalelerde il ve ürün bazında münhasırlığın yer almaması, pazardaki oyuncuların sayısı, sektördeki cironun yarısından fazlasının İstanbul'dan kazanılması, bu şehirde güçlü olan bir teşebbüsün tüm Türkiye çapında rekabet gücü elde etme potansiyeli, ayrıca talebin yoğunluğu ve sektörün sürekli gelişmesi nedenleriyle İstanbul'un açık hava reklamcılığında özel bir öneme sahip olduğu ve diğer illerden farklı rekabet koşullarına tabi olduğu tespitine ulaşılmıştır. Diğer büyükşehirler de İstanbul için yukarıda sayılan rekabet koşullarından bir kısmını taşımaktadır. Bu çerçevede, büyük şehirler de genelde tek teşebbüsün faaliyet gösterdiği, ürün çeşitliliğinin çok olmadığı, ulusal reklamverenlerin kampanyalarında tercihlerin üst sıralarında yer almayan diğer Anadolu illerinden ayrı bir sınıfı oluşturmaktadır.

Bu çerçevede, izne tabi işlem açısından, 24.4.2007 tarih ve 07-34/351-131 sayılı Kurul kararıyla paralel olarak "*İstanbul'un*" ayrı bir pazar olarak değerlendirmeye alınması gerektiği, incelenen işlem açısından bunun dışında bölgesel ya da il bazlı bir alt pazar sınıflandırmasının yapılmasına gerek olmadığı tespitine ulaşılmıştır. Devralma işlemi taraflarının açık hava reklam yerleri sağlama pazarında Türkiye çapındaki görece büyüklüklerinin ortaya konabilmesi bakımından Türkiye Cumhuriyeti pazarında da ayrıca bir değerlendirmeye gidilmiştir.

190 H.2. Yapılan İnceleme ve Değerlendirmeler

H.2.1. İşlemin Amacı ve Kapsamı

Başvuru konusu devralma işlemi, açık hava reklamcılığı sektöründe faaliyet gösteren ERA'ya ait hisselerin %90'nunun yine aynı sektörde faaliyet gösteren Wall ile Daniel WALL, Christian FRIESE ve Andreas SCHOLZ tarafından devralınmasına ilişkindir. Wall, aslen, merkezi Almanya Berlin olan ve uluslar arası alanda açık hava reklam mecraları pazarlama faaliyetiyle işgal eden Wall AG'nin Türkiye'deki ortaklığını temsil etmektedir. İşlem, 8.11.2007 tarihinde Suat KAMÇILI, Ergin KAMÇILI, Hayriye KAMÇILI, Enis KAMÇILI, Emre KAMÇILI ile Şenol YÜKSEL, Daniel WALL, Christian FRIESE ve Andreas SCHOLZ arasında imzalanan Hisse Alım-Satım ve Devir Sözleşmesi uyarınca gerçekleştirilmiştir. Söz konusu Sözleşme uyarınca şirketin toplam sermayesinin %90'ına tekabül eden hisseler Sözleşmenin 4. maddesinde yer alan önkoşulun gerçekleşmesini müteakip en erken 07.01.2007 ve en geç 31.03.2007 tarihine kadar Alıcılara devir ve temlik edilecektir. 4. maddede yer alan önkoşul, tarafların Rekabet Kurulu'ndan izin almasını içermektedir. Şirketin sermayesinin %10'unu temsil eden hisselerin devrine dair alım satım opsiyonları ise Alıcılar ile Azınlık Hissedarlar arasında akdedilecek ek bir Hissedarlar Sözleşmesi ile düzenlenecektir. Buna göre, devralma işlemi öncesi ve sonrası ERA'ya ait hissedarlık yapısı aşağıdaki gibidir;

Tablo 2: Hisse Devri Öncesi ERA'nın Ortaklık Yapısı

Hissedarlar	Hisse Oranı (%)
Suat KAMÇILI	(....)
Emre KAMÇILI	(....)
Hayriye KAMÇILI	(....)
Ergin KAMÇILI	(....)
Enis KAMÇILI	(....)
TOPLAM	100

210 **Tablo 3: Hisse Devri Sonrası ERA'nın Ortaklık Yapısı**

Hissedarlar	Hisse Oranı (%)
WALL Ltd. Şti.	(.....)
Emre KAMÇILI	(.....)
Daniel WALL	(.....)
Christian FRIESE	(.....)
Andreas SCHOLZ	(.....)
TOPLAM	100

220 Tablo 3'de ERA'yı devralanlar arasında yer alan Daniel WALL, Wall AG'nin büyük ortaklarından biri konumundadır. Christian FRIESE ve Andreas SCHOLZ ise Wall AG'de üst düzey yöneticidir. Christian FRIESE'in şirketin yönetim kurulunda yer almamaktadır. Ancak mevcut durumda şirketin finans ve muhasebe biriminin başında bulunan Andreas SCHOLZ, 31.12.2007 tarihinden sonra WALL AG'nin hem yönetim kurulunda yer alacak hem de şirketin finans işlerinden sorumlu genel müdürü (CFO-Chief Financial Officer) olacaktır. Her ne kadar Wall AG'nin hissedarları arasında yer almasalar da bu iki kişinin organik bağları sebebiyle Wall AG ile ilişkilendirilmeleri gerektiği ve bu sebeple ERA'nın hisselerinin %90'ının aslen Wall AG çatısı altında toplanacağını söylemek yanlış olmayacaktır.

H.2.2. 1997/1 Sayılı Tebliğ Açısından Yapılan Değerlendirme

Dosya konusu devralma işlemi bakımından ERA'ya ait hisselerin %90'ının devredilecek olması sebebiyle ERA üzerindeki kontrol yetkisi el değiştirmiş olacaktır. Bu nedenle söz konusu işlem, 1997/1 sayılı Tebliğ'in 2. maddesinin (b) bendi kapsamında bir devralma işlemidir.

230 1998/2 sayılı Tebliğ ile değişik 1997/1 sayılı Tebliğ'in 4. maddesinde, "Bu tebliğ'in 2. maddesinde belirtilen bir birleşme veya devralmayı gerçekleştiren teşebbüslerin, ülkenin tamamında veya bir bölümünde ilgili ürün piyasasında, toplam pazar paylarının, piyasanın %25'ini aşması halinde veya bu oranı aşmasa bile toplam cirolarının yirmi beş trilyon Türk Lirası'nı [yirmi beş milyon Yeni Türk Lirası] aşması halinde Rekabet Kurulu'ndan izin almaları zorunludur. " hükmü yer almaktadır.

Dosyadaki bilgilere göre, hisseleri devre tabi olan ERA'nın 2006 yılındaki toplam cirosu (.....) YTL'dir. Wall'ün aynı yıl içerisindeki cirosu ise (.....) YTL'dir. Tarafların toplam ciroları (.....) YTL olarak gerçekleşmektedir. Bu meblağ, Tebliğ'de öngörülen 25 milyon YTL eşiğini geçmektedir. Bu bakımdan söz konusu devralma işlemi Tebliğ kapsamında izne tabi bir işlemdir.

240 Pazar payı eşikleri açısından yapılacak bir değerlendirmede ise, açık hava reklamcılığı pazarının toplam ciro büyüklüğüne ulaşma aşamasında bir sorunla karşılaşılmaktadır. Sektörde mecra pazarlama faaliyeti ile uğraşmakta olan teşebbüslerin hepsi Açık Hava Reklamcılar Derneği (ARED)'ne üye değillerdir. ARED'e üye teşebbüslerin bir kısmı ise açık hava reklam yeri sağlamanın dışında tabela üretimi faaliyetinden de gelir elde etmektedir. Bu sebeple ARED'in elinde sektörün gerçek ciro büyüklüğüne ilişkin sağlıklı bir veri bulunmamaktadır. Öte yandan Reklamcılar Derneği (RD), internet sayfasında, reklamcılık sektörünün bir alt dalı olarak açık hava reklamcılığına ilişkin bir ciro büyüklüğü yayınlamaktadır. Bildirim konusu işlemin taraflarının da Bildirim Formu'nda belirttiği ve kendi pazar paylarını bu büyüklük üzerinden hesapladığı 2006 yılı açık hava reklamcılığı sektörü cirosu (.....) YTL'dir. Bu meblağ üzerinden ERA ve WALL'e ilişkin olarak hesaplanan pazar payları sırasıyla, %(...) ve %(...)'dir. Bu durumda tarafların pazar payları toplamı %19,8 olmakta ve Tebliğ'de öngörülen 250 %25 pazar payı eşiğinin oldukça altında kalmaktadır.

Bu doğrultuda raportörlerce RD yetkilisiyle telefonda yapılan görüşmede, kendilerinin sektöre ilişkin bu ciro büyüklüğünü doğrudan sektördeki teşebbüslerin gelir tablolarına veya resmi ciro rakamlarına ulaşarak elde etmedikleri, kendilerinin medyadan dolayı olarak takip ettikleri kadarıyla sektörün ortalama büyüklüğünü hesapladıkları bilgilerine ulaşılmıştır. Nitekim aşağıda Tablo 4'te yer alan açık hava reklam yeri sağlama faaliyetiyle işgal eden sektördeki en büyük şirketlerden talep edilen 2006 yılı net satış ve 2007 yılının ilk 10 ayına ilişkin net satış rakamlarının da ortaya koyduğu üzere, sektör aslen RD'ye açıklanandan daha fazla ciro elde etmiştir. Dolayısıyla sektördeki oyuncuların pazar payları da daha farklı gerçekleşmiştir. Kendilerinden ciro bilgileri talep edilen söz konusu teşebbüsler, açık hava reklam yerleri sağlama pazarının ciro büyüklüğünü tespit etmekte baz alınan esas firmalardır. Bu sebeple, aşağıda yer verilen 2006 yılına ilişkin (.....) YTL'lik ciro büyüklüğünün gerçeğe daha yakın olduğu kanaatine ulaşılmış ve inceleme kapsamındaki değerlendirmeler bu meblağ üzerinden hesaplanan pazar payı verilerine göre yapılmıştır. Bu çerçevede, ERA ve Wall'a ilişkin 2006 yılı pazar payları sırasıyla %(...) ve %(...) olarak gerçekleşmekte ve tarafların pazar payları toplamı, %(...) olmaktadır. Tarafların pazar payları toplamı bu açıdan bakıldığında da Tebliğ'de öngörülen eşiğin altında kalmaktadır.

H.2.3. 4054 Sayılı Kanun'un 7. Maddesi Açısından Yapılan Bir Değerlendirme

270 4054 sayılı Kanun'un birleşme ve devralmalara ilişkin 7. maddesi uyarınca hakim durum yaratan veya mevcut bir hakim durumu güçlendirerek herhangi bir mal veya hizmet piyasasında rekabetin önemli ölçüde azaltılmasına yol açan birleşme ve devralmalar yasaktır.

Türkiye Cumhuriyeti sınırları baz alınarak yapılacak bir incelemede devralma işlemi ertesinde Wall'ün pazar payının %(...) olduğu anlaşılmaktadır. Sektörde faaliyet göstermekte olan rakip şirketlerin pazar paylarıyla kıyaslandığında bu oranın herhangi

bir şekilde hakim durum yaratan bir büyüklük arz etmediği ortaya çıkmaktadır. Nitekim, taraflardan istenen ciro bilgileri baz alınarak hesaplanan pazar payları incelendiğinde, işlem sonrasında Wall'ün, pazar payı %(...) civarında olan Ströer Grubu ve %(...) civarında olan Clear Channel'dan sonra pazarda üçüncü büyüklükteki firma olacağı görülmektedir. Tamamlanmak üzere olan 2007 yılının ilk 10 aylık ciro ve pazar payı büyüklükleri kıyaslandığında ise Wall'ün devralma işlemi ertesinde yaklaşık %(...)'lük bir pazar payı olacağı ortaya çıkmaktadır.

Tablo 4: Pazarda Yer Alan En Büyük Şirketlerin Pazar Payı ve Ciro Bilgileri

Firma Adı	2006 Yılı Toplam Ciro	2006 Yılı Pazar Payı	2007 Yılı İlk 10 Aylık Ciro Toplamı	2007 Yılı 10 Ay İtibarıyla Pazar Payı
Ströer Kentvizyon	(.....)		(.....)	
Ströer Akademi	(.....)		(.....)	
İlbak Neon	(.....)		(.....)	
İnter Tanıtım	(.....)		(.....)	
Dünya Tanıtım	(.....)		(.....)	
Akademi Reklam	(.....)		(.....)	
Medya Grup	(.....)		(.....)	
City Lights	(.....)		(.....)	
Objektif Kentvizyon	(.....)		(.....)	
Konya İnter	(.....)		(.....)	
Gündem Matbaacılık	(.....)		(.....)	
Ströer Grubu TOPLAM	(.....)	%(....)	(.....)	%(....)
Clear Channel	(.....)	%(....)	(.....)	%(....)
İletişim Açık hava	(.....)	%(....)	(.....)	%(....)
News Outdoor	(.....)	%(....)	(.....)	%(....)
Wall	(.....)	%(....)	(.....)	%(....)
ERA	(.....)	%(....)	(.....)	%(....)
Medya Pano	(.....)	%(....)	(.....)	%(....)
Bilgili Medya	(.....)	%(....)	(.....)	%(....)
TOPLAM	182.093.790,53	%100	219.294.081	%100

Yukarıdaki tablodan da görülebileceği üzere, açık hava reklam yerleri sağlama pazarında Ströer Grubu lider konumundadır. Şirket yetkililerinin göndermiş oldukları belgelerde Grup şirketlerinin net satışlarının içerisinde bu şirketlerin kendi aralarındaki satışlardan elde edilen gelirin de dahil olduğu bilgisine yer verilmiştir. Bu hususun Ströer Grubu'nun toplam ciro ve pazar payını Tablo 4'te belirtilen rakamlardan düşük tutacağı gerçeği dikkate alınmakla birlikte, 24.4.2007 tarih ve 07-34/351-131 sayılı Kurul kararında da belirtilen Ströer Grubu 2005 yılı pazar payı büyüklüğü olan %(...)'nin aradan geçen süre zarfında, sektörü etkileyen gelişmelerin de etkisiyle artmış olacağı düşünülmektedir. Ströer Grubu dışında Clear Channel'ın pazar payı da devralma işlemi ile Wall'ün ulaşacağı payın üzerinde kalmaktadır.

Bu bakımdan, başvuru konusu devralma işleminin Türkiye Cumhuriyeti sınırları coğrafi pazarında herhangi bir şekilde hakim durum yaratmayacağı anlaşılmaktadır. Bunun gibi, ERA'nın mevcut durumda İstanbul'da faaliyeti olmaması sebebiyle İstanbul ili sınırları içerisinde de hakim durum yaratılması söz konusu olmayacaktır.

Bu nedenlerle, başvuru konusu işlemin hâkim durum yaratan veya mevcut bir hâkim durumu güçlendiren ve ülkenin tamamında veya bir bölümünde etkin rekabeti önemli ölçüde engelleyen nitelikte olmadığı anlaşılmaktadır.

H.2.4. Yan Sınırlamalar

Hisse Alım Satım ve Devir Sözleşmesi'nin 10. maddesi, ERA ve DİNO'nun Rekabet Kurulu onayı alındıktan sonra 2 yıl süreyle Wall ile doğrudan veya dolaylı olarak rekabet içerisine girecek bir açık hava reklam hizmeti faaliyeti içerisine girmemesini hüküm altına almaktadır. DİNO'nun açık hava reklam ekipman imalatı, montajı, bakım-onarım, yedek parça temini ve operasyonel faaliyetleri vb. konulardaki faaliyetleri bundan istisna tutulmuştur.

310 Rekabet yasakları, alıcıların yaptıkları yatırımların karşılıklarını tam olarak almalarının bir aracı olarak görülmektedir. Genel olarak rekabet yasaklarının yan sınırlama olarak değerlendirilebilmesi için "yoğunlaşma ile doğrudan ilgili ve gerekli olma", "sadece taraflar açısından kısıtlayıcı olma" ve "orantılılık" kriterlerini sağlaması gerekmektedir.

Bildirim konusu işlemde yer alan rekabet yasağı, bu kriterler çerçevesinde değerlendirildiğinde öngörülen 2 yıllık rekabet yasağı, işlemin gerçekleştirilebilmesi için gerekli, kapsamı ve süresi makul görülmüş ve yan sınırlama olarak değerlendirilmiştir.

I. SONUÇ

320 Düzenlenen rapora ve dosya kapsamına göre, bildirim konusu işlemin 4054 sayılı Kanun'un 7. maddesi ve bu Kanun'a dayanılarak çıkarılan "1997/1 sayılı Rekabet Kurulu'ndan İzin Alınması Gereken Birleşme ve Devralmalar Hakkında Tebliğ" kapsamında izne tabi olduğuna, işlem sonucunda aynı Kanun maddesinde belirtilen nitelikte hakim durum yaratılmasının veya mevcut hakim durumun güçlendirilmesinin ve böylece ilgili pazarda rekabetin önemli ölçüde azaltılmasının söz konusu olmadığına, bu nedenle bildirim konu işleme izin verilmesine OYBİRLİĞİ ile karar verilmiştir.