

Rekabet Kurumu Başkanlığından,

REKABET KURULU KARARI

Dosya Sayısı : 2020-1-070 (Soruşturma)
Karar Sayısı : 23-39/754-263
Karar Tarihi : 17.08.2023

A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER

Başkan : Birol KÜLE
Üyeler : Ahmet ALGAN (İkinci Başkan), Hasan Hüseyin ÜNLÜ,
Ayşe ERGEZEN, Cengiz ÇOLAK

B. RAPORTÖRLER : Necla SÜMER ÖZDEMİR, Melisa AĞYÜZ AYDOĞDU,
Uğur Bilgehan BURHAN, Can AKA, Rengin ÜCEL

C. BAŞVURUDA

BULUNAN : - Resen

D. HAKKINDA SORUŞTURMA

YAPILAN : - Sahibinden Bilgi Teknolojileri Pazarlama ve Ticaret AŞ
Temsilcileri: Av. İlmütluhan SELÇUK, Av. Artun ATAĞ,
Av. Gizem EDİN
Ebulula Mardin Cad. No:57 Akatlar Beşiktaş/İstanbul

- (1) **E. DOSYA KONUSU:** Sahibinden Bilgi Teknolojileri Pazarlama ve Ticaret AŞ'nin emlak/vasıta satış/kiralama platform hizmetleri pazarındaki hâkim durumunu veri taşınabilirliği ve diğer yollarla kötüye kullanıp kullanmadığı iddiası.
- (2) **F. İDDİALARIN ÖZETİ:** Sahibinden Bilgi Teknolojileri Pazarlama ve Ticaret AŞ'nin (SAHİBİNDEN) çevrim içi platform hizmetleri bakımından veri taşımanın engellenmesi ve diğer yollarla hâkim durumunu kötüye kullandığı iddiasına yönelik olarak 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un (4054 sayılı Kanun) 6. maddesinin ihlal edilip edilmediği.
- (3) **G. DOSYA EVRELERİ:** Rekabet Kurumu (Kurum) kayıtlarına 26.11.2020 tarih ve 12750 sayı ile intikal eden ve REOS Bilişim Teknolojileri AŞ (REOS) tarafından yapılan şikâyet Rekabet Kurulunun (Kurul) 24.12.2020 tarihli toplantısında görüşülmüş ve 20-55/775-M sayı ile önaraştırma yapılmasına karar verilmiştir. Şikâyete yönelik inceleme ve değerlendirmeleri içeren 20.09.2021 tarih ve 2020-1-070/ÖA sayılı Önaraştırma Raporu, Kurulun 30.09.2021 tarihli toplantısında görüşülerek 21-46/655-325 sayı ile REOS tarafından SAHİBİNDEN hakkında yapılan şikâyetin 4054 sayılı Kanun'un 41. maddesi uyarınca reddi ile soruşturma açılmamasına karar verilmiştir. Bununla birlikte, SAHİBİNDEN'in çevrim içi platform hizmetleri bakımından veri taşımanın engellenmesi ve diğer yollarla hâkim durumunu kötüye kullandığı iddiasına yönelik ve 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesinin ihlal edilip edilmediğinin tespitine ilişkin olarak 21-46/655-M sayı ile SAHİBİNDEN hakkında aynı Kanun'un 41. maddesi uyarınca resen soruşturma açılması gerektiğine karar verilmiştir.
- (4) Soruşturma devam ederken Kurum kayıtlarına 27.10.2021 tarih ve 22452 sayı ile intikal eden, (...) tarafından yapılan başvuruda;
 - Çevrim içi ilan pazarında uzun süredir tüm sektör oyuncuları tarafından rekabetin arttırılması amacıyla büyük bir gayret gösterilip yüksek miktarda beşeri ve finansal sermayenin bu alana ayrıldığı, buna rağmen pazarın rekabetçi bir yapıya ulaşamadığı,

- 08.07.2021 tarihli ve 21-34/475-327 sayılı Kurul kararında SAHİBİNDEN'in "kurumsal üyelerin emlak satış/kiralama işlemlerine ilişkin ilan yeri sağlama hizmetlerine yönelik çevrim içi platform hizmeti" ve "kurumsal üyelerin vasıta satış işlemlerine ilişkin ilan yeri sağlama hizmetlerine yönelik çevrim içi platform hizmeti" pazarlarında hâkim durumda bulunduğu tespit edildiği ve SAHİBİNDEN'in söz konusu pazar konumunda bir değişiklik yaşanmadığı,
- SAHİBİNDEN'in pazara ilk giren teşebbüs olması, faaliyette bulunulan pazarın yarattığı dolaylı ağ etkileri ve "SAHİBİNDEN" markasının jenerik bir marka olması gibi faktörlerin pazarın tek bir oyunculu yapıya evrilmesine neden olduğu, tüketici ataletinin (consumer inertia) ise söz konusu faktörlerin rekabet için yarattığı olumsuz durumu daha da kötüleştirdiği,
- İlan yayımlamak ve ilan aramak isteyenlerin genellikle ilk kullandığı platformun SAHİBİNDEN olduğu, ilan verenlerin SAHİBİNDEN dışında ikinci bir ilan sitesinde ilan yayımlamayı marjinal kullanıcılara ulaşmak için tercih edebildiği,
- İlan verenlerin yerleşik işletmecinin platformu dışında alternatif bir platformda da ilanlarını yayımlatmasından başka bir yolla çevrim içi ilan hizmetleri pazarının rekabetçi bir yapıya kavuşmasının mümkün olmadığı değerlendirildiği,
- Çevrim içi ilan hizmetleri pazarında rekabetin tesis edilmesinin önündeki en büyük engellerden birinin ilan verenlerin çoklu erişim (multihoming) imkânlarının kısıtlanması olduğu,
- E-pazaryeri platformları sektör incelemesi ön raporunda da pazar gücünün tek elde toplanmasını önlemek bakımından çoklu erişimin sağlanması ve korunmasının önemine değinildiği,
- Çevrim içi ilan hizmetleri pazarının e-pazaryeri platform pazarı ile karşılaştırıldığında çok daha yoğunlaşmış bir pazar olduğu, bu pazarda yerleşik platform olan SAHİBİNDEN'in marka bilinirliği ve müşteri sadakatinin hem ilan veren hem de ilan arayanlar bakımından rakiplerine ve e-pazaryeri sektörüne kıyasla çok daha yüksek seviyede olduğu,
- Pazardaki temel sorunlardan birinin ilan verenlerin birden fazla platformda ilan vermeleri yönündeki motivasyon eksikliklerinin yanı sıra birden fazla ilan platformunda ilan yönetimi konusunda yaşanan operasyonel güçlükler olduğu,
- Özellikle araç ilanı veren geleneksel işletmecilerin sahip oldukları kaynakların sınırlı olduğu düşünüldüğünde, ikinci bir çevrim içi ilan sitesi ile çalışılması önünde pratik bir engel bulunduğu,
- Söz konusu engelin ortadan kaldırılarak çevrim içi ilan hizmetleri pazarında çoklu erişimin sağlanmasının en etkin yolunun ise e-ticaret ekosisteminde olduğu gibi entegratörler vasıtasıyla ilan verenlerin birden fazla ilan platformunda ilanlarını etkin bir şekilde yönetmelerine imkân sağlayacak teknik çözümlerin/ara yüzlerin geliştirilmesi olduğu,
- E-pazaryeri platformları sektör incelemesi ön raporunda satıcıların ürünlerine ilişkin bilgileri diğer satış kanallarına entegre edebilme imkânlarının bulunduğu tespitine yer verildiği, pazardaki yoğunlaşmanın daha fazla olduğu çevrim içi ilan hizmetleri pazarında söz konusu imkânların bulunmamasının pazarın rekabetçi bir yapıya kavuşma ihtimalini ortadan kaldırdığı,

- Avrupa Komisyonu tarafından hazırlanan Dijital Pazarlar Yasası (Digital Markets Act-DMA) taslak metninde ve Alman Rekabet Kanunu'nda yapılan değişikliklerde ilgili pazarlarda rekabetin tesisi amacıyla geçit bekçisi (gatekeeper) konumunda olan ya da önemli pazar gücüne sahip teşebbüslere birlikte işlerlik ve veri taşınabilirliği yükümlülüklerinin getirilebileceğinin düzenlendiği,
- Başvuruda talep edilen ilan verenlerin tek bir arayüz ile birden fazla ilan sitesinde ilanlarını yayımlayabilmelerine yönelik teknik geliştirmelerle kıyaslandığında DMA ve Alman Rekabet Kanunu'nda yer verilen düzenlemelerin ileri düzeyde olduğu,
- İkinci el araç ilanı veren teşebbüslerin birden fazla ilan sitesinde ilan yayımlayabilmelerini mümkün kılacak teknik geliştirmelerin yapılabilmesini olanaklı hale getirmek amacıyla SAHİBİNDEN'e bu geliştirmeleri yapabilecek üçüncü taraf hizmet sağlayıcılara teknik imkânlar sağlaması yönünde yükümlülük getirilmesinin talep edildiği,
- Kurul tarafından yukarıda değinilen piyasa aksaklıklarına müdahale edilmesi gerektiği

ifade edilerek çevrim içi ilan hizmetleri pazarındaki aksaklıklara değinilmiş, söz konusu aksaklıkların birlikte işlerlik ve veri taşınabilirliği tedbirleri alınarak çözülebileceği belirtilerek SAHİBİNDEN hakkında soruşturma açılması talebinde bulunulmuştur. İlgili başvuruya ilişkin hazırlanan 09.11.2021 tarihli ve 2020-1-070/BN-02 sayılı Bilgi Notu, Kurulun 11.11.2021 tarihli toplantısında görüşülmüş ve 21-55/773-M sayılı karar ile söz konusu başvurunun yürütülen soruşturma kapsamında değerlendirilmek üzere dosyaya eklenmesine karar verilmiştir.

- (5) Soruşturma Heyeti tarafından yapılan inceleme, değerlendirme ve tarafların ilk yazılı savunmaları da dikkate alınarak hazırlanan 30.09.2022 tarihli ve 2020-1-070/SR sayılı Soruşturma Raporu ve ekleri Kurul üyeleri ve SAHİBİNDEN'e tebliğ edilmiştir.
- (6) Soruşturma Raporu'nda yapılan tespit ve değerlendirmelere ilişkin SAHİBİNDEN'in ikinci yazılı savunması 12.12.2022 tarih ve 33711 sayı ile Kurum kayıtlarına süresi içinde intikal etmiştir.
- (7) 4054 sayılı Kanun'un 45. maddesi gereğince SAHİBİNDEN'in ikinci yazılı savunmasına istinaden hazırlanan 11.01.2023 tarihli ve 2020-1-070/EG sayılı Ek Görüş üçüncü yazılı savunma talebi ile gönderilmiş olup SAHİBİNDEN'in savunması 21.03.2023 tarih ve 36724 sayı ile Kurum kayıtlarına ulaşmıştır.
- (8) Kurulun 22.06.2023 tarih ve 23-28/548-M sayılı kararı ile sözlü savunma toplantısının 16.08.2023 tarihinde yapılmasına karar verilmiştir.
- (9) Kurul; yürütülen soruşturma ile ilgili olarak düzenlenen Soruşturma Raporu'na, Ek Görüş'e, toplanan delillere, yazılı ve sözlü savunmalara ve incelenen dosya kapsamına göre nihai kararı tesis etmiştir.
- (10) **H. RAPORTÖR GÖRÜŞÜ:** İlgili rapor ve Ek Görüş'te;
 - Hakkında soruşturma yürütülen Sahibinden Bilgi Teknolojileri ve Pazarlama AŞ'nin kurumsal üyelerin emlak satış/kiralama ve kurumsal üyelerin vasıta satış faaliyetlerine yönelik çevrim içi platform hizmetleri pazarlarında hâkim durumda olduğu,
 - SAHİBİNDEN'in kurumsal üyelerinin veri taşımalarını engellemek suretiyle üyelerin birden fazla platform kullanmalarını zorlaştırdığı, bu yolla ve rekabet

etmeme yükümlülüğü yoluyla fiili/sözleşmesel münhasırlık uyguladığı, rakiplerin faaliyetlerini zorlaştırdığı, dolayısıyla hâkim durumunu kötüye kullanarak 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesini ihlal ettiği,

- Bu nedenle SAHİBİNDEN'e 4054 sayılı Kanun'un 16. maddesinin üçüncü fıkrası ve Rekabeti Sınırlayıcı Anlaşma, Uyumlu Eylem ve Kararlar İle Hâkim Durumun Kötüye Kullanılması Halinde Verilecek Para Cezalarına İlişkin Yönetmelik hükümleri kapsamında idari para cezası uygulanması gerektiği,
- Pazardaki etkin rekabetin tesis edilmesini teminen gerekçeli kararın tebliğinden itibaren makul bir süre içerisinde ihlal konusu uygulamalara son verilmesi, sözleşmenin ihlal konusu hükümleri içermeyecek şekilde yeniden düzenlenmesi ve ayrıca üyelerin kendi ilanlarının verisini etkin şekilde taşıyabilmelerinin mümkün hale getirilmesi gerektiği,
- Dopingli ilanları şeffaf şekilde yayımlamadığı, doğal reklam uygulamasında şeffaf davranmadığı, sıralama algoritması yoluyla kendini kayırdığı ve sağladığı diğer hizmetlerde (emlak/araç değerlendirme, sıfır araç satışında yetkili bayiye yönlendirme, ekspertiz sağlama gibi) kendini kayırdığı/yanıltıcı sonuç verdiği, kurumsal üyelere alt kullanıcı sınırlaması getirmek suretiyle üyelerin birden fazla platform kullanmalarını zorlaştırdığı ve bu yollarla rekabetin sınırlandırılmasına yol açarak hâkim durumunu kötüye kullandığı iddialarının reddedilmesi gerektiği

sonuç ve kanaatine varıldığı ifade edilmiştir.

I. İNCELEME, GEREKÇE VE HUKUKİ DAYANAK

I.1. Hakkında Soruşturma Yürütülen Taraf: SAHİBİNDEN

- (11) 2000 yılında kurulan SAHİBİNDEN, sahip olduğu internet sitesi üzerinde ilan vermek ve/veya ürün/hizmet satmak isteyen taraflar ile potansiyel tüketicileri bir araya getirmektedir. SAHİBİNDEN, başta emlak ve vasıta kategorileri olmak üzere; iş makineleri ve sanayi, ustalar ve hizmetler, özel ders verenler, iş ilanları, yardımcı arayanlar ve hayvanlar âlemi ile yedek parça, aksesuar, donanım ve tuning, ikinci el ve sıfır alışveriş olarak adlandırılan toplamda on farklı kategorideki ilanlara mecra sağlamaktadır. Bununla birlikte, gayrimenkul satışı ve kiralanması ile vasıta satışına yönelik ilanların yayımlanması kategorileri şirket faaliyetlerinin önemli bir bölümünü ve odağını teşkil etmektedir. SAHİBİNDEN'in bu kategorilerde sunduğu hizmetler nitelik bakımından ilan/reklam iş modeli ve elektronik ticaret (e-ticaret) modeli olmak üzere ikiye ayrılmaktadır.
- (12) İlan iş modeli kapsamında, ürün/hizmet satmak ve/veya kiralamak isteyenlere ilgili ürünü platform üzerinde sergileme imkânı tanınarak satıcı ile potansiyel alıcı için bir iletişim alanı oluşturulmaktadır. Başka bir deyişle, ilgili ürünü almak veya kiralamak niyetinde olan tüketiciler SAHİBİNDEN'in internet sitesini ziyaret ederek o ürüne ilişkin özelliklere, ilan verenin ad/soyad (tüzel kişilik ise unvanı), telefon numarası gibi bilgilerine ulaşmaktadır. Tüketici, söz konusu ürün ile ilgilendiğinde ilanda verilmiş telefon numarası ya da adres bilgisiyle satıcıya ulaşmaktadır. Potansiyel alıcı ile satıcı arasında telefon yoluyla ya da yüz yüze görüşme ve pazarlık sonrasında olası bir alım-satım veya kiralama gerçekleşmektedir. Bu açıdan, ilgili hizmet kapsamında SAHİBİNDEN tamamen aracılık fonksiyonu üstlenmekte, teşebbüsün, platform dışında satıcı ile potansiyel müşteri arasında herhangi bir alım-satım işleminin gerçekleşip gerçekleşmediğine dair bilgisi olmamaktadır.

- (13) E-ticaret modeli, "İkinci El ve Sıfır Alışveriş" ve "Yedek Parça, Aksesuar, Donanım & Tuning" kategorisi altında yer alan ürünlerin satıcısı ile potansiyel alıcıya pazaryeri sağlama hizmetini içermektedir. Başka bir deyişle, SAHİBİNDEN sahip olduğu internet sitesi üzerinde alıcı ve satıcının bir araya gelmesine aracılık etmekte ve alışverişin gerçekleşmesi halinde bu aracılık hizmeti karşılığında satıcıdan komisyon almaktadır. Bu açıdan, gerçekleşen alım/satım işlemlerinde SAHİBİNDEN taraf olmamakta, satılan ürünün satış miktarı, fiyatı gibi hususlarda tasarrufta bulunmamaktadır.
- (14) Emlak ve vasıta kiralama/satma işleriyle uğraşan ve SAHİBİNDEN üzerinden müşteriye ulaşmak isteyen bireysel ve kurumsal satıcılar, portföylerindeki araç ve gayrimenkullerin satışı/kiralanması için SAHİBİNDEN'e, satın aldıkları paketlere göre çevrim içi ilan ücretleri ödemektedir. Çevrim içi ilan paketi fiyatları; ilan adedi, ilan verilen bölge, mağaza yaşı vb. kriterlere göre değişiklik gösterebilmektedir.
- (15) İlan vermek isteyenler bireysel ve kurumsal kullanıcı olarak ikiye ayrılmakta ve her bir kullanıcı grubu için verilen aracılık hizmetine karşılık farklı fiyatlandırma politikası uygulanmaktadır. Bireysel müşteriler, hâlihazırda hem emlak hem de vasıta kategorilerinde yılda bir defaya mahsus olmak üzere ve 30 gün süreyle yayımda kalmak kaydıyla ücretsiz ilan verebilmektedir. 30 günlük ücretsiz ilan süresi dolduktan sonra ise bireysel müşterinin ilanı yayımdan kaldırılmakta veya müşteri, ilanının yayımlanmaya devam etmesi için ilan başına ücret ödemektedir.
- (16) SAHİBİNDEN ilk kez 17.08.2021 tarihinde, bireysel kullanıcıların yayımladığı ücretli ilanlar için vasıta satış fiyatını dikkate alan ücretlendirme politikasını uygulamaya geçirmiştir. Bu tarihten itibaren vasıta kategorisinde bireysel kullanıcıların yıllık ücretsiz ilan limitini kullanmalarını takiben yayımladıkları 3. yeni ücretli ilandan başlayarak ilanlar, ilana konu araç satış fiyatının bulunduğu fiyat aralığına karşılık gelen fiyattan ücretlendirilmeye başlanmıştır. Satışa sunulan araç fiyatlarının ortalamaları göz önünde bulundurularak belirlenmiş olan ilan ücretine ilişkin vasıta fiyat aralıkları, ikinci el araç fiyatlarındaki artışlar neticesinde 03.02.2022 tarihinde güncellenmiştir. Bu kapsamda vasıta fiyatına göre değişen ilan ücretlerine ilişkin bilgilere aşağıdaki tabloda yer verilmiştir:

Tablo 1: Bireysel Kullanıcılar Açısından Vasıta Fiyatına Göre Değişen İlan Ücretleri

17.08.2021 Tarihindeki Ücret Uygulaması		03.02.2022 Tarihinde Güncellenen Ücret Uygulaması	
Fiyat Aralıkları	Ücretler	Fiyat Aralıkları	Ücretler
(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
		(.....)	(.....)

Kaynak: SAHİBİNDEN'den gelen bilgiler

- (17) Yukarıda görüldüğü üzere 03.02.2022 tarihindeki güncelleme ile aynı zamanda tabloya yeni bir fiyat aralığı eklenmiş, bireysel kullanıcılar özelinde (.....)TL üzeri fiyatlandırılan vasıtalara ilişkin ilanlar için (.....) TL'lik bir ücret belirlenmiştir.
- (18) Kurumsal platform kullanıcılarının ise ticari faaliyeti emlak ve/veya vasıta alanında alım, satım ve/veya kiralama işleriyle iştigal eden emlakçı ya da galerici gibi teşebbüslerden oluştuğu ve bu üyelerden alınan ücretin de ilan paketine göre farklılık gösterdiği anlaşılmaktadır.
- (19) Bu kullanıcılar için ise 01.02.2022 tarihinde, vasıta satış fiyatını dikkate alan bir ücretlendirme politikası getirilmiştir. Bu ücretlendirme politikası çerçevesinde, SAHİBİNDEN tarafından ilan yayımlanırken kara taşıtlarına ilişkin ilan fiyatlarının (.....)

TL'yi aşan kısmının %(.....) oranında ek ücret alındığı, bu uygulamanın, taahhüdü devam eden kurumsal müşteriler için mevcut taahhüt döneminin sona ermesinin ardından yürürlüğe gireceği ve ek ücretin en çok (.....) TL ile sınırlandırıldığı belirtilmiştir. Ayrıca ilgili ilan için daha önce ilan ek ücreti ödendi ise bu ilanın tekrar yayıma alındığı; ilandaki araç fiyatı artırılmadığı sürece tekrar ilan ek ücreti alınmadığı, deniz ve hava araç ilanlarının ise bu uygulamadan etkilenmediği açıklanmıştır. İlan fiyatlarının güncellenmesi durumunda ise, fiyatı (.....)TL'nin altında olan vasitanın fiyatı (.....)TL'nin üstüne arttırıldığında (.....)TL'nin üzerinde kalan tutarın %(.....) ilan ek ücreti olarak yansıtıldığı; fiyatı (.....)TL üzerinde olan vasitanın fiyatı arttırıldığında, yeni fiyat ile bir önceki fiyat arasındaki farkın %(.....) ilan ek ücreti olarak yansıtıldığı, fiyat güncellemelerine uygulanacak ek ücretlerin yine (.....)TL ile sınırlandırıldığı anlaşılmaktadır.

I.2. SAHİBİNDEN'in Konu Olduğu İncelemeler

I.2.1. 19.02.2015 Tarihli ve 15-08/109-45 Sayılı Kurul Kararı

- (20) Kurulun 19.02.2015 tarihli ve 15-08/109-45 sayılı kararı kapsamında SAHİBİNDEN'in kurumsal üyelik ücretlerini yüksek belirlemek suretiyle 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesini ihlal edip etmediği incelenmiştir. Kararda, SAHİBİNDEN tarafından 2014 yılının Ağustos ayında sunulan hizmetin kapsamının değişmesi nedeniyle fiyat değişikliğine gidildiği, 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesi kapsamında hâkim durumun kötüye kullanılmasının söz konusu olmadığı ve dolayısıyla soruşturma açılmasına gerek olmadığı yönünde karar verilmiştir.

I.2.2. 04.05.2017 Tarihli ve 17-15/175-87 Sayılı Kurul Kararı

- (21) Kurulun 04.05.2017 tarihli ve 17-15/175-87 sayılı kararında Hürriyet Emlak'ın¹ çevrim içi gayrimenkul ilanlarındaki hâkim durumunu aşırı fiyat uygulamak suretiyle kötüye kullandığı ve SAHİBİNDEN ve Hürriyet Emlak'ın uyumlu eylem içinde buldukları iddiası incelenmiştir. Yürütülen önaraştırmada Hürriyet Emlak'ın çevrim içi gayrimenkul satış/kiralama hizmetleri pazarında hâkim durumda olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. SAHİBİNDEN ve Hürriyet Emlak'ın uyumlu eylem içinde buldukları iddiası açısından ise söz konusu iki teşebbüsün uyguladıkları fiyatların, fiyat artış oranlarının, fiyat artış stratejilerinin ve fiyat artış zamanlarının birbirinden farklı olması nedeniyle bu iddia bakımından da soruşturma açılmasına gerek olmadığına karar verilmiştir.

I.2.3. 01.10.2018 Tarihli ve 18-36/584-285 Sayılı Kurul Kararı (1.Aşırı Fiyat Kararı)

- (22) Kurulun 01.10.2018 tarihli ve 18-36/584-285 sayılı kararıyla SAHİBİNDEN'in vasıta satış hizmetlerine yönelik çevrim içi platform hizmeti ve emlak satış/kiralama hizmetlerine yönelik çevrim içi platform hizmeti pazarlarında hâkim durumda bulunduğu, SAHİBİNDEN'in bu pazarlarda aşırı fiyatlama yoluyla 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesi çerçevesinde hâkim durumunu kötüye kullandığına ve bu nedenle teşebbüse idari para cezası verilmesine karar verilmiştir. Söz konusu karar hakkında açılan dava sonucunda Ankara 6. İdare Mahkemesinin 18.12.2019 tarihli ve 2019/946 E. 2019/2625 K. sayılı kararı ile; Kurulun 01.10.2018 tarihli ve 18-36/584-285 sayılı kararının kesin ve tartışmasız olarak elde edilmiş somut delillere dayanmadığı, gözleme istinaden sonuca varılmak suretiyle tesis edildiği ve bu sebeple söz konusu Kurul kararında hukuka uyarlık bulunmadığı gerekçeleriyle iptaline karar verilmiştir. İptal kararı üzerine Kurulun 27.02.2020 tarihli ve 20-12/147-M sayılı kararıyla başvuru konusu iddialara yönelik olarak 4054 sayılı Kanun'un ihlal edilip edilmediğinin tespiti amacıyla aynı Kanun'un 41. maddesi uyarınca SAHİBİNDEN hakkında soruşturma açılmasına karar verilmiştir.

¹ Hürriyet Emlak, 2021 Mayıs ayından itibaren faaliyetlerine HEPSİ EMLAK olarak devam etmektedir.

2015-2017 arası dönemleri inceleyen soruşturma devam ederken Kurulun 15.10.2020 tarihli ve 20-46/627-M sayılı kararıyla 2018-2020 dönemini incelemek üzere yeni bir soruşturma daha açılmıştır. Söz konusu iki soruşturmanın sonucu aşağıda aktarılmaktadır.

I.2.4. 08.07.2021 Tarihli ve 21-34/475-237 Sayılı Kurul Kararı (2.Aşırı Fiyat Kararı)

- (23) Ankara 6. İdare Mahkemesinin iptal kararı üzerine yeniden yürütülen sonunda Kurulun 08.07.2021 tarihli ve 21-34/475-237 sayılı kararıyla hakkında soruşturma yürütülen SAHİBİNDEN'in, kurumsal üyelerin emlak satış/kiralama işlemlerine ilişkin ilan yeri sağlama hizmetlerine yönelik çevrim içi platform hizmeti" ve "kurumsal üyelerin vasıta satış işlemlerine ilişkin ilan yeri sağlama hizmetlerine yönelik çevrim içi platform hizmeti" pazarlarında hâkim durumda bulunduğu, SAHİBİNDEN'in incelenen fiyatlarının emlakçıların ve galericilerin faaliyetlerini zorlaştıracak bir etkisinin bulunmadığına ve SAHİBİNDEN tarafından uygulanan fiyat artışlarının nihai tüketicilere yansıtıldığına dair somut bir tespit yapılamadığına, dolayısıyla SAHİBİNDEN'in 2015-2017 döneminde anılan pazarlarda aşırı fiyatlandırma yoluyla 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesini ihlal etmediğine ve dolayısıyla teşebbüse idari para cezası uygulanmasına gerek olmadığına hükmedilmiştir.

I.2.5. 05.08.2021 Tarihli ve 21-37/540-263 Sayılı Kurul Kararı (3.Aşırı Fiyat Kararı)

- (24) 2018-2020 dönemine ilişkin olarak yürütülen 05.08.2021 tarihli ve 21-37/540-263 sayılı karar kapsamında da Kurul, SAHİBİNDEN'in, "kurumsal üyelerin emlak satış/kiralama işlemlerine ilişkin ilan yeri sağlama hizmetlerine yönelik çevrim içi platform hizmeti", "kurumsal üyelerin vasıta satış işlemlerine ilişkin ilan yeri sağlama hizmetlerine yönelik çevrim içi platform hizmeti", "bireysel üyelerin emlak satış/kiralama işlemlerine ilişkin ilan yeri sağlama hizmetlerine yönelik çevrim içi platform hizmeti" ve "bireysel üyelerin vasıta satış işlemlerine ilişkin ilan yeri sağlama hizmetlerine yönelik çevrim içi platform hizmeti" pazarlarında hâkim durumda bulunduğu, SAHİBİNDEN'in incelenen fiyatlarının emlakçıların ve galericilerin faaliyetlerini zorlaştıracak bir etkisinin bulunmadığına ve SAHİBİNDEN tarafından uygulanan fiyat artışlarının nihai tüketicilere yansıtıldığına dair somut bir tespit yapılamadığına, bireysel üyelerin emlak ve vasıta satış faaliyetlerine yönelik çevrim içi platform hizmetleri bakımından SAHİBİNDEN'in fiyatlarının rakiplerinden önemli ölçüde yüksek olmadığına, dolayısıyla SAHİBİNDEN'in 2018-2020 döneminde anılan pazarlarda aşırı fiyatlandırma yoluyla 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesini ihlal etmediğine ve dolayısıyla teşebbüse idari para cezası uygulanmasına gerek olmadığına karar vermiştir.

I.2.6. 30.09.2021 Tarihli ve 21-46/655-325 Sayılı Kurul Kararı

- (25) Kurulun 30.09.2021 tarihli ve 21-46/655-325 sayılı kararında SAHİBİNDEN'in emlak satış/kiralama hizmetlerine yönelik çevrim içi platform hizmetleri pazarındaki hâkim durumunu dışlayıcı davranışlarla kötüye kullandığı iddiası incelenmiştir. Başvuruda bulunan REOS Bilişim Teknolojileri AŞ (REOS) tarafından;

- Toplu ve çoklu listeleme (MLS) hizmetlerini sunabilmesi için SAHİBİNDEN'in platformuna entegrasyon sağlanmasının zorunlu unsur olduğu, SAHİBİNDEN'in bu entegrasyonu sağlamamasının haklı gerekçe bulunmaksızın sözleşme yapmanın reddi ve müşteri gruplarının çok kaynaktan beslenmesinin engellenmesi yoluyla diğer teşebbüslerin faaliyetlerinin zorlaştırılması/pazardan dışlanması olmak üzere iki farklı rekabet hukuku ihlaline sebep olduğu,
- Buna karşın SAHİBİNDEN'in INTENGO'ya ve çevrim içi ikinci el ürün satışıyla iştiğal eden sağlayıcılara entegrasyon sağlayarak ayrımcılık teşkil ettiği,

SAHİBİNDEN'in REOS'un da sunduğu emlak ofis yönetimi hizmetini, gayrimenkul satışı/kiralanması amacıyla ilan veren müşterilerine ücretsiz olarak sunmasının yıkıcı fiyatlama ve bağlama teşkil ettiği,

- Bu çerçevede, SAHİBİNDEN'in emlak satış/kiralama hizmetlerine yönelik çevrim içi platform hizmetleri pazarındaki hâkim durumunu dışlayıcı davranışlarla kötüye kullandığı ve REOS'un, SAHİBİNDEN'in stratejik nitelikteki ve rekabeti açıkça kısıtlayan davranışları nedeniyle ekonomik açıdan ciddi zararlar gördüğü, REOS'un faaliyetlerine devam edebilmesi için ivedilikle geçici tedbir kararı verilmesi gerektiği

iddia edilmiştir.

- (26) İddialara ilişkin olarak yürütülen önaraştırma sonucunda, dosya konusu entegrasyon işleminin zararlarının (rekabete aykırı etkileri) faydalarına (rekabetçi etkilerine) ağır bastığı değerlendirilmiştir. Karara göre bunda en temel etken, başvuru sahibinin entegrasyon talebinin, uygulamadaki birlikte işlerlik örnekleri gibi bir hizmetin sunumu için gerekli teknolojiye erişim talebinden ziyade, SAHİBİNDEN'in temel hizmetlerini kendi arayüzü üzerinden gerçekleştirmek için bir teknolojiye erişim talebi olmasıdır. REOS'un talep ettiği entegrasyon ile portali üzerinden sunacağı hizmetler ile SAHİBİNDEN'in kendi platformunda sunacağı hizmetler büyük çoğunlukla örtüşmektedir. Zira bir emlak danışmanının ilan girişi (güncellemesi ve sonlandırılması dâhil) işlemlerini başka bir teşebbüs aracılığıyla yapması, SAHİBİNDEN platformunu ancak üyelik bilgilerini takip etme (üyelik oluşturma ya da güncelleme) gibi amaçlarla kullanması için gerekli kılmaktadır. Emlak danışmanının bu bakımdan esas faaliyetlerinin ilan girişi olduğu ve platformlarda harcadığı esas zamanın ilan girişleri sırasında olduğu dikkate alındığında, REOS'un talebi fiiliyatta SAHİBİNDEN'in trafiğini üzerine çekmek anlamına gelmektedir. Bu ise çevrim içi kanalların, özellikle platformların çalışma modelinin dayanağını oluşturmaktadır.
- (27) Entegrasyon ile olası rekabete aykırı etkilerin rekabetçi etkilerden fazla olması sebebiyle, SAHİBİNDEN'in REOS'un toplu ve çoklu listeleme hizmetlerini sunabilmesi için entegrasyon sağlamayı reddetmesinin ne müşteri gruplarının çok kaynaktan beslenmesinin engellenmesi ne de birlikte işlerliğin engellenmesi yoluyla diğer teşebbüslerin faaliyetlerinin zorlaştırılması/pazardan dışlanması olarak ifade edilemeyeceği ve rekabet ihlali teşkil etmediği değerlendirilmiştir.
- (28) Diğer yandan karara göre, entegrasyon ile oluşması beklenen faydaların rekabeti daha az sınırlayıcı yollardan elde edilmesi, diğer deyişle rekabete aykırı etkilerin daha orantılı bir yoldan giderilmesi imkân dahilindedir. Örneğin emlak danışmanlarının SAHİBİNDEN platformuna girdikleri ilanları, tercih ettikleri diğer çevrim içi kanallara aktarması, girdikleri ilan verilerinin taşınabilirliği ile de sağlanabilecektir. Bu halde, emlak danışmanları kendi iradeleri ile diledikleri çevrim içi kanalı kullanabilecektir. Dileyen emlak danışmanı yine toplu listeleme hizmetlerinden faydalanacak, ancak bir aracı ile daha çalışmayı tercih etmeyen emlak danışmanları ilan verilerini istedikleri platforma kendileri aktarabilecektir. Bir yandan ilan girişine harcadıkları zamandan tasarruf edecek, bir yandan da yeni bir aracı ile maliyetlerinin daha da artmasının önüne geçebilecektir. Bu etkinlikleri de yetersiz bulan, ilan güncellemeleri ve sonlandırmaları için kullandığı tüm platformları eş anlı yönetemeyen emlak danışmanları, SAHİBİNDEN'de oluşturduğu verisini doğrudan toplu listeleme sağlayıcılarına aktararak yine ilanlarını alternatif kanallarda yayımlayabilecektir. Bu, entegrasyon talebine nazaran (en az) bir fazla adım içerebilmekte, emlak danışmanlarının ilanı bir yerde oluşturduktan sonra, onu bir başka çevrim içi kanala aktarmak için taşınabilir verisini söz

konusu platforma kopyalamasını/iletmesini ya da bunu ilgili platformlardan talep etmesini gerektirmektedir. Ancak, kararda, incelenen pazarda emlak danışmanlarının çevrim içi ilan hizmetlerine çoklu erişim için motivasyonlarının olmasına karşın çoklu erişimin önünde zaman, maliyet, ikinci bir platformun ara yüzüne uyum sağlayamama gibi engellerin olması, bunun sonucunda çevrim içi ilan hizmetleri pazarındaki yoğunlaşmadan dolayı rekabetin sınırlı olması yönündeki rekabet sorunlarının henüz veri taşınabilirliğine yönelik bir imkân sunulmadığı bir pazarda ortaya çıktığı ifade edilmektedir. Bu kapsamda, ilgili karar anındaki pazar şartları altında, başvuruda belirtilen şekilde bir entegrasyon aracılığıyla birlikte işlerlik yükümlülüğünün getirilmesinin orantısız olacağı değerlendirilmiştir.

- (29) Aynı iddialar mal vermenin reddi teorisi altında da değerlendirilmiş, REOS'un entegrasyon talebinin alt pazar olarak kabul edilebilecek toplu listeleme hizmetlerinde rekabet etmek için ya da MLS sisteminin kurulması için vazgeçilmez olmadığı, öyle olmasa dahi, entegrasyon talebinin reddinin haklı gerekçeye dayandığı değerlendirilmiştir. Ayrıca, MLS sisteminin esasında emlak danışmanlarının kendi portföylerini birleştirerek kurdukları veri tabanı olduğu, bu veriler için SAHİBİNDEN'in kurumsal üyelere gelen ilan portföyünün vazgeçilmezlik standardını karşılayabilecek nitelikte olduğunun söylenemeyeceği, bu bakımdan, emlak danışmanları arasında MLS oluşumuna bir talep varsa, emlak danışmanlarının SAHİBİNDEN üzerinde verdikleri ilanları REOS veya kendi mesleki organizasyonları uhdesinde kurulacak MLS sistemleri üzerinde yayımlaması yönünde bir yasal veya teknik engel bulunmadığı, dolayısıyla MLS sistemi için SAHİBİNDEN'in REOS'a entegrasyon sağlamasının şart olduğu iddiasının yerinde olmadığı tespiti yapılmıştır. Bunun yanı sıra, INTENGO ile şikâyetçi REOS'un eşit konumda alıcılar olmadıkları sonucuna da ulaşıldığından SAHİBİNDEN'in bir ayrımcılık uygulamasında bulunduğu bahsedilemeyeceği değerlendirilmiştir. Sonuç olarak, 4054 sayılı Kanun'un 41. maddesi uyarınca şikâyetin reddi ile soruşturma açılmamasına karar verilmiştir.

I.2.7. 13.07.2023 tarihli 23-31/604-204 sayılı Kurul Kararı

- (30) Son olarak Kurulun 30.06.2022 tarihli ve 22-29/469-M sayılı kararıyla, SAHİBİNDEN'in 2022 yılında yeni uygulamaya başlamış olduğu ek ücret politikasına yönelik olarak yürütülen önaraştırma sonucunda SAHİBİNDEN'in emlak ve vasıta satış hizmetlerine yönelik çevrim içi platform hizmeti pazarlarında sahip olduğu hâkim durumunu aşırı fiyat uygulamak suretiyle kötüye kullandığı iddiasını incelemek üzere soruşturma açılmasına karar verilmiştir. Yürütülen soruşturma sonucunda, Kurulun 13.07.2023 tarihli toplantısında 23-31/604-204 sayılı ile

- *Sahibinden Bilgi Teknolojileri Pazarlama ve Ticaret AŞ'nin, "kurumsal üyelerin emlak satış/kiralama faaliyetlerine yönelik çevrim içi platform hizmeti, kurumsal üyelerin vasıta satış faaliyetlerine yönelik çevrim içi platform hizmeti, bireysel üyelerin emlak satış/kiralama faaliyetlerine yönelik çevrim içi platform hizmeti, bireysel üyelerin vasıta satış faaliyetlerine yönelik çevrim içi platform hizmeti" pazarlarında hâkim durumda olduğuna,*
- *Bununla birlikte Sahibinden Bilgi Teknolojileri Pazarlama ve Ticaret AŞ'nin 2020-2022 döneminde anılan pazarlarda aşırı fiyatlandırma yoluyla 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 6. maddesi hükmünü ihlal etmediğine, dolayısıyla adı geçen teşebbüse idari para cezası uygulanmasına gerek olmadığına*

karar verilmiştir.

I.3. İlgili Pazar

I.3.1. İlgili Ürün Pazarı

- (31) İlgili ürün pazarının tanımlanmasındaki amaç, inceleme konusu teşebbüsün ürettiği ürüne rekabetçi baskı oluşturabilecek ürünleri tespit etmektir. Bu bağlamda, inceleme konusu mal ve hizmetlerle, tüketicinin gözünde fiyatı, kullanım amaçları ve nitelikleri bakımından ikame sayılan mal veya hizmetler, ilgili ürün pazarını oluşturmaktadır. Bu ikame analizinde temel kriter talep ikamesi olmakla birlikte, talep ikamesine eşdeğer etkisinin olduğu durumlarda, talep ikamesinin yanında arz ikamesi de hesaba katılabilmektedir. Ancak inceleme konusu işlem, gerek ürün gerekse de coğrafi açıdan olası alternatif pazar tanımları çerçevesinde rekabet açısından endişeler yaratmıyor ya da alternatif tüm tanımlar açısından rekabeti bozucu bir etki söz konusu oluyorsa pazar tanımı yapılmayabilir².
- (32) SAHİBİNDEN hakkında alınan 2. ve 3. Aşırı Fiyat Kararlarında, SAHİBİNDEN'in mevcut soruşturmada olduğu gibi vasıta satmak veya emlak satmak/kiralamak amacıyla platformunda ilan veren taraflara (kurumsal üyelere) yönelik uygulamaları incelenmiştir. Söz konusu kararlarda, ilk olarak çevrim dışı (emlak ofisleri ile gazete, TV, süreli yayım ilanları) mecralar ile çevrim içi mecraların ikame analizi sonucunda erişebilirlik, zaman tasarrufu, kullanım kolaylığı, vasıta ve emlak portföyünün ve türünün fazla olması, karşılaştırma yaparken işlem maliyetini en aza indirmesi, çevrim içi kanalın birden fazla satıcıya ulaşma bakımından kolaylık sağlaması vb. nitelikleri sebebiyle çevrim içi platformların geleneksel kanala ikame olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Platform hizmeti sunan teşebbüsler ile kendi internet sitesi üzerinden hizmet sunan teşebbüslerin faaliyetleri analiz edildiğinde ise, söz konusu faaliyetler için ilan arayan tüketiciler açısından sınırlı bir ikamenin olduğu, ilan verenler açısından ise iki kanal arasında ikamenin söz konusu olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Nihayetinde ilgili ürün pazarı emlak satış/kiralama faaliyetleri ve vasıta satış faaliyetleri ayrı ürün pazarları olarak tanımlanmıştır.
- (33) Ayrıca söz konusu kararlarda SAHİBİNDEN platformunda verilen ilanlar açısından kurumsal üyelik ve bireysel üyelik arasında da ikame analizi yapılarak pazarların kurumsal üyelik ve bireysel üyelik özelinde ayrı ayrı tanımlanması uygun görülmüştür. İşbu dosyada ise, veri taşımanın engellenmesi iddiasına dayanak teşkil eden sözleşmesel sınırlamalar SAHİBİNDEN'in kurumsal üyelerle akdettiği sözleşmelerden kaynaklanmaktadır. Bu bakımdan veri taşımaları bakımından getirilen sınırlamalar yalnızca kurumsal üyeleri hedef edinmektedir. Bireysel üyelerin iddia konusu veri taşımanın engellenmesi eyleminden etkilenip etkilenmediği sorgulandığında ise, bireysel üyelerin kurumsal üyeler gibi (geniş bir) ilan portföyüne sahip olmadıkları, yıl içerisinde yayımladıkları ilan sayısının ve ilan yayımlama sıklığının çok daha sınırlı kaldığı görülmektedir.
- (34) Bilindiği gibi, bireysel üyelerin yayımladıkları ilanların ilki, hem emlak hem de vasıta kategorilerinde yılda bir defaya mahsus olmak üzere ve 30 gün süreyle yayımda kalmak kaydıyla ücretsiz yayımlanmaktadır. Diğer yayımlanan ilanlar bakımından ise ilan başına ücret alınmaktadır.
- (35) Aşağıdaki tabloda SAHİBİNDEN'de emlak ilanı yayımlayan bireysel üyelerin toplam bireysel üyeler içindeki payı ve bu üyelerin yıl içinde yayımladıkları ilk ilan haricindeki ilanlarının (ücretli ilanların) bireysel üyelerin yayımladığı toplam ilanlar içindeki payına yer verilmektedir:

² İlgili Pazarın Tanımlanmasına İlişkin Kılavuz, para. 20.

Tablo 2: SAHİBİNDEN'de Emlak İlanı Yayımlayan Bireysel Üyeler

Yıl	2019	2020	2021
Toplam Bireysel Üye Sayısı	(.....)	(.....)	(.....)
En Az Bir İlan Yayımlayan Bireysel Üye Sayısı	(.....)	(.....)	(.....)
Bireysel Üyelerin Yayımladığı Toplam İlan Sayısı	(.....)	(.....)	(.....)
Bireysel Üyelerin Yayımladığı Ücretli İlan Sayısı	(.....)	(.....)	(.....)
İlan Yayımlayan Bireysel Üyelerin Toplam Bireysel Üyeler İçindeki Payı ³	(.....)	(.....)	(.....)
Ücretli Bireysel İlan Sayısının Toplam Bireysel İlan Sayısı İçindeki Payı	(.....)	(.....)	(.....)
Kaynak: SAHİBİNDEN cevabi yazısı ve raportör hesaplamaları.			

- (36) Tablodan anlaşıldığı üzere, SAHİBİNDEN'de yılda en az bir emlak ilanı yayımlayan bireysel üye sayısının toplam bireysel üye sayısındaki ağırlığı 2019-2021 yılları arasında sırasıyla %(.....); %(.....) ve %(.....) ile sınırlı kalmıştır. İlan yayımlayan bu üyelerin büyük çoğunluğu için ise bir ilan portföyünden söz edilememektedir. Zira büyük çoğunluğu yıl içinde yalnız bir ilan yayımlamıştır. Böylelikle, yıl içinde verilen ilk ilan haricindeki ilanların (ücretli ilanların) sayısının toplam ilan sayısı içindeki ağırlığı 2019-2021 yılları arasında sırasıyla %(.....); %(.....) ve %(.....) olarak gerçekleşmiştir.
- (37) Bireysel üyelerin vasıta ilanları için de benzer bir tablo ile karşılaşılmaktadır. Aşağıda, SAHİBİNDEN'de vasıta ilanı yayımlayan bireysel üyelerin toplam bireysel üyeler içindeki payı ve bu üyelerin yıl içinde yayımladıkları ilk ilan haricindeki ilanlarının (ücretli ilanların) bireysel üyelerin yayımladığı toplam ilanlar içindeki payına yer verilmektedir:

Tablo 3: SAHİBİNDEN'in Vasıta İlanı Yayımlayan Bireysel Üyeleri

Yıl	2019	2020	2021
Toplam Bireysel Üye Sayısı	(.....)	(.....)	(.....)
En Az Bir İlan Yayımlayan Bireysel Üye Sayısı	(.....)	(.....)	(.....)
Bireysel Üyelerin Yayımladığı Toplam İlan Sayısı	(.....)	(.....)	(.....)
Bireysel Üyelerin Yayımladığı Ücretli İlan Sayısı	(.....)	(.....)	(.....)
İlan Yayımlayan Bireysel Üyelerin Toplam Bireysel Üyeler İçindeki Payı ⁴	(.....)	(.....)	(.....)
Ücretli Bireysel İlan Sayısının Toplam Bireysel İlan Sayısı İçindeki Payı	(.....)	(.....)	(.....)
Kaynak: SAHİBİNDEN cevabi yazısı ve raportör hesaplamaları			

- (38) Vasıta ilanları bakımından, SAHİBİNDEN'de 2019-2021 yılları arasında en az bir ilan yayımlayan bireysel üye sayısının toplam bireysel üye sayısındaki ağırlığı sırasıyla %(.....); %(.....) ve %(.....) şeklinde izlenmektedir. Ücretli ilan sayısının toplam ilan sayısı içindeki ağırlığı ise 2019-2021 yılları arasında sırasıyla %(.....); %(.....) ve %(.....) olarak gerçekleşmiştir. Dolayısıyla vasıta ilanları bakımından da bireysel üyelerin ücretsiz ilan hakları bittikten sonra ücretli ilan yayımlamayı tercih etmedikleri, yılda birden fazla ilan içeren bir portföye sahip olan bireysel üyelerin çok sınırlı kaldığı görülmüştür.

³ SAHİBİNDEN'de bireysel üyelerin 30 gün boyunca yayınladıkları birinci ilanlarından sonraki ilanları için ücret ödemesi gerekmektedir. İlgili yılda en az bir ilan yayınlayan bireysel üyelerin yayınladığı toplam ilan sayısından ilgili yılda en az bir ilan yayınlayan bireysel üye sayısı çıkartılarak ücretli ilan sayısına ulaşılmıştır.

⁴ SAHİBİNDEN'de bireysel üyelerin 30 gün boyunca yayınladıkları birinci ilanlarından sonraki ilanları için ücret ödemesi gerekmektedir. İlgili yılda en az bir ilan yayınlayan bireysel üyelerin ilgili yılda yayınladığı toplam ilan sayısından ilgili yılda en az bir ilan yayınlayan bireysel üye sayısı çıkartılarak ücretli ilan sayısına ulaşılmıştır.

- (39) Sonuç olarak, bireysel üyelerin veri taşımalarına ilişkin bir sınırlama ile karşılaşılmanın olmaması, bireysel üyelerin veri taşımayı gerektiren bir ilan portföyüne sahip olmaması ve bireysel üyelerin kurumsal üyeler gibi çok sayıda ilanı düzenli aralıklarla platformda yayımlamamaları gibi nedenlerle, bireysel üyelere yönelik faaliyetler mevcut dosyanın kapsamı dışında tutulmuştur. Dolayısıyla mevcut dosya kapsamında veri taşınabilirliğinin engellenmesi açısından yapılacak incelemede ilgili ürün pazarı;
- Kurumsal üyelerin emlak satış/kiralama faaliyetlerine yönelik çevrim içi platform hizmetleri pazarı ve
 - Kurumsal üyelerin vasıta satış faaliyetlerine yönelik çevrim içi platform hizmetleri pazarı

olarak belirlenmiştir.

- (40) Öte yandan dosya kapsamında SAHİBİNDEN'in çevrim içi platform hizmetleri pazarındaki hâkim durumunu veri taşımanın engellenmesi yoluyla kötüye kullanıp kullanmadığının yanı sıra SAHİBİNDEN'in reklamcılık hizmetlerinin çalışma usulü, SAHİBİNDEN'in ek ürün hizmeti olarak sunduğu ve "doping" olarak adlandırılan reklamların kullanıldığı ilanların reklamı olduğunun anlaşılıp anlaşılmadığı, gerek ilanlar gerekse doping ya da doğal reklam gibi hizmetlerde sıralama algoritmasının kendini kayırma davranışı oluşturacak şekilde çalıştırılarak rakiplere zarar verilip verilmediği; emlak değerlendirme, sıfır araç satışında yetkili bayiye yönlendirme gibi hizmetler sunulan tavsiye sistemlerinin şeffaf bir şekilde çalışıp çalışmadığı, yapılan yönlendirmelerin ilgili pazarlarda rekabeti engelleyip engellemediği de incelenmiştir.
- (41) Yukarıda belirtilen ve veri taşınabilirliğinin engellenmesi dışında kalan diğer iddiaların genel olarak reklamcılık hizmetleri ile emlak-vasıta alım/satım/kiralama faaliyetlerine ilişkin yan hizmetler olduğu anlaşılmaktadır. Bununla birlikte ilgili hizmetlere ilişkin olarak SAHİBİNDEN'in hâkim durumunu kötüye kullanıp kullanmadığı incelemesinde yapılacak değerlendirmenin sonucunun değişmeyecek olması nedeniyle bu hizmetler bakımından kesin bir pazar tanımına ihtiyaç duyulmamıştır.

I.3.2. İlgili Coğrafi Pazar

- (42) İlgili ürün pazarı olarak tanımlanmış platform hizmetleri coğrafi bakımdan farklılaşmamakta olup galeriler, emlak ofisleri veya nihai tüketiciler, internet erişimi sağlanan herhangi bir bölgeden bu hizmetlerden faydalanabilmektedir. Anılan nitelikler dikkate alınarak, SAHİBİNDEN hakkında yürütülen geçmiş soruşturmalarda, ilgili coğrafi pazar "Türkiye" olarak değerlendirilmiştir. Mevcut dosyada da bu tanımlama korunmaktadır.
- (43) Reklamcılık hizmetleri ile emlak-vasıta alım/satım/kiralama faaliyetlerine ilişkin yan hizmetlere ilişkin diğer iddialara konu olan faaliyetlerin de Türkiye'den daha dar bölgeler kapsamında farklılaşmadığı, ancak varılacak sonucu değiştirmemesi sebebiyle bu faaliyetler bakımından kesin bir coğrafi pazar tanımının yapılmasına da gerek bulunmadığı kanaatine varılmıştır.

I.4. Yerinde İncelemelerde Elde Edilen Bilgi ve Belgeler

I.4.1. Soruşturma Sürecinde Elde Edilen Bilgi ve Belgeler

I.4.1.1. Veri Taşımanın Engellendiği İddiasına Yönelik Belgeler

- (44) Yürütülen önaraştırma kapsamında 19.08.2021 tarihinde SAHİBİNDEN'de gerçekleştirilen yerinde incelemede elde edilen belgelere aşağıda yer verilmektedir:

- (45) **Belge-1:** 27.01.2020 tarihinde (.....) tarafından SAHİBİNDEN Kurumsal Satış Genel Müdür Yardımcısı (.....)'ya gönderilen "(.....)& Sahibinden.com Emlak İlan Entegrasyon Talebimiz Hakk" başlıklı e-postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

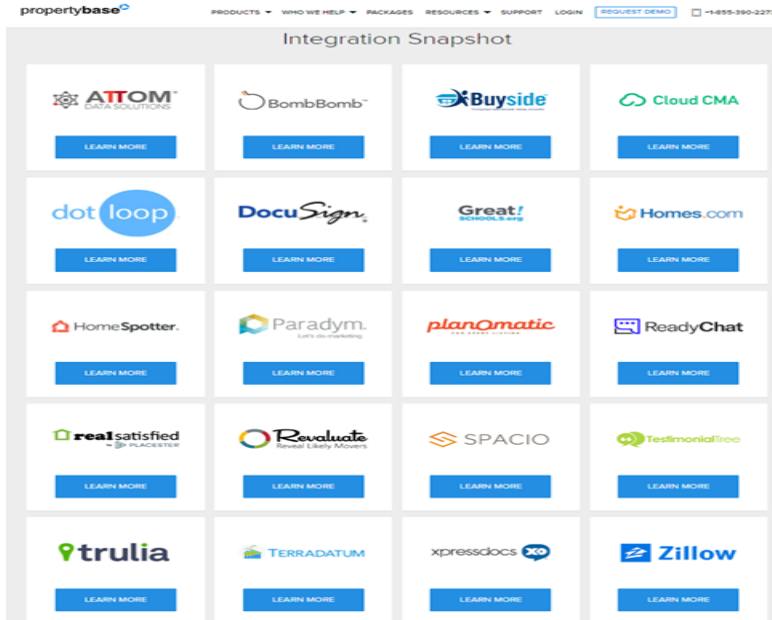
(...)

(.....) için Yurtdışı Örnekler

Sahibinden.com ile rekabet edilmeyen, bizim faaliyet gösterdiğimiz CRM ve ilan entegrasyonları kısmında dünya çapında faaliyet gösteren pek çok benzer ürün bulunmaktadır. Bu ürünler ilan portallarına entegredir ve tıpkı bizim gibi kendi ilan portalları yoktur. Çünkü CRM ve Listing Service konuları birbirine entegre ama tamamen farklı işlerdir. Diğer yandan tek bir portale angaje ürünler de başarılı olmamıştır. Çünkü emlak ofislerinin ihtiyacı, güçlü ve tarafsız CRM çözümleri üzerinden olabilecek maximum sayıda dijital pazarlama ürününe entegre olmaktır. Bize benzer iş modeli olan global ürünlere örnek verecek olursak:

<https://www.propertybase.com/>

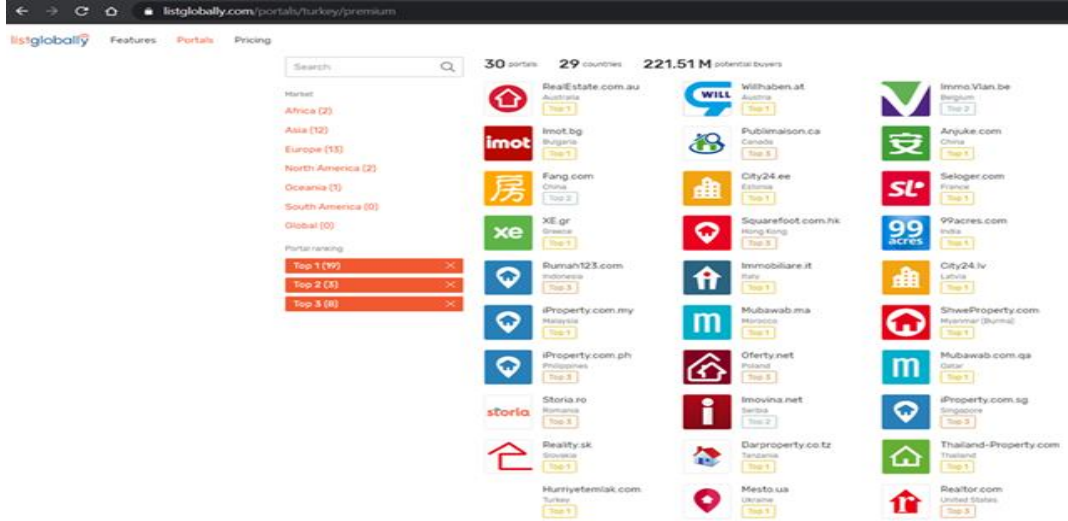
Pek çok ilan portalına entegrasyon sunulmakta



<http://www.rethinkcrm.com/>

<https://placester.com/>

<https://www.listglobally.com/>



(63 ülkede, 110 portal ile entegre).

Yurtdışında bu tür çözümlere ait örnek firmalar yüzlerce sayıdadır. Genel olarak sunmak istediğimiz ana fikir; ilan portallarının, CRM entegrasyonlarını zorlaştırmak yerine, aksine kolaylaştırmalarıdır.

Yurtiçi İlan Portallarında API Örnekleri

Yurtiçinde (yayım hayatına son vermeden önce) MilliyetEmlak.com ile başlayan API entegrasyonlarımız, sırasıyla HurriyetEmlak.com, Zingat.com, Emlaktown.com, EmlakJet.com ile devam etmiştir. Her portal Türkiye’de ilk (.....) ile entegrasyon geliştirmiştir. Sonrasında başka yazılım çözümlerine de bu entegrasyonlarını açmışlardır.

(.....) hem CRM sistemlerinden data entegrasyonuna izin vermektedir, hem de kendi üzerindeki ilanları entegrasyonla, (.....) üzerinden yurtdışında başka portallarda da yayımlama hizmeti vermektedir.

(...)

Hatta (.....) bu konuda daha da ileri giderek, yurtdışı örneklerde olduğu gibi, açık api servislerini doğrudan sitesinde erişilebilir şekilde yayımlamaya başlamıştır. Sektörün en büyük ve hakim durumdaki oyuncusu olan Sahibinden.com ‘un da aynı şekilde, yeni girişimlerin önünde engelleyici değil, dış inovasyon ve işbirliklerinde liderlik yapması içindeyiz.

Önemli Bilgi Notu:

(.....), tüm adı geçen portallarla gizlilik sözleşmesi kapsamında çalışmakta olup; bu yazı içinde yer alan bilgiler halka açık alanlardan derlenip, örneklendirilmiştir. Herhangi bir gizli bilgi paylaşılmamıştır.

(.....)

- (46) **Belge-2:** Kocaeli Emlakçılar Odası tarafından 27.01.2020 tarihinde SAHİBİNDEN Saha Operasyonları Direktörü (.....), Kurumsal Satış Genel Müdür Yardımcısı (.....), SAHİBİNDEN Ürün ve İş Geliştirme Direktörü (.....) ve SAHİBİNDEN İş Servis ve Müşteri Deneyimi Yönetimi Genel Müdür Yardımcısı (.....)’e gönderilen “Kocaeli Emlakçılar Odası sisteminin Sahibinden.com ile ilan entegrasyonu hakkında” başlıklı e-postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

Sn. (.....),

Kocaeli Emlakçılar Odası olarak, il genelinde 950'den fazla üyemiz ofisin bağlı olduğu yetkili meslek odasıyız.

Yetkili Meslek Odası olarak, tüm diğer konularda olduğu gibi, üyelerimizin zaman kazanımı veya kolaylık sağlayacağı konularda da, gereken işbirliklerine önem vermekteyiz. TKGM'nin web tapu uygulamasında pilot il olarak liderlik yaptığımız gibi, önümüzdeki dönemde bağlı ofislerimizin dijital dönüşüm ve kurumsallaşma ile ilgili olarak farkındalığını arttırmak üzere eğitimler düzenleyeceğiz ve bazı teknoloji ürünlerini üyelerimize tanıtacağız.

Bu açıdan kullanmakta olduğumuz KEO.com.tr Dijital Emlak Odası sistemine, üyelerimiz için Sahibinden.com ilan entegrasyonuna izin verilmesini talep ediyoruz.

Ocak ayında yapılan ve farklı illerin emlak odaları ve derneklerinin katılımıyla gerçekleşen "Emlakta Dijitalleşme Çalıştayı"nda ortak alınan kararlardan biri de, kurumsallaşma ve dijitalleşme çalışmalarına hız verilmesidir. Bu açıdan mülkiyeti Kocaeli Emlakçılar Odası'na ait olanwww.keo.com.tr kurumsal websitemize entegre şekilde çalışan bir emlak odası yönetim sistemimiz bulunmaktadır. Bu sistem, emlak odası tarafından yönetilmekte, bu sayede sadece odaya kayıtlı emlak ofislerinin ve danışmanlarının kullanabildiği bir imkan sunmaktadır ki bu konu kayıtdışı emlakçılıkla mücadelemiz açısından çok önemlidir. Çeşitli dijital yönetim araçları (emlak ofisi, portföy, müşteri yönetimi ve dijital pazarlama) ve fonksiyonları sunulan bu sistemi il genelinde kullanmaya başladık. RE-OS.com tarafından sağlanan bu altyapı, üyelere zaman kazandıran pek çok fonksiyon ve dış entegrasyonlar içermekte. Yurtdışına da açılmakta olan ilan entegrasyonlarının yanı sıra, yurtiçinde Sahibinden.com hariç; (.....), (.....) ve (.....) gibi ulusal ilan portallarıyla da entegre şekilde çalışmakta. Özellikle maddi imkanlardan dolayı yurtdışı franchise firmaların daha çok kullanabildiği bu tür sistemleri üyelerimize sunmayı, yerel ofislerin sektörel rekabet edebilirliği açısından değerli bir katkı olarak görüyoruz. Sektörün en çok üyesi olan portallı Sahibinden.com olarak sizlerin de katkı sunmasını bekliyoruz.

Yukarıda belirttiğimiz gibi; KEO dijital emlak odası sistemine, Sahibinden.com'da yayımlanacak ilanlara ait entegrasyonlara izin verilmesini ve üyelerimizin daha az zaman harcayarak ilanlarını yönetebilmelerini arzu ediyoruz. Trafik ve gelir ile ilgili bazı kaygılarınız olabilir ancak sistemde, Sahibinden.com tarafında ek kullanımlar (doping vb gibi) satın alınması için sistem ekranlarında yönlendirmeler yapmak da mümkün olacaktır. Bu sayede amaçladığınız (trafik ve gelir vb) konularda geriye düşmek bir yana, üyelerimizle karşılıklı verimliliği daha da arttırmaya dönük işbirlikleri geliştirmeniz mümkün olabilecektir. Hatta özellikle kurumsallaşma ve dijitalleşme ile ilgili çalışmalara, eğitim ve organizasyonlarınızla destek olmanız durumunda, Emlak Odası olarak bu tür toplantılara destek vermeye çalışırız, bu sayede sektör adına faydalı işbirlikleri de sağlanmış olabilir.

Diğer yandan, Amerika ve Avrupa'da entegrasyonun portallar için değerli olduğunu, sahibinden.com olarak sizin de elektronik ticaret kategorilerinde ve banka gayrimenkullerinde ilan entegrasyonlarını açtığınızı, dolayısıyla konuyu önemseydiğinizi biliyoruz. Gayrimenkul dikeyinde de entegrasyonun açılması konusunda olumlu cevap beklediğimizi belirterek, ivedilikle geri bildirimde bulunmanızı rica ederiz.

Saygılarımızla,

- (47) Aynı konuda SAHİBİNDEN Saha Operasyonları Direktörü (.....) tarafından SAHİBİNDEN Gelir ve Segment Yönetimi Direktörü (.....)'e aşağıdaki e-posta iletilmiştir:

(.....) merhaba,

Dün Kocaeli odasından aşağıdaki mail geldi.

(.....) in yönlendirmesi ile mailin atıldığını düşünüyorum.

Sabah (.....),(.....) , (.....) ve (.....) hanımla mini bir toplantı yaptık.

Aşağıdaki maile kurumsal bir cevap hazırlayacak (.....) hanım.

(.....) de (.....) haberdar edip karşı cevap yazacağız, entegrasyon talebi ile ilgili neler yapılabileceğini (.....) ile görüşmenizde fayda var.

- (48) **Belge-3:** SAHİBİNDEN Saha Operasyonları Müdürü (.....) tarafından 14.02.2020 tarihinde Yüksek Kıdemli Servis ve Müşteri Deneyimi Uzmanı (.....) ve SAHİBİNDEN çalışanı (.....)'a gönderilen "(.....).com API Talebi Hak" başlıklı e-postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

Merhabalar,

(.....) için bildiğiniz gibi API sürecinde (.....) ile senkronize çalıştığımız Bankalarımız mevcut, dün (.....).com firmadan da bu sürece dahil olmak ile ilgili ısrarcı bir talep gelmiştir.

Kendileri Bankalar'ın ellerindeki portföyleri hem kendi mağazalarında sergileyeceklerini ayrıca Bankalarla çalışmaya başlayacakları için Bankaların API sürecinde olacaklarını bu sebeple bizimle entegrasyon kısmında anlaşma yapmak istediklerini iletiler.

Konu ile ilgili nasıl cevap vermemiz ve nasıl ilerlememiz gerekir yorumlarınızı veya yönlendirmelerinizi rica ederim.

- (49) Aynı konuda SAHİBİNDEN Servis ve Müşteri Deneyimi Müdürü (.....) tarafından SAHİBİNDEN İş Servis ve Müşteri Deneyimi Yönetimi Genel Müdür Yardımcısı (.....) ve SAHİBİNDEN Ürün ve İş Geliştirme Direktörü (.....)'a aşağıdaki e-posta iletilmiştir:

Selamlar, (.....).com bizimle API entegrasyonu yapmak istiyormuş. Biz bunu sadece BDDK lisansı olan kuruluşlara yani bankalara veriyoruz.

No diye döneceğiz bu durumda.

Farklı bir yönlendirmeniz olur mu?

- (50) İlgili e-posta SAHİBİNDEN Ürün ve İş Geliştirme Direktörü (.....) tarafından aşağıdaki şekilde cevaplanmaktadır:

Banka getirirlerse ne olur asıl soru o.

- (51) Yürütülen soruşturma kapsamında, 14.10.2021 ve 29.12.2021 tarihlerinde SAHİBİNDEN'de iki yerinde inceleme daha yapılmıştır. 14.10.2021 tarihinde yapılan yerinde incelemede, SAHİBİNDEN tarafından üyelerinin ilan verilerini taşıyabilmelerinin engellendiğine işaret eder nitelikte olabileceği düşünülen bazı belgeler elde edilmiş olup ilgili belgelere aşağıda yer verilmektedir:

- (52) **Belge-4:** SAHİBİNDEN Hukuk Direktörü (.....) tarafından 03.06.2015 tarihinde SAHİBİNDEN İcra Kurulu Başkanı (.....)'a gönderilen "(.....)dosyası karara bağlandı – Guzel haber" başlıklı e-postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

“Merhaba (.....),

(.....TİCARİ SIR.....)

Bilginize sunarım.”

- (53) **Belge-5:** SAHİBİNDEN Vasıta & Alışveriş Kategorisi Takım Lideri (.....) tarafından 18.05.2017 tarihinde diğer SAHİBİNDEN çalışanlarına gönderilen “(.....) sahibinden.com ilanları aktarma” başlıklı e-postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

“Merhaba,
(.....) otomobil ilanı verilen bir sitede üye olup ilan vermek istediğinde sahibinden.com ilanlarınızı aktarın bölümü çıkıyor.
Bizim böyle bir duruma izin vermeyeceğimizi düşünerek size iletmek istedim.
Kontrol edebilir misiniz?
Siteye giriş için: (.....) kullanıcı adı ve şifre ile giriş yapabilirsiniz.”
(...)

- (54) Aynı konuda SAHİBİNDEN çalışanı (.....) tarafından SAHİBİNDEN Hukuk Direktörü (.....)’e aşağıdaki e-posta iletilmiştir:

“(.....) Hanım Selamlar,
Satış tarafından aşağıdaki gibi bir bilgilendirme geldi.(.....)’a üye olduktan sonra sahibinden.com ilanlarını aktar diye ayrı bir bölüm var buradan ilanları (.....) üyeliğine aktarıyor.)
Konuyu (.....) Bey’le görüştüm teknik tarafta engelleme için önlem alacaklarını söyledi hukuki bir boyutta incelenebilir ve yaptırım uygulanabilir mi diye konuyu aktarmak istedim.
İyi Çalışmalar,
(.....)”

- (55) SAHİBİNDEN çalışanı (.....) tarafından SAHİBİNDEN Gelir ve Segment Yönetimi Direktörü (.....)’e 26.05.2017 tarihinde yukarıda yer verilen e-posta silsilesinin ek olarak yer aldığı aşağıdaki e-posta iletilmiştir:

“Geçen hafta bizim siteden ilan aktarma ile ilgili şikayet geldiğinde incelemiştim. Sahibinden ilan aktarma ile ilgili konuyu da hem (.....) hem (.....) paylaştım. Hukuki yazı gönderildi. Site genel olarak temiz, kullanımı kolay, ileride expertiz,oto kiralama,sigorta,tamir gibi hizmetleri de devreye alınacağı gözüküyor. Ayrıca (.....) ve (.....) gibi içerik ve topluluk yönetimi alanlarına da girecek gibi gözüküyor.
Şu anda 5800’e yakın ilan var 27 adedi sahibinden geri kalanı galeriden.
Kurumsal üyelik şu an ücretsiz ilan sınırlaması olmadan ilan giriş hakkı bulunuyor ve sahibinden.com’dan otomatik ilan aktarma yapıyorlar bunun durdurulması için (.....) yazı gönderdi. (.....) teknik anlamda önünü kesmek için neler yapılabileceğini araştırıyorlar.
Üzerinden geçeriz.”

- (56) **Belge-6:** SAHİBİNDEN İş Servis ve Müşteri Deneyimi Genel Müdür Yardımcısı (.....) tarafından SAHİBİNDEN İcra Kurulu Başkanı (.....), SAHİBİNDEN Hukuk Direktörü (.....) ve SAHİBİNDEN Teknoloji Yönetimi Genel Müdür Yardımcısı (.....)’e 05.10.2017

tarihinde gönderilen "kurumsal sözleşme" başlıklı e-postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

"Aşağıdaki maddeler (.....) nin yapmaya çalıştığı şeylere izin vermemesi yönünde Kurumsal Üyelere sorumluluk yüklüyor. 5.1.7 de anlatmak istediğimiz şeyi anlatıyoruz gibi. Daha açık ve alenen net bir daha yazabilir, cezai müeyyidesini de sistemden atmak vs olarak belirtebiliriz.

5.1.3. "Kurumsal Üye"lerin, "Üyelik Hesabı"na girişte kullandıkları "kullanıcı adı" ve "şifre"nin güvenliğini sağlamaları, münhasıran ve münferiden kendileri tarafından kullanılmasını temin etmeleri, üçüncü kişilerden saklamaları tamamen kendi sorumluluğundadır. Bu konuda ihmal veya kusurlarından dolayı diğer Üye"lerin ve/veya "SAHİBİNDEN"ın ve/veya üçüncü kişilerin uğradığı veya uğrayabileceği maddi ve/veya manevi her tür zararlardan "Kurumsal Üye" sorumludur.

5.1.5. "Kurumsal Üye", "SAHİBİNDEN"ın yazılı onayı olmadan işbu "Üyelik Sözleşmesi"ni veya bu "Üyelik Sözleşmesi"nin kapsamındaki hak ve yükümlülüklerini kısmen veya tamamen herhangi bir üçüncü kişiye devredemez.

5.1.7. "SAHİBİNDEN", "Kurumsal Üye"lerin sadece ilgili ilanların içeriklerini öğrenme amacıyla ilanları görüntülemesine ve "SAHİBİNDEN Arayüzü"nü kullanmasına izin vermekte olup, bunun dışında bir amaçla veri tabanı üzerinden belirli bir sayıda veya bütününe yönelik olarak ilanlara ulaşılmaya çalışılması, ilanların kısmen veya tamamen kopyalanması, bunların başka mecralarda doğrudan veya dolaylı olarak yayımlanması, derlenmesi, işlenmesi, başka veritabanlarına aktarılması, bu veritabanından üçüncü kişilerin erişimine ve kullanımına açılması, "SAHİBİNDEN" üzerindeki ilanlara link verilmesi de dahil olmak üzere benzer fiillerin işlenmesine "SAHİBİNDEN" tarafından izin verilmemekte ve rıza gösterilmemektedir. Bu tür fiiller hukuka aykırı olup; "SAHİBİNDEN"ın gerekli talep, dava ve takip hakları saklıdır."

(57) İlgili e-postaya SAHİBİNDEN Hukuk Direktörü (.....) tarafından aşağıdaki yanıt verilmiştir:

"Merhabalar,

(.....) e aşağıdaki maddeleri ve ilaveten 4.1.2.maddeyi aktardım. (.....) aktarım konusunda 4.1.2.'nin tek başına istediğimiz amaca hizmet ettiğini söyledi.

4.1.2.madde şöyle:

4.1.2 "SAHİBİNDEN" herhangi bir zamanda gerekçe göstermeden, bildirimde bulunmadan, tazminat, ceza vb. sair yükümlülüğü bulunmaksızın derhal yürürlüğe girecek şekilde işbu "Üyelik Sözleşmesi"ni tek taraflı olarak feshedebilir, "Kurumsal Üye"nin "Üyelik"ine son verebilir veya geçici olarak durdurabilir. "Portal"da belirtilen kurallara aykırılık halleri, "Kurumsal Üye"nin "SAHİBİNDEN" bilgi güvenliği sistemine risk oluşturması halleri, üyeliğe son verme veya üyeliği geçici durdurma hallerindedir.

(.....) üye olan kurumsal üyeler, ilan aktarımı için kullanıcı adı ve şifre paylaştıkları ve ilanlarının aktarılmasına bu şekilde imkan sağladıkları için bilgi güvenliği sistemimize risk oluşturuyorlar. Bunu ileri sürerek 4.1.2.madde gereğince üyelik sözleşmelerini sona erdirebilir veya üyeliklerini geçici olarak durdurabiliriz. Bu maddeye ilaveten aşağıdaki 5.1.3 ve 5.1.7.maddeleri gereğince uğrayabileceğimiz zararı talep edebileceğimizi ayrıca yapacağımız bildirimde belirtmemiz de faydalı olacaktır. (.....) Kurumsal Üyelik sözleşmesindeki bu maddelerin yeterli ve uygun olduğunu, eklenmesi/değiştirilmesi gereken bir husus bulunmadığını belirtti. Üyelik

iptallerinin birçok dava açılmasına engel olmasını engellemek amacıyla Kurumsal Üyelerimize portalda bildirimde bulunmamızı, “Bilgi güvenliği sistemine risk oluşturacak hareketlerde bulunanların Kurumsal Üyeliklerinin iptal edileceği”ni bildirdikten sonra üyelik iptallerini yapmamızı önerdi. Bence Kurumsal Üyeye portalda bildirimde bulunmak dışında iletişim yaparak da derseniz bu hususu vurgulayalım. (.....).

(.....) karşı alınabilecek hukuksal aksiyon hakkında:

(.....).

İyi çalışmalar”

- (58) **Belge-7:** SAHİBİNDEN Kıdemli Servis ve Müşteri Deneyimi Uzmanı (.....) tarafından 25.11.2019 tarihinde SAHİBİNDEN İş Servis ve Müşteri Deneyimi Yönetimi Genel Müdür Yardımcısı (.....) ve SAHİBİNDEN Ürün ve İş Geliştirme Direktörü (.....)’a gönderilen “Zingat Toplu İlan Aktarımı” başlıklı e-postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

Selamlar,

(.....) mağazalarına toplu ilan aktarımı özelliğini sundu. Mağazanın tüm ilanlarını fotoğrafları ile birlikte sisteme aktarabilmektedir. İşleyiş şu şekilde olmaktadır.

1-Mağazanın aktarılacak sitedeki mağaza sayfası kaydedilir. (örn: kosuyoluemlak.sahibinden.com)

2-Moderasyon ekibi mağaza adresinin kontrolünü yapar. (farklı isimli bir mağazanın ilanlarını ekleyemez)

3-Moderasyon mağaza onayı verdikten sonra aktarım başlar. (aktarım uzun sürebilir, o sırada browser açık olmasına gerek yok)

4-Aktarımı yapılan ilanlar taslak olarak kaydedilir ve mağaza sahibi bilgilendirilir.

5-Mağaza sahibi ilanları yayıma alabilir, alt kullanıcılarına devredebilir.

6-Tekrar toplu aktarım yapmak istediğinde sadece yeni ilanlar aktarılır.

Bilgilendirme sayfası: (.....)

Teşekkürler

- (59) İlgili e-posta SAHİBİNDEN Ürün ve İş Geliştirme Direktörü (.....) tarafından SAHİBİNDEN çalışanı (.....) ve (.....) Servis ve Müşteri Deneyimi Yönetimi Uzmanı (.....) iletilmiş olup yukarıdaki e-postaya (.....) tarafından aşağıdaki yanıt verilmiştir:

(.....) selam,

Filigranimizi silebiliyorlar mi onu biliyor muyuz?

- (60) İlgili e-postaya SAHİBİNDEN Ürün ve İş Geliştirme Direktörü (.....) tarafından aşağıdaki yanıt verilmiştir:

Bunu bilmiyoruz ancak sitelerinde biraz gezindim. Şöyle bir ilan buldum..

Bizdekini de yanına koyuyorum. Sanırım bu import edilenlerden olabilir

Çünkü açıklama kısmındaki resim gelmemiş mesela.

[https://www.zingat.com/\(.....\)-yapi-emlaktan-satilik-daire-2652910i](https://www.zingat.com/(.....)-yapi-emlaktan-satilik-daire-2652910i)

[https://www.sahibinden.com/ilan/emlak-konut-satilik-\(.....\)-yapi-emlak-tan-satilik-daire-750200652/detay](https://www.sahibinden.com/ilan/emlak-konut-satilik-(.....)-yapi-emlak-tan-satilik-daire-750200652/detay)

- (61) Yukarıdaki e-postaya SAHİBİNDEN İş Servis ve Müşteri Deneyimi Yönetimi Genel Müdür Yardımcısı (.....) tarafından aşağıdaki yanıt verilmiştir:

Zingat Toplu İlan Aktarımı

*ozelligini acmis ve duyurmus, marketingintelligence a da gonderildi, yayimlanip yayınlanmaması konusunda emin değilim (.....) bakarsiniz. bizden alınan bir ilan ornegi de asagida.
Bilginize*

- (62) **Belge-8:** SAHİBİNDEN Hukuk Müşaviri (.....) tarafından 11.03.2021 tarihinde SAHİBİNDEN Mevzuat ve Rekabet Uyum Başkanı (.....)'e ve SAHİBİNDEN İlan Operasyonları ve Moderasyon Müdürü (.....)'ye gönderilen "izinsiz aktarımlar hakkında" başlıklı e-postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

*"Merhaba,
Aşağıda yer alan web sitelerinde ("(.....)" ve "(.....)")Şirketimiz ilan içeriklerinin (görseller vb) olduğu gibi kopyalandığını değerlendiriyoruz. Bu firmaların Şirketimiz web sitesi üzerinden crawling v.b. yollarla otomatik izinsiz aktarımlar yapıp yapmadığı konusunda hızlıca destek olabilir misiniz? Örnek olabilecek linkleri de aşağıdaki şekilde paylaştık. Tespit edeceğiniz başkaca örnekler çıkarsa onları da paylaşırsanız seviniriz.*

Teşekkürler

(.....)

<https://www.sahibinden.com/ilan/vasita-otomobil-renault-gurel-oto-48-ay-vade-2016-clio-1.5-dci-joy-137.924-km-899168385/detay>

(.....)

<https://www.sahibinden.com/ilan/vasita-otomobil-fiat-2019-egea-1.3-multijet-hatasiz-boyasiz-easy-paket-893586671/detay>"

- (63) İlgili e-posta SAHİBİNDEN çalışanı (.....) tarafından aşağıdaki şekilde cevaplanmaktadır:

"(.....) selamlar,

(.....) ve (.....) sitelerini inceliyoruz. Fakat bizi crawl eden siteler çoğunlukla arkalarında kimlikleriyle ilgili bir iz bırakmadıkları için şu site bizim siteyi crawl etmiş mi benzeri analizlerden çoğunlukla net sonuç alamıyoruz.

Ek olarak aşağıdaki sitelerle ilgili de inceleme yapacağız, sizin de dikkatinize sunarız:

- (.....) adresinde anlatılan*
- ve (.....) adresinde bulunan uygulama*
- (.....)*

İyi çalışmalar dilerim,

(.....)"

- (64) Söz konusu e-posta yazışmalarında SAHİBİNDEN çalışanı (.....) tarafından aşağıdaki e-posta gönderilmiştir:

"Merhaba,

(.....) ve (.....) için yaptığımız analizlerde bu iki sitenin bizi crawl ettiğine eminiz. Bu iki sitenin hizmet aldığı (.....) olan (.....)'den sahibinden.com'a gelen istekleri incelediğimizde neredeyse bütün isteklerin BOT olduğunu gördük. BOT trafiğinin yaklaşık (.....) ilanlarına geldiğini gördük. (.....).

Bu durumu güvenlik hizmeti aldığımız (.....) ile paylaştık ve gelen istekleri inceleyerek bir policy oluşturmalarını istedik."

- (65) SAHİBİNDEN Hukuk Müşaviri (.....) tarafından yukarıdaki e-postaya verilen yanıtta aşağıda yer verilmiştir:

“Merhaba (.....) ve (.....),
Aşağıdaki iki firma hakkında bir hususu netleştirmek isterim. Son durumda, (.....). Yani, biz şayet bir uyarı gönderirsek açık açık crawl etmekten bahsedebilir miyiz, örneğin 4.11. maddeye aykırılıktan bahsedebilir miyiz.
4.11. "Portal"ın bütününün veya herhangi bir bölümünün bozma, değiştirme, tersine mühendislik yapma amacıyla kullanılması, tersine mühendislik (reverse engineering) metoduyla veya farklı herhangi bir metodla API protokollerinin kırılmaya çalışılması ve API anahtarı, API gizli anahtarı, istek başlıkları, istemci doğrulama algoritması gibi parametrelere izinsiz olarak ulaşılması veya bu parametrelerin izinsiz olarak üçüncü kişilerle paylaşılması, "Portal"ın iletişim veya teknik sistemleri engelleyen, bozan ya da sistemlere müdahale eder bir şekilde "Site"ye erişim sağlanmaya çalışılması, Site üzerinde otomatik program, robot, örümcek, web crawler, örümcek, veri madenciliği (data mining) veri taraması (data crawling) vb. "screen scraping" yazılımları veya sistemleri, otomatik aletler ya da manuel süreçler kullanılması, diğer kullanıcılarının verilerine veya yazılımlarına izinsiz olarak ulaşılması, çeşitli kriterlere göre yapılacak tespitler neticesinde bot çalıştırma, DDOS atakları ve sair her türlü sistemlerin bütününü veya bir kısmını bozmaya, değiştirmeye, mevcut performansını azaltmaya veya yok etmeye ve sair her türlü sisteme yönelik saldırıların ve sair hukuka aykırı kullanımların yapılması durumunda bu tür kullanımlar SAHİBİNDEN'in takdirine bağlı olarak engellenecektir. Bu tür kullanımlar olmasa dahi SAHİBİNDEN, gerekli gördüğü hallerde ancak kullanıcının kullanıcı adı ve parolası ile üye girişi yapmasından sonra Portal'ın kullanımına izin verilebilir. "Site"nin ve "Portal"deki içeriğin "Kullanım Koşulları" ile belirlenen kullanım sınırları dışında kullanılması hukuka aykırı olup; "SAHİBİNDEN"in her tür talep, dava ve takip hakları saklıdır. İşbu şartlara ve yasalara aykırı kullanımın tespiti halinde; "SAHİBİNDEN", "Kullanıcı"yı yetkili makamlara bildirme hakkına sahiptir. "Kullanıcı" bu tür kullanımlar sonucu oluşan zarar ve taleplerden "bizzat sorumlu olduğunu kabul etmektedir."
(.....).
Çok teşekkürler.”

- (66) SAHİBİNDEN Hukuk Müşaviri (.....) tarafından ilgili başlık kullanılarak gönderilen diğer bir e-posta iletisine aşağıda yer verilmiştir:

“Merhaba,
(.....)“

- (67) SAHİBİNDEN çalışanı (.....) tarafından konu ile ilgili aşağıdaki e-posta iletilmiştir:

“Selam (.....);
Bu konuda güncel durum nedir?
Teşekkürler
(.....)“

- (68) Yukarıdaki e-postaya SAHİBİNDEN Hukuk Müşaviri (.....) tarafından aşağıdaki yanıt verilmiştir:

“(.....) selam,
Şu an üzerinde çalıştığımız üç firma var (bu izinsiz fotoğraf aktarımları ile ilgili).
(.....), (.....) ve (.....)

(.....TİCARİ SIR.....)

Yarın, (.....) yapacağımız Trafik Analiz toplantısında bu konuyu gündeme getireceğiz, akabinde alınacak karara göre hareket edeceğiz. Bilgine.”

I.4.1.2. Diğer Yollarla Hâkim Durumun Kötüye Kullanıldığı İddiasına Yönelik Belgeler

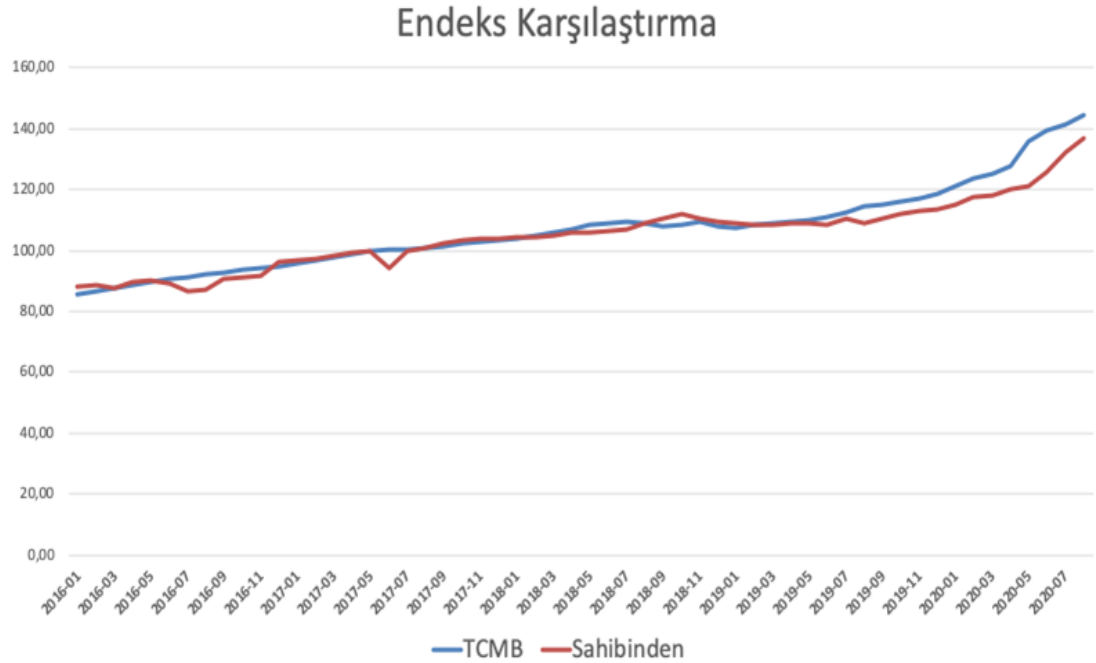
- (69) **Belge-9:** 26.01.2020 tarihinde SAHİBİNDEN Kıdemli İş Performans Optimizasyon Uzmanı (.....) tarafından SAHİBİNDEN İş Zekası Direktörü (.....)'e gönderilen “TCMB - Sahibinden Konut Fiyat Endeksi Karşılaştırma başlıklı e-postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

(.....) merhaba,

TCMB ile benzer kıyası yapabilmek için (.....) ile 2016 Ocak sonrası TR Geneli birim metrekare fiyatları datasını inceleyip yine aynı şekilde TCMB endeksinde olduğu gibi 2017 yılı ortalamasını 100 kabul ettik.

Karşılaştırmalı grafik aşağıdaki gibidir, endeks değerlerini ve grafiği ekteki dökümanda bulabilirsiniz.

Konut Sektör Raporu'nda üç büyük il bazında ortalama fiyata dayalı Ocak 2018'i 100 kabul ettiğimiz endeks değerleri veriyorduk. TR Geneli için de sadece fiyat bazlı bir tablo hazırlamaktaydık. Fakat bu şekilde bir kıyas takip etmek isteniyorsa TR Genelinde de endeks ile gösterime gidebiliriz.



Bilgilerine,
İyi çalışmalar...

- (70) **Belge-10:** 08.03.2021 tarihinde SAHİBİNDEN Servis ve Müşteri Deneyimi Yönetimi Uzmanı (.....) tarafından SAHİBİNDEN İş Servis ve Müşteri Deneyimi Yönetimi Genel Müdür Yardımcısı (.....), SAHİBİNDEN Teknoloji Yönetimi Genel Müdür Yardımcısı (.....), SAHİBİNDEN Ürün ve İş Geliştirme Direktörü (.....) ve SAHİBİNDEN çalışanı (.....)'a gönderilen “Araç Değerleme Analizi” başlıklı e-postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

(.....TİCARİ SIR.....)

Bilginize.

- (71) **Belge-11:** 12.07.2021 tarihinde SAHİBİNDEN Bölge Müdürü (.....) tarafından SAHİBİNDEN Saha Operasyonları Direktörü (.....) ve SAHİBİNDEN çalışanı (.....)'a gönderilen "Güncelim & Üst sıradayım dopinglerinde yaşanan sorun hk" başlıklı e-postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

Merhaba (.....);

Uzun süredir Güncelim & Üst sıradayım dopinglerinin aynı anda kullanılması konusunda sorun yaşadığımız mağazalar aşağıdaki gibidir,

Son yaşadığımız sorunlara istinaden mailleşmelerimiz ektedir. Ayrıca arka planda (.....) ile de görüşmelerim devam etti. Geliştirme beklediklerini ilettiler.

Örnek bildirimlerle bir çok kez incelenmesini istedik. Süreçler dahilinde üyelere bilgiler verildi, ancak üye şikayetleri devam ediyor.

Ayrıca (.....) sahibi (.....) konudan çok mağdur olduğunu, bu mağduriyetinin giderilmemesi durumunda yasal süreçlere başvuracağını elinde örnekler olduğunu belirterek haftada bir çok kez arayıp hafta sonlarında dahil olmak üzere sürekli arayıp şikayetlerinin giderilmemesi durumunda rekabet kuruluna başvuracağını ve yasal işlemler yapacağını belirterek şikayetini tekrar ediyor.

(...)

Bilginize

Saygılarımla...

(...)

- (72) İlgili e-posta SAHİBİNDEN Saha Operasyonları Direktörü (.....) tarafından aşağıdaki şekilde cevaplandırılmıştır:

(.....) selam günaydın,

(.....TİCARİ SIR.....)

İyi çalışmalar..

- (73) **Belge-12:** 01.08.2021 tarihinde (.....) Direktörü (.....) tarafından SAHİBİNDEN çalışanları (.....), (.....), (.....), (.....), (.....) ve (.....)'e gönderilen "Konut piyasası raporları" başlıklı e-postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

(.....TİCARİ SIR.....)

Sizden bu özgün rapor konusundaki kararınızı ve online toplantı için tarihler önermenizi bekliyoruz.

Selamlar, saygılar

...

- (74) **Belge-13:** 21.08.2020 tarihinde SAHİBİNDEN İş Zekası Direktörü (.....) tarafından SAHİBİNDEN Kıdemli Büyük Veri Uzmanı (.....)'a gönderilen "Re: Vasıta değer bazlı fiyatlama toplantısı" başlıklı e-postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

(.....) selam,
Vasıta ilanlarında değere göre ücret alınması gündemde, burada aracın fiyatını da senin algoritma belirleyecek gibi bir durum var. İncele sen de istersen sorun olursa konuşalım.

...

- (75) İlgili e-posta SAHİBİNDEN Kıdemli Büyük Veri Uzmanı (.....) tarafından aşağıdaki şekilde cevaplandırılmıştır:

Selamlar,
İnceledim, birkaç sorum ve endişem var.

- (76) **Belge-14:** 07.10.2021 tarihinde EFT OTO çalışanı (.....) tarafından SAHİBİNDEN Kıdemli İş Ortaklığı Yönetimi Uzmanı (.....) e gönderilen "Sahibinden.com ekspertiz paket fiyat değişikliği" başlıklı e-postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

Merhaba (.....) Hanım
Tüm lokasyonlarımız da sahibinden.com gold ekspertiz ve gold plus paket paketlerimizde içerikleri aynı kalacak şekilde fiyat değişikliği yapmak istiyoruz. Bunun için herhangi bir belge gerekiyor mu, nasıl bir yol izleyeceğiz. Konu hakkında bilgilendirme yapabilir misiniz?
Güncel fiyatlarımız açıklamadaki gibi güncellenecektir.
KURUMSAL PAKET FİYATLARI
GOLD PAKET: (.....) TL
GOLD PLUS PAKET (.....) TL
BİREYSEL PAKET FİYATLARI
GOLD PAKET: (.....) TL
GOLD PLUS PAKET (.....) TL
iyi çalışmalar.

- (77) İlgili e-posta SAHİBİNDEN Kıdemli İş Ortaklığı Yönetimi Uzmanı (.....) tarafından aşağıdaki şekilde cevaplandırılmıştır:

(.....) merhabalar,
Normal şube açılışlarındaki doldurulan paket fiyat dokümanını doldurulması ve imzalı/kaşeli olarak iletilmesi gerekmekte.
Tüm şubelerde aynı fiyatlar geçerli olacak ise paket fiyatlarını doldurduktan sonra geçerli olacak şubelerin adlarını ve mail adreslerini alt alta yazabilirsiniz. Ekte boş dokümanı (ilk 2 PDF) ve EFT'nin önceki tüm şube fiyat değişikliğinden bir örnek iletiyorum (JPG dosyaları)
Ayrıca ekli excelin de doldurup iletilmesini rica ederiz.
Fiyat değişikliği hangi tarihten itibaren geçerli olacak?
Sormak istediğiniz bir husus olur ise bana ulaşabilirsiniz.

I.4.1.2. Ek Görüş Aşamasında 27.12.2022 Tarihinde Gerçekleştirilen Yerinde İncelemede Elde Edilen Belgeler

- (78) Yürütülen soruşturma kapsamında 27.12.2022 tarihinde SAHİBİNDEN'de gerçekleştirilen yerinde incelemede elde edilen belgelere aşağıda yer verilmektedir⁵.

I.4.1.2.1. Alt Kullanıcı Sınırlamasına Yönelik Belgeler

- (79) **Belge-1/EG:** 25.06.2019 tarihinde SAHİBİNDEN İş Servis ve Müşteri Deneyimi Yönetimi Genel Müdür Yardımcısı (.....) tarafından SAHİBİNDEN Kurumsal Satış Genel Müdür Yardımcısı (.....), SAHİBİNDEN Pazarlama Genel Müdürü Yardımcısı (.....) ve SAHİBİNDEN İcra Kurulu Başkanı (.....)'a gönderilen "Zincir Mağazalar Alt Kullanıcı Sayısı" başlıklı e-postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

"(...)

Gelişen ve değişen iş modelleri nedeniyle, emlak tarafında, 80 alt kullanıcı limitine takılan mağazalar var. Şu anda aktif olarak "(.....)" ve "(.....)" bu konuda birşeyler yapılabilir mi beklentisi içerisinde(bir şey yapamıyoruz dediğimiz durumda da).

Mevcut kurguda 80 alt kullanıcı limiti şu kontroller sonrası veriliyor

- (.....)
- (.....)
- (.....)
- (.....)
- (.....)

Mevcut 200 luk paketler

- (.....)
- (.....) (üyeler için geçerli)

Mevcut zincir mağazalar için alt kullanıcı raporu da istedik, ona da bakacağız, fakat, emlak danışmanlarını konsolide eden yapılar için bir şeyler yapmamız gerekecek gibi duruyor. Max 300-400 ilan olan bir firmanın, neden 120-130 kullanıcıya ihtiyacı (kullanıcı başına 2-3 ilan oluyor) olduğunu da sorguladığımızda, maliyet nedeniyle tum ilanlarını bize girmedikleri yanıtı karşımıza çıkıyor, ki bunun özellikle kadıkoy bölgesinde yaşanan bir durum olduğunu daha önce de yönetim toplantılarında da konuşmuştuk.

Birim ilan maliyetleri de paketler bazında çok yakın olduğu için bundling risklerinin de azaldığını düşünerek, ürün kurgularını değiştirmeden, yukarıdaki kontrollerin de aynısını sürdürmek koşuluyla, şu alternatifleri düşünebiliriz;

(.....TİCARİ SIR.....)

(.....)"

- (80) **Belge-2/EG:** SAHİBİNDEN Bölge Müdürü (.....) tarafından 24.04.2020 tarihinde SAHİBİNDEN Saha Operasyonları Müdürü (.....)'a gönderilen "(.....)Gayrimenkul- Alt Kullanıcı Sayısı Şikâyeti" başlıklı e-postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

"(.....) selam,

Firma yetkilisi (.....)'le görüştük, alt kullanıcı sayıları hakkında taleplerini bana da ilettiler. Özellikle 25 pakette (.....) alt kullanıcı limiti varken üç paket üstü 75

⁵ Kararın ilerleyen kısımlarında Ek Görüş aşamasında 27.12.2022 tarihinde gerçekleştirilen yerinde incelemede elde edilen belgelere ilişkin atıflarda belge numarasının yanında "EG" ibaresi yer alacaktır.

pakette bu sayının değişmemesiyle ilgili Őikayeti mevcut. Őuan 23 alıŐanı olmuŐ, (.....) tanesini ekleyememesi bu Őikayete neden olmuŐ. Şubat ayı g¼ncellemesinden kaynaklı fiyat artıŐından da bahsetti, d¼nüşlerin gündem nedeniyle oldukça d¼Őtüęü dönemde bu artışın olmaması gerektiğini söyledi. Defalarca ağrı merkeziyle görüŐmüŐ, alt kullanıcı konusuyla ilgili, gerekli birimlere ilettik, yönetime ilettik, güncelleme önerinizi alıyoruz gibi cevaplar almış, net cevaplar alamadığını, rakip firmalarla kolayca bu sorunu çözdüklerini ancak bizimle çözemediğini ekledi.

Sahadan (.....)'a 21 Nisan'da ulaŐmıŐ ve alt kullanıcı sayısını sormuŐ bulunduğu paket için (.....) alt kullanıcı sayısı olduğunu öğrenince, yeterli olmadığını, alt kullanıcı sayısının artması gerektiğini söylemiŐ. Görüşme esnasında başka bir Őubesinin olduğunu belirtmesi üzerine yeni mağaza açarak alt kullanıcı ekleyebileceği önerilmiŐ. Bunun üzerine (.....), müŐteriyi Kazanım ekibimizdeki (.....)'a yönlendirmiŐ. (.....) da görüşüp paket ve evrak bilgileri verince, müşteri resmi Şube evraki için başvurmuş, ancak Őuan vergi daireleri yoklamaya gelemedikleri için askıda kalmıŐ.

Dinledikten sonra ben gereken açıklamaları yaptım. Paketler ve alt kullanıcıları hakkında bilgi verdikten sonra, fiyat güncellemesinin bu süreçten önce olduğundan, kendilerine neden Őimdi yansıdağından, süreçle ilgili önce Nisan Őimdi de Mayıs ayında yaptığımız yanınızdayız kampanyalarından bahsettim. Bu kampanyalarla ilgili çok memnun olduklarını ve teşekkür ettiklerini ilettiler. Ayrıca hızlı d¼nüş ilgi ve alaka için ayrıca teşekkür etti.

Őuan bir Őikayeti veya talebi kalmadı. Bu süreçten sonra kahve içmeye beklediğini ekledi.

İyi alıŐmalar.”

- (81) Aynı konuda SAHİBİNDEN İş Servis ve Müşteri Deneyimi Yönetimi Genel Müdür Yardımcısı (.....) tarafından SAHİBİNDEN İcra Kurulu Başkanı (.....), SAHİBİNDEN Kurumsal Satış Genel Müdür Yardımcısı (.....) ve SAHİBİNDEN Pazarlama Genel Müdür Yardımcısı (.....)'a aşağıdaki e-posta iletilmiştir:

“(..)

(.....TİCARİ SIR.....)

(..)”

- (82) **Belge-3/EG:** SAHİBİNDEN Pazarlama Genel Müdür Yardımcısı (.....) tarafından 06.05.2020 tarihinde SAHİBİNDEN Gelir ve Segment Yönetimi Direktörü (.....), SAHİBİNDEN alıŐanları (.....) ve (.....)'a gönderilen “*Alt Kullanıcı Sayıları Hk*” başlıklı e-postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

“Merhaba,

(.....TİCARİ SIR.....)

Bilginize”

- (83) Aynı konuda SAHİBİNDEN Pazarlama Genel Müdür Yardımcısı (.....) tarafından 13.05.2020 tarihinde SAHİBİNDEN İcra Kurulu Başkanı (.....), SAHİBİNDEN Kurumsal Satış Genel Müdür Yardımcısı (.....), SAHİBİNDEN Mevzuat ve Rekabet Uyum Başkanı (.....) ve SAHİBİNDEN İş Servis ve Müşteri Deneyimi Yönetimi Genel Müdür Yardımcısı (.....)'e aşağıdaki e-posta iletilmiştir:

“Merhaba,

Yeni belirlediğimiz alt kullanıcı sayıları formülüne göre mevcutta daha fazla alt kullanıcıya sahip mağaza sayılarını aşağıdaki tabloda görebilirsiniz.

Benim önerim (.....), çünkü mağaza sayısı (.....) e göre yarıdan daha fazla düşüyor.

(.....)

Mevcut durumda, belirlenen yeni alt kullanıcı limitinden daha fazla alt kullanıcı tanımlı olan mağaza adetleri:”

(...)

- (84) İlgili e-posta SAHİBİNDEN İş Servis ve Müşteri Deneyimi Yönetimi Genel Müdür Yardımcısı (.....) tarafından aşağıdaki şekilde cevaplanmaktadır:

“(.....) cim,

(.....) ve (.....) kesisimine bakıyorum. burada (.....) diye mi okumalıyız?

eger böyleyse, (.....) ve (.....) arasındaki sayı farkını yaratan temel paketler (.....) ye kadar olanlar. Bunlar (.....) ye kolaylıkla sigaralar. mesela (.....) luk pakette ilanı yayında olan (.....) kullanıcı biraz garip zira.

gonlum (.....) isterdi, anlatımı çok net, siz ve ilanlarınızı girebilecek bir yardımcıysanız bedava, ama büyük fark var (.....) ile. yukarıda yazdığım sebepten dolayı (.....) e kadar çıkmaya gerek var mı emin olamadım, + nin yakına gelen rakam büyüdükçe (.....) ilanlık kullanıcı paketi kurgusu dilute oluyor gibi. ama (.....) ile (.....) arasında (.....) daha az friction potansiyeli olduğu da doğru.

kısaca bence (.....) yi de (.....) u de yönetebiliriz, ama (.....) ye daha yakınam.”

- (85) SAHİBİNDEN Pazarlama Genel Müdür Yardımcısı (.....) tarafından yukarıdaki e-posta şu şekilde cevaplanmaktadır:

“Slm

(.....TİCARİ SIR.....)”

- (86) İlgili e-posta SAHİBİNDEN İcra Kurulu Başkanı (.....) tarafından aşağıdaki şekilde cevaplanmaktadır.

“(.....) bile yönetilebilir rakam ama (.....) ok.

Mağaza sahibi, mağaza yöneticisi ve diğer alt kullanıcılar şeklinde.”

- (87) SAHİBİNDEN Kurumsal Satış Genel Müdür Yardımcısı (.....) 14.05.2020 tarihinde yukarıda yer verilen e-postayı aşağıdaki şekilde cevaplamıştır:

“Merhaba

Ben de +(.....) veya +(.....) için olumlu bakıyorum, ikisi için de benzer şekilde yönetebiliriz.

+ (.....) de (.....) adet (.....) ve (.....) lük mağaza etkileniyor.
Bunların yeni dönemde alt kullanıcı sayısı 100 için (.....); 200 için (.....) alt kullanıcı hakkı olacak olacak.
Eğer 100lük mağaza mevcutta (.....) alt kullanıcı da aktif kullanıyor ve alt kullanıcı paketi alacak ise;
Mağaza ücreti + (.....). Bir süre kampanya ile yönetilebilir.
*Bu dönem sonrası ziyaretlerimizde alt kullanıcıların en az (.....) portföy taşıması gerekliliği gibi yönlendirici içeriklere başlayalım.
Brokerlar için de aslında satışı gibi yönetmesi gereken bir ekip bu kişiler.
Ekte (.....) ekip kişi hedefi ile ilgili bir paylaşım var.”

- (88) SAHİBİNDEN İş Servis ve Müşteri Deneyimi Yönetimi Genel Müdür Yardımcısı (.....) 14.05.2020 tarihinde yukarıda yer verilen e-postayı aşağıdaki şekilde cevaplamıştır:

“(.....) da devam edecekler etkilenmeyecek, burası ok dediğin gibi.
(.....) yeni alt kullanıcı altyapısı ile başlayacağı için, (.....) aşağıdaki ilgili gruplara duserler, (.....) geçerken, geçişte yeni alt kullanıcı kuralları uygulanacağı için, etkilenebilirler.”

- (89) **Belge-4/EG:** SAHİBİNDEN İş Servis ve Müşteri Deneyimi Yönetimi Genel Müdür Yardımcısı (.....) tarafından 16.06.2020 tarihinde SAHİBİNDEN çalışanı (.....)ya gönderilen “alt kullanıcı script-özet” başlıklı e-postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

“Zaman zaman sizin gibi kurumsal üyelerimizden, emlak danışman sayılarının artırılması ile ilgili talepler gelmektedir. Taleplerinizi değerlendirmeye aldık ve emlak danışmanlarınızı yönetebilmeniz için yeni bir çözüm üzerinde çalışmaya başladık. Yeni çözüm ile birlikte, ihtiyaç duyduğunuz kullanıcı sayısına ulaşabilmeniz için bir yöntem sunacağız.

Detaylar sorulursa:

“Şu an için ek bir bilgim yok, biz sizlerin taleplerini ilettik, çözüm sunulabilir hale gelince, hemen size gelip anlatacağız”

- (90) **Belge-5/EG:** SAHİBİNDEN Vasıta & Alışveriş Kategorisi Takım Lideri (.....) tarafından 19.10.2020 tarihinde SAHİBİNDEN Mevzuat ve Rekabet Uyum Başkanı (.....), SAHİBİNDEN Pazarlama Genel Müdür Yardımcısı (.....) ve SAHİBİNDEN çalışanı (.....)’a gönderilen “Emlak-kullanıcı düzenlenmesi hazırlık dokümanı” başlıklı e-postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

“(.....TİCARİ SIR.....)”

- (91) **Belge-6/EG:** (.....) Franchise çalışanı (.....) tarafından 24.11.2021 tarihinde SAHİBİNDEN İş Servis ve Müşteri Deneyimi Yönetimi Genel Müdür Yardımcısı (.....)’e gönderilen “Alt Kullanıcı Sayıları” başlıklı e-postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

“(.....) bey merhabalar.
Sizi bir konuda bilgilendirmek istiyorum. Bu konu sanırım çok sayıda Gayrimenkul Danışmanı olan ofislerin genel sorunu ve size de büyük bir ihtimalle daha önce gelmiştir.

Biz (.....) Franchise'i olarak birçok ofisimizden aynı destek ihtiyacını almaktayız. Eskiden 200 ilan hakkı olan paket alındığında alt kullanıcı sayısı 40 idi. Yeni uygulamanızda ise 22 alt kullanıcı hakkı veriliyor. Daha önce de belirttiğim gibi birçok ofisimizde 22'den çok daha fazla alt kullanıcı bulunmaktadır. Ara çözüm olarak yeni bir mağaza alımı mümkün değil ve şube açılışı olması durumunda ise (.....) ek maliyet ortaya çıkıyor. Bu konuda çözüm oluşturma şansımız var mıdır? İlginize şimdiden teşekkür ederim. İyi çalışmalar dilerim. (.....)“

I.4.1.2.2. Veri Taşımaya Yönelik Belgeler

- (92) **Belge-7/EG⁶**: SAHİBİNDEN Uygulama Geliştirme ve Altyapı Yönetimi Takım Lideri (.....) tarafından 07.02.2022 tarihinde SAHİBİNDEN Mevzuat ve Rekabet Uyum Başkanı (.....), SAHİBİNDEN Pazarlama Genel Müdür Yardımcısı (.....), SAHİBİNDEN Hukuk Müşaviri (.....) ve SAHİBİNDEN çalışanları (.....) ve (.....) gönderilen “Re: RK Yeni Bilgi Talebi” başlıklı e-postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

*“(.....) Merhaba,
3.soruda , “Satılan Paketlerin İçerdiği Toplam İlan Sayısı” verisini 2.soruda paylaşmıştık. O tabloda verilen veriler yıl bazında paylaşıldı. Farklı bir yorum mu bulunuyor ben mi yanlış düşünüyorum ?
Diğer talep için ise aynı yıl hem Repost hem New kaydı olan ilanları 1 kez göstermemiz gerektiğini düşünüyorum. Eğer uygunsa bu haliyle hazırlamaya başlayabiliriz.
Teşekkürler,”*

- (93) İlgili e-posta SAHİBİNDEN Mevzuat ve Rekabet Uyum Başkanı (.....) tarafından aşağıdaki şekilde cevaplanmaktadır:

*“(.....) merhaba,
1. Excel tablosunun 3. sayfasında, “**Satılan Paketlerin İçerdiği Toplam İlan Sayısı**” başlıklı J sütunundaki verileri yıllık bazda sununuz. [2. Soruda atıf yapıp orada verdiğimiz bilgiyi tekrar verebiliriz.]
2. Ayrıca “Fiilen Yayınlanan İlan Sayısı” başlıklı K sütunundaki verilere ek olarak ayrı açılacak “Repost Edilmesine Bakılmaksızın Fiilen Yayınlanan İlan Sayısı” başlıklı bir sütunda ilgili yılda yayınlanan mükerrer ilanları da içerecek şekilde (re-post edilen ilanlar yalnız bir ilan sayılmaksızın) kurumsal üyelerin yayınladığı toplam ilan sayısını sununuz. [Her bir repost ayrı ilan sayılacak diye anlıyorum bu ifadededen, yani tekilleştirme yapmayacağız, Yani yeni bir sütun açılarak orada toplam kaç kere repost ilan yayınlandı ise ona yer vereceğiz. Sen de böyle mi anladın?]
(.....): Farklı bir yorumun olur mu?”*

- (94) İlgili e-posta SAHİBİNDEN Uygulama Geliştirme ve Altyapı Yönetimi Takım Lideri (.....) tarafından aşağıdaki şekilde cevaplanmaktadır:

“(.....) Merhaba,

⁶ SAHİBİNDEN gönderdiği 04.01.2023 tarihli ve 34380 sayılı yazıyla söz konusu belgenin değerlendirmeye alınabileceğini belirtmiştir.

Ekteki dosyada 3.soru için istenilen veriyi rapora ekledim. Tabloda 2 kolon bulunuyor. 1 kolonda Repost edilen ilan sayısı ve diğer kolonda Repost Edilmesine Bakılmaksızın Fiilen Yayınlanan İlan Sayısı kolonu bulunuyor. Repost edilen ilan sayısı kolonunda ilan kaç kez repost edildiyse bu değer bulunur.

Repost Edilmesine Bakılmaksızın Fiilen Yayınlanan İlan Sayısı= Fiilen Yayınlanan İlan Sayısı+ Repost edilen ilan sayısı toplamına eşittir.

İyi çalışmalar”

I.5. Değerlendirme

I.5.1. Hâkim Durum Değerlendirmesi

- (95) 4054 sayılı Kanun'un 3. maddesinde hâkim durum, “*Belirli bir piyasadaki bir veya birden fazla teşebbüsün, rakipleri ve müşterilerinden bağımsız hareket ederek fiyat, arz, üretim ve dağıtım miktarı gibi ekonomik parametreleri belirleyebilme gücü*” olarak ifade edilmiştir. Tanımdan anlaşılacağı üzere, incelenen teşebbüsün hâkim durumda kabul edilebilmesi için asıl olarak rekabetçi baskılardan ne ölçüde bağımsız davranabildiği önem taşımaktadır. Bu doğrultuda hâkim durum değerlendirmesinde, teşebbüsün ve rakiplerinin ilgili pazardaki konumu (hâkim durumdaki teşebbüsün ve rakiplerin pazar payı, pazar paylarının yıllar içerisindeki seyri, rakiplerin sayısı vb.), pazara giriş ve pazarda büyüme engelleri (yasal düzenlemeler, fikri ve sınai mülkiyet hakları, üstün teknoloji ve etkinlik, dikey bütünleşme, reklam, marka bilinirliği, ürün farklılaştırması, portföy gücü, finansal ve ekonomik güç vb.), alıcıların pazarlık gücü (teşebbüsün müşterilerinin büyüklüğü, alternatif temin kaynakları, kendi arzını yaratma imkânı vb.) unsurları dikkate alınmaktadır.
- (96) Yukarıda da aktarıldığı üzere, dosya kapsamında iki ilgili ürün pazarı tanımlanmıştır. SAHİBİNDEN'in söz konusu pazarlarda hâkim durumda bulunup bulunmadığının tespitinde pazar payları, giriş ve büyüme engelleri ile alıcı gücü parametreleri değerlendirilmeye esas alınmıştır.

I.5.1.1. Pazar Payları

- (97) Rekabet hukuku analizlerinde belirli bir piyasadaki pazar gücünün tespitinde kullanılan en önemli gösterge, incelenen teşebbüsün ve rakiplerinin pazar payıdır. Bir teşebbüsün hâkim durumda bulunduğu dair delil teşkil eden belirli bir pazar payı eşiği bulunmama ile birlikte Kurulun yerleşik uygulamasında ve Hâkim Durumdaki Teşebbüslerin Dışlayıcı Davranışlarına İlişkin Kılavuz'da, %40'ın altında pazar payına sahip olan teşebbüslerin hâkim durumda olması ihtimalinin düşük olduğu kabul edilmekte, bu düzeyin üzerindeki pazar payına sahip teşebbüsler bakımından ise daha detaylı bir incelemeye gidilmesi gerektiği vurgulanmaktadır. İncelenen teşebbüsün sahip olduğu pazar payının yanı sıra bu pazar payının zaman içerisindeki istikrarı, ilgili pazarda faaliyet gösteren rakiplerin sayısı ve pazar payları da dikkate alınmaktadır.
- (98) Pazar payının ölçümünde hangi değer dikkate alınacağı konusunda ise SAHİBİNDEN'in platform/çok taraflı pazar özelliği belirleyici olmaktadır. Bahsedildiği üzere, SAHİBİNDEN, ikinci el vasıta satışı veya emlak satışı/kiralama yapmak isteyen bireysel ve kurumsal satıcılara pazaryeri sunmakta ve böylece bir yandan potansiyel satıcıların ilanlarını potansiyel alıcılara ulaştırmasını sağlarken, bir yandan da potansiyel alıcıların çok sayıdaki satıcının ilanına internet ortamında ulaşmasını sağlamaktadır. Bu açıdan, SAHİBİNDEN'e ilan vermek isteyen potansiyel satıcılar için siteyi değerli kılan temel unsur sitenin ziyaretçi sayısı iken, SAHİBİNDEN'i ziyaret eden potansiyel tüketiciler açısından siteyi değerli kılan temel unsur, yayımdaki ilan sayısıdır.

SAHİBİNDEN'in ortaya çıkardığı bu dolaylı şebeke dışsallığı, karşılıklı ve pozitif bir dışsallık niteliğini taşımaktadır. Söz konusu dışsallıklar SAHİBİNDEN hakkında alınan geçmiş Kurul kararlarına paralel şekilde, her bir ilgili ürün pazarı özelinde kurumsal üye sayısı, kurumsal üyelik geliri ve sayfa görüntüleme sayısı üzerinden incelenmektedir.

I.5.1.1.1 Kurumsal Üyelerin Emlak Satış/Kiralama Faaliyetlerine Yönelik Çevrim İçi Platform Hizmeti Pazarındaki Pazar Payları

- (99) Emlak satış/kiralama hizmetlerinde SAHİBİNDEN'in rakipleri HEPSİ EMLAK, ZİNGAT⁷ ve EMLAK JET⁸, SATIŞ GARANTİ⁹ ve EMLAK SİTEM¹⁰'dir. Bu çerçevede aşağıda SAHİBİNDEN ile rakiplerinin emlak satış/kiralama faaliyetleri alanındaki kurumsal üye sayısı bakımından pazardaki konumlarına yer verilmektedir:

Tablo 4: SAHİBİNDEN ve Rakiplerinin 2014-2021 Kurumsal Üye Sayısı Bakımından Pazar Payı

Teşebbüsler		2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Kurumsal Üye Sayısı	SAHİBİNDEN	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	HEPSİ EMLAK ¹¹	-	-	-	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	EMLAK JET	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	ZİNGAT ¹²	-	-	-	-	-	(.....)	(.....)	(.....)
	EMLAK SİTEM ¹³	-	-	-	-	-	(.....)	(.....)	(.....)
	SATIŞ GARANTİ	-	-	-	-	-	(.....)	(.....)	(.....)
	Toplam	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Pazar Payı	SAHİBİNDEN	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	HEPSİ EMLAK	-	-	-	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	EMLAK JET	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	ZİNGAT	-	-	-	-	-	(.....)	(.....)	(.....)
	EMLAK SİTEM	-	-	-	-	-	(.....)	(.....)	(.....)
	SATIŞ GARANTİ	-	-	-	-	-	(.....)	(.....)	(.....)
	Toplam	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: Teşebbüslerden gelen yanıtlar ve raportör hesaplamaları.

- (100) Yukarıdaki tablo incelenirken öncelikle dikkat edilmesi gereken husus, ilgili dönemlerde aktif olmalarına rağmen HEPSİ EMLAK tarafından 2017 yılı öncesi, ZİNGAT ve EMLAK SİTEM tarafından 2019 yılı öncesi verilerin sağlanamamış olmasıdır. Bu bakımdan özellikle 2017 yılı öncesi pazar payları oran bakımından isabetli sonuç sağlamamaktadır. Bu bakımdan 2017 öncesi için pazar payı tespitinden ziyade, ancak

⁷ ZİNGAT 2015 yılında kurulmuştur.

⁸ EMLAK JET 2014 yılında İLAB tarafından devralınmıştır.

⁹ SATIŞ GARANTİ 05.10.2018 tarihinde anonim şirket olarak kurulmuş olup 2019 yılında çevrim içi ilan platformu hizmeti faaliyetlerine başlamıştır.

¹⁰ EMLAK SİTEM 10.04.2013 tarihinde kurulmuş olup 2014 yılından çevrim içi ilan platformu hizmetlerine başlamıştır.

¹¹ HEPSİ EMLAK 2006 yılından itibaren aktif olmasına karşın, 29.05.2016 tarihinde kurulan Glokal Dijital Hizmetler Pazarlama ve Ticaret AŞ'ye devredilmesi nedeniyle 2017 öncesi döneme ilişkin veri sağlayamamaktadır.

¹² ZİNGAT 2015 tarihinden itibaren aktif olmasına karşın 2015-2018 dönemi için dosya kapsamında talep edilen kapsamda veri sağlayamamaktadır.

¹³ EMLAK SİTEM 2014 tarihinden itibaren aktif olmasına karşın 2014-2018 dönemi için dosya kapsamında talep edilen kapsamda veri sağlayamamaktadır.

SAHİBİNDEN ve (.....)'in istikrarlı bir konumda seyrettiği değerlendirilebilmektedir. Hatta incelenen tüm dönem boyunca, bu iki teşebbüsün pazar paylarında belirgin bir değişiklik gözlemlenmemektedir.

- (101) HEPSİ EMLAK'ın pazardaki en büyük (.....) oyuncu olması, buna karşın ZİNGAT ve EMLAK SİTEM'in en azından karşılaştırılabilir veri temin edilen 2019 yılı ve sonrası için pazarın (.....) ve (.....) konumunda olması ve söz konusu iki firmanın üye toplamının HEPSİ EMLAK ile SAHİBİNDEN karşısında oldukça sınırlı miktarda kalması sebepleriyle, HEPSİ EMLAK'ın veri sağlayabildiği, ancak ZİNGAT ve EMLAK SİTEM'in veri sağlayamadığı 2017-2018 dönemi ise, pazar payları bakımından kısmen dikkate almaya değer veri sağlamaktadır. Bu bakımdan, 2017-2021 döneminde SAHİBİNDEN'in pazar payı küçük dalgalanmalarla birlikte %(.....) civarında seyretmektedir. SAHİBİNDEN böylece kurumsal üye sayısı bakımından pazarın en öncü teşebbüsü konumundadır. EMLAK JET de ilgili dönemde istikrarlı bir pazar gücü sergilese de küçük dalgalanmalarla birlikte, %(.....) civarında seyreden pazar payı ile pazarın ancak (.....) konumunda bulunmaktadır. Pazarın (.....) konumunda olan HEPSİ EMLAK ise, 2017 başında %(.....) payını giderek kaybederek 2021 sonunda %(.....) seviyeye inmiştir. Pazarın (.....) konumunda görünen ZİNGAT daha ziyade HEPSİ EMLAK'tan pay kazanmış görünmektedir. Nitekim ZİNGAT ve EMLAK SİTEM'in pazar payı hesaplamasına dâhil edildiği durumda da kurumsal üye sayısı bakımından SAHİBİNDEN'in 2014-2021 döneminde her bir yıl itibarıyla en yüksek üye sayısına sahip olan teşebbüs konumunda olduğu, pazar payının yıllar itibarıyla %40 eşiğinin çok üzerinde seyrettiği görülmektedir. EMLAK SİTEM ile SATIŞ GARANTİ'nin payları ise %(.....) arasında minimal bir oranla sınırlı kalmıştır. Her şekilde, tabloda yer verilen kurumsal üye sayılarından, SAHİBİNDEN'in 2019-2021 döneminde ortalama pazar payının %(.....) ile en yakın rakibinin yaklaşık (.....) katı olduğu anlaşılmaktadır.
- (102) Aşağıda Tablo 5'te SAHİBİNDEN ile rakiplerinin emlak satış/kiralama faaliyetleri alanındaki kurumsal üye gelirleri bakımından pazardaki konumlarına yer verilmektedir. Aşağıdaki tablo için de öncelikle, özellikle 2017 öncesinde pazar payı seviyelerinin isabetli olmadığı belirtilmelidir. Ancak, bu tabloda kurumsal üye sayısı bakımından sergilenen fotoğrafın bir benzerinin görüldüğü söylenemeyecektir. Zira mevcut tablodaki yoğunlaşma oranları çok daha yüksek görünmektedir. Kurumsal üye sayısı bakımından %(.....) seyreden SAHİBİNDEN'in pazar payı, bu üyelere elde edilen gelirlere gelince %(.....) seyretmektedir. Salt bu veri dahi, SAHİBİNDEN'in rakiplere nazaran emlakçılara karşı elde ettiği fiyatlama gücünü ortaya koymaktadır. Diğer deyişle, rakipler kurumsal üyelere erişse dahi, söz konusu erişim gücü oranında fiyatlama gücüne sahip bulunmamaktadır. Teşebbüslerin kurumsal üyelere elde ettiği gelirler göz önünde bulundurulduğunda, SAHİBİNDEN'in 2021 yılında %(.....) oranındaki pazar payıyla rakiplerinden oldukça önde olduğu görülmektedir.

Tablo 5: SAHİBİNDEN ve Rakiplerinin 2014-2021 Kurumsal Üye Gelirleri Bakımından Pazar Payları (Emlak)

Teşebbüsler		2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Kurumsal Üye Geliri	SAHİBİNDEN	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	HEPSİ EMLAK	-	-	-	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	EMLAK JET	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	ZİNGAT	-	-	-	-	-	(.....)	(.....)	(.....)
	EMLAK SİTEM	-	-	-	-	-	(.....)	(.....)	(.....)
	SATIŞ GARANTİ	-	-	-	-	-	(.....)	(.....)	(.....)
	Toplam	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Pazar Payı	SAHİBİNDEN	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	HEPSİ EMLAK	-	-	-	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	EMLAK JET	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	ZİNGAT	-	-	-	-	-	(.....)	(.....)	(.....)
	EMLAK SİTEM	-	-	-	-	-	(.....)	(.....)	(.....)
	SATIŞ GARANTİ	-	-	-	-	-	(.....)	(.....)	(.....)
	Toplam	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: Teşebbüslerden gelen yanıtlar ve raporör hesaplamaları.

23-39/754-263

Tablo 6: SAHİBİNDEN ve Rakiplerinin 2014-2021 Kurumsal İlan Sayısı Bakımından Pazar Payları (Emlak)¹⁴

Teşebbüsler		2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Kurumsal İlan Sayısı	SAHİBİNDEN	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	HEPSİ EMLAK ¹⁵	-	-	-	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	ZİNGAT ¹⁶	-	-	-	-	-	(.....)	(.....)	(.....)
	EMLAK JET	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	EMLAK SİTEM	-	-	-	-	-	(.....)	(.....)	(.....)
	SATIŞ GARANTİ	-	-	-	-	-	(.....)	(.....)	(.....)
	Toplam	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Pazar Payı	SAHİBİNDEN	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	HEPSİ EMLAK	-	-	-	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	ZİNGAT	-	-	-	-	-	(.....)	(.....)	(.....)
	EMLAK JET	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	EMLAK SİTEM	-	-	-	-	-	(.....)	(.....)	(.....)
	SATIŞ GARANTİ	-	-	-	-	-	(.....)	(.....)	(.....)
	Toplam	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: Teşebbüslerden gelen yanıtlar ve raportör hesaplamaları.

- (103) Yukarıdaki tablo incelendiğinde ise kurumsal ilan sayısı bakımından SAHİBİNDEN'in 2014-2021 döneminde her bir yıl itibarıyla en yüksek ilan sayısına ve pazar payına sahip olan teşebbüs konumunda olduğu, pazar payının yıllar itibarıyla %40 eşiğinin çok üzerinde seyrettiği, pazar payının kurumsal ilan sayısı bakımından 2019'dan 2021'e artış eğiliminde olduğu görülmektedir. Teşebbüslerin kurumsal ilan sayıları özelinde incelendiği durumda da SAHİBİNDEN'in pazar payının yine rakiplerinden önemli ölçüde yüksek olduğu görülmektedir.

¹⁴ (.....)

¹⁵ (.....)

¹⁶ ZİNGAT 2015-2018 yılları için kurumsal ilan sayısına ilişkin veri sağlayamamıştır. 2019-2021 yıllarına ilişkin kurumsal ilan sayısı verileri ZİNGAT'ın tüm kurumsal üyelerinin yayımladığı ilan sayılarının bulunduğu veri seti üzerinden hesaplanmıştır.

Tablo 7: SAHİBİNDEN ve Rakiplerinin 2014-2021 Sayfa Görüntülenme Sayıları Bakımından Pazar Payları (Emlak)

Teşebbüsler		2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Sayfa Görüntülenme Sayısı	SAHİBİNDEN	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	HEPSİ EMLAK	-	-	-	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	ZİNGAT	-	-	-	-	-	(.....)	(.....)	(.....)
	EMLAK JET	-	-	-	-	-	-17	(.....)	(.....)
	EMLAK SİTEM	-	-	-	-	-	(.....)	(.....)	(.....)
	SATIŞ GARANTİ	-	-	-	-	-	(.....)	(.....)	(.....)
	Toplam	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Pazar Payı	SAHİBİNDEN	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	HEPSİ EMLAK	-	-	-	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	ZİNGAT	-	-	-	-	-	(.....)	(.....)	(.....)
	EMLAK JET	-	-	-	-	-	(.....)	(.....)	(.....)
	EMLAK SİTEM	-	-	-	-	-	(.....)	(.....)	(.....)
	SATIŞ GARANTİ	-	-	-	-	-	(.....)	(.....)	(.....)
	Toplam	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: Teşebbüslerden gelen yanıtlar ve raportör hesaplamaları.

¹⁷ EMLAKJET 2019 yılına ait sayfa görüntülenme sayısına ilişkin verilere erişemediğini ifade etmektedir.

- (104) Sayfa görüntülenme sayısına ilişkin yukarıdaki tabloda SAHİBİNDEN'in 2014-2021 döneminde her bir yıl itibarıyla en yüksek sayfa görüntülenme sayısına sahip olan teşebbüs konumunda olduğu, pazar payının yıllar itibarıyla (.....) civarında seyrettiği ve SAHİBİNDEN'in pazar payının rakiplerinden önemli ölçüde yüksek olduğu anlaşılmaktadır. Pazarın (.....)'in da sayfa görüntülenme bakımından kayda değer bir rakip baskısı oluşturmadığı ve 2017'de (.....)'lerdeki payının azalarak 2021'de (.....) kadar düştüğü gözlemlenmektedir. Sayfa görüntülenme sayısı, bu açıdan pazarın çift taraflı özelliğine vurgu yapmaktadır. Rakipler gerek düşük fiyatlama, gerekse başka rekabet unsurları üzerinden kurumsal üyeleri görece sınırlı da olsa kendi platformlarına çekebildiler de, ilan bakanlar ya da bireysel ilan verenler bakımından benzer oranda başarı sergileyemediğini ortaya koymaktadır.
- (105) Söz konusu veriler dikkate alındığında rakiplerin SAHİBİNDEN'e kayda değer bir rekabetçi baskı oluşturabildiğinden bahsetmek mümkün görünmemektedir. Ayrıca SAHİBİNDEN'in pazardaki lider konumunu yıllar itibarıyla istikrarlı bir şekilde devam ettirdiği anlaşılmaktadır. Dolayısıyla yukarıda bahsedilen göstergeler ışığında SAHİBİNDEN'in kurumsal üyelerin emlak satış/kiralama faaliyetlerine yönelik çevrim içi platform hizmeti pazarında oldukça güçlü bir konumda olduğu görülmektedir.

I.5.1.1.2. Kurumsal Üyelerin Vasıta Satış Faaliyetlerine Yönelik Çevrim İçi Platform Hizmeti Pazarında Pazar Payları

- (106) Vasıta satışında SAHİBİNDEN'in rakipleri ARABAMCOM¹⁸, ARABA SEPETİ¹⁹, SATIŞ GARANTİ ve OTONOMİ'dir. Bu çerçevede aşağıda SAHİBİNDEN ile rakiplerinin sırasıyla vasıta alanındaki kurumsal üye sayısı bakımından konumlarına yer verilmektedir:

¹⁸ 2000 yılında kurulmuş olan ARABAMCOM 2016 yılında İLAB Holding tarafından Doğan Gazetecilik AŞ'den devralınmıştır.

¹⁹ ARABA SEPETİ; tasit.com'u 2017 yılında, Araba.com'u 2018 yılında devralmıştır. 2018 yılından sonra söz konusu iki teşebbüs Arabasepeti.com internet sitesi altında faaliyet göstermeye başlamıştır. ARABA SEPETİ'nin tek kontrolünün Kavak Intermediate Holdings LLC aracılığıyla Kavak Holdings Limited tarafından devralınması işlemine Kurulun 16.09.2021 tarihli ve 21-43/627-309 sayılı kararı uyarınca izin verilmiş olup teşebbüs ikinci el araç ticaretinde faaliyetlerini sürdürmektedir.

Tablo 8: SAHİBİNDEN ve Rakiplerinin 2014-2021 Kurumsal Üye Sayısı Bakımından Pazar Payı (Vasıta)

Teşebbüsler		2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Kurumsal Üye Sayısı	SAHİBİNDEN	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	ARABAM COM ²⁰	-	-	-	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	ARABA SEPETİ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	OTONOMİ ²¹	-	-	-	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	SATIŞ GARANTİ ²²	-	-	-	-	-	(.....)	(.....)	(.....)
	Toplam	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Pazar Payı	SAHİBİNDEN	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	ARABAM COM	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	ARABA SEPETİ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	OTONOMİ	-	-	-	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	SATIŞ GARANTİ	-	-	-	-	-	(.....)	(.....)	(.....)
	Toplam	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: Teşebbüslerden gelen yanıtlar ve raportör hesaplamaları.

- (107) Yukarıdaki tablo incelendiğinde, kurumsal üye sayısı bakımından SAHİBİNDEN'in 2014-2021 döneminde %40 eşliğinin oldukça üzerinde pazar payı bulunmakla birlikte, 2018'den 2019'a kurumsal üye bakımından pazar payında küçük de olsa bir azalmanın olduğu görülmektedir. Buna ek olarak kurumsal üye sayısı bakımından 2021 yılında en yakın rakibinden yaklaşık (.....) kat fazla paya sahip olduğu görülmektedir.

²⁰ ARABAM COM 2016 yılında İLAB Holding tarafından Doğan Gazetecilik AŞ'den devralındığı için 2017 tarihinden itibaren veri sağlayabilmektedir.

²¹ OTONOMİ 2017 yılında kurulmuştur.

²² SATIŞGARANTİ 05.10.2018 tarihinde kurulmuş olup çevrim içi platform hizmeti faaliyetlerine 2019 yılında başlamıştır.

Tablo 9: SAHİBİNDEN ve Rakiplerinin 2014-2021 Kurumsal Üye Gelirleri Bakımından Pazar Payları (Vasıta)

Teşebbüsler		2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Kurumsal Üye Gelirleri	SAHİBİNDEN	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	ARABAM COM	-	-	-	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	ARABA SEPETİ	-	-	-	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	OTONOMİ	-	-	-	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	SATIŞ GARANTİ	-	-	-	-	-	(.....)	(.....)	(.....)
	Toplam	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Pazar Payı	SAHİBİNDEN	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	ARABAM COM	-	-	-	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	ARABA SEPETİ	-	-	-	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	OTONOMİ	-	-	-	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	SATIŞ GARANTİ	-	-	-	-	-	(.....)	(.....)	(.....)
	Toplam	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: Teşebbüslerden gelen yanıtlar ve raportör hesaplamaları.

- (108) Yukarıdaki tabloda kurumsal üye geliri bakımından SAHİBİNDEN'in 2014-2021 döneminde %40 eşliğinin oldukça üzerinde pazar payı bulunduğu, teşebbüslerin kurumsal üyelere elde ettiği gelirlere göre SAHİBİNDEN'in tekele yakın pazar payına sahip olduğu ifade edilebilecektir.
- (109) Aşağıda yer alan kurumsal ilan sayısına ilişkin tablo incelendiğinde SAHİBİNDEN'in 2014-2021 döneminde %40 eşliğinin oldukça üzerinde pazar payı bulunmakla birlikte en düşük pazar payının 2020 yılında %(.....) olduğu anlaşılmaktadır. Söz konusu veriler dikkate alındığında rakiplerin SAHİBİNDEN'e kayda değer bir rekabetçi baskı oluşturabildiğinden bahsetmek mümkün görünmemektedir. Ayrıca, SAHİBİNDEN'in pazardaki lider konumunu yıllar itibarıyla istikrarlı bir şekilde devam ettirdiği anlaşılmaktadır.

23-39/754-263

Tablo 10: SAHİBİNDEN ve Rakiplerinin 2014-2021 Kurumsal İlan Sayısı Bakımından Pazar Payları (Vasıta)

Teşebbüsler		2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Kurumsal İlan Sayısı	SAHİBİNDEN	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	ARABAM COM	-	-	-	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	ARABA SEPETİ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	OTONOMİ	-	-	-	-	-	(.....)	(.....)	(.....)
	SATIŞ GARANTİ	-	-	-	-	-	(.....)	(.....)	(.....)
	Toplam	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Pazar Payı	SAHİBİNDEN	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	ARABAM COM	-	-	-	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	ARABA SEPETİ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	OTONOMİ	-	-	-	-	-	(.....)	(.....)	(.....)
	SATIŞ GARANTİ	-	-	-	-	-	(.....)	(.....)	(.....)
	Toplam	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: Teşebbüslerden gelen yanıtlar ve raportör hesaplamaları.

23-39/754-263

Tablo 11: SAHİBİNDEN ve Rakiplerinin 2014-2021 Sayfa Görüntülenme Sayısı Bakımından Pazar Payları (Vasıta)

Teşebbüsler		2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Sayfa Görüntülenme Sayısı	SAHİBİNDEN	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	ARABAM COM	-	-	-	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	ARABA SEPETİ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	OTONOMİ	-	-	-	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	SATIŞ GARANTİ	-	-	-	-	-	(.....)	(.....)	(.....)
	Toplam	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Pazar Payı	SAHİBİNDEN	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	ARABAM COM	-	-	-	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	ARABA SEPETİ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	OTONOMİ	-	-	-	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	SATIŞ GARANTİ	-	-	-	-	-	(.....)	(.....)	(.....)
	Toplam	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: Teşebbüslerden gelen yanıtlar ve raportör hesaplamaları.

- (110) Yukarıdaki tablo incelendiğinde, sayfa görüntülenme sayısı bakımından SAHİBİNDEN'in 2014-2021 döneminde %40 eşliğinin oldukça üzerinde pazar payı bulunduğu, teşebbüslerin sayfa görüntüleme sayıları baz alındığında da SAHİBİNDEN'in tekele yakın pazar payına sahip olduğu ifade edilebilir.

(111) Dolayısıyla, yukarıda bahsedilen göstergeler ışığında SAHİBİNDEN'in kurumsal üyelerin vasıta satış hizmetlerine yönelik çevrim içi platform hizmeti pazarında da oldukça güçlü bir konumda olduğu görülmektedir.

I.5.1.3. Giriş ve Büyüme Engelleri

(112) SAHİBİNDEN'in rakiplerine çevrim içi ilan yayımlama platform hizmetleri pazarına giriş ve bu pazarda büyüme bakımından (varsa) karşılaştıkları engeller sorulmuştur. Gerek emlak gerekse vasıta alanındaki rakiplerin tümü ilgili pazarlarda giriş ve büyüme engelleriyle karşılaştıklarını beyan etmiştir. Söz konusu engellere ilişkin açıklamalar aşağıdaki şekildedir:

- Pazara ilk giren avantajı, pazarın çift yönlü özelliği ve yoğun ağ etkileri,
- Bu etkilerin aşılması/yeterli seviyede kullanıcı ve üyeye erişilmesi, bilinirliğin ve sürdürülebilirliğin sağlanması, marka bilinirliğinin artırılması için yüksek yatırım maliyetlerinin, reklam/pazarlama harcamalarının gerekliliği,
- Bu bakımdan ürün ve hizmetlerin niteliğine ilişkin geliştirilen inovasyonların etkisiz kalması,
- Bu bakımdan ücretsiz fiyatlamanın dahi etkili olamaması,
- Tek bir platform üzerinde verilerin toplanması, kurumsal üyelerin kendi verilerini dilediği zaman başka platform ile paylaşamaması, çevrim içi platform hizmeti kullanıcılarının çoklu erişim imkânlarının önünde engeller olması,
- SAHİBİNDEN'in vazgeçilmez olması, emlakçılarının öncelikle SAHİBİNDEN'i tercih etmesi ve alternatif platformlara bütçe ya da zaman ayıramaması,

(113) (.....), üyelerin zaman ayırma sorununu şu şekilde açıklamaktadır:

“Emlak ticaretine aracılık eden danışmanların çevrim içi ilan yayımlama platformlarına ayırabildikleri zamanın kısıtlı olması, gün içinde ticari faaliyetleri nedeniyle masa başında zaman bulamadıkları için bu faaliyetlerini kısıtlı süre içerisinde gerçekleştirmektedirler. Her ne kadar ofis sahipleri pazarlamada çeşitlilik ve fiyat fayda dengesi argümanları sunularak farklı platformlar denemeye ikna edilse dahi, ofiste görev alan danışmanlar birden fazla platformda aynı işleri tekrarlı olarak yapmaktan imtina etmektedirler. Sonuç olarak ürün kullanılıp denenmeden vazgeçilmektedir. Bu durum pazar liderinin tüketiciye daha fazla seçenek sunabilmesine, ilan çeşitliliği sunabildiği için daha fazla tercih edilir olmasına, doğal olarak emlak ofisleri pazarını domine etmesine neden olmaktadır.”

(114) (.....) pazarın çift taraflı özelliği ve ağ etkilerini aşağıdaki şekilde açıklamaktadır:

“Asıl sorun bu platformun bilinirliğinin ve sürdürülebilirliğinin sağlanması ciddi yatırım gerektirmektedir. Ayrıca platformun kullanıcın gözünde daha kabul edilebilir bir düzeye gelmesi için platform yayıma çıktıktan sonra gerek yeni geliştirmeler gerekse bakım maliyetleri ciddi bir tutar gerektirmektedir. Ziyaret edilen bir platform ve rakipler arasından sıyrılan bir rakip olabilmek ya da var olan pazar paydaşlarına yeni bir rakip olarak çıkabilmek için çok ciddi reklam harcamaları yapmak gerekmektedir. Farklı kanallardaki reklam harcamaları ile birlikte tüketici tarafından tanınma ve aranan bir platform olma işlemlerine ilk adım atılabilmektedir. Sonrasında platforma getirdiğiniz tüketiciyi talebi karşılayacak seviyede ilan sayısı ile karşılanması gerekir ki bunun için de arz tarafında yeteri sayıda ilan bulunduracak çalışmaları yapıp platforma ilan verecek üyeleri çekmeniz gerekmektedir. Pazaryerleri için aşılması gereken en önemli adım bu olup burada belirli bir noktaya gelmek marka bilinirliğini artırmaktan

geçmektedir. Ziyaretçi trafiğini artırmak için yeterli sayıda ilan olması gereklidir. Yeterli ilan yoksa trafik oluşturulamayacağı için yeterli müşteri olmaz. Bunu aşmak için ciddi miktarda trafik üretmek için para harcamak gereklidir. Tipik bir tavuk-yumurta sorunsalı ile karşı karşıya olduğumuzu söyleyebiliriz. Üyeniz ve dolayısıyla ilan sayınız az ise yani raflarınız dolu değilse, ziyaretçi çekemezsiniz, ziyaretçiniz az ise, üyelik satmanız yani haliyle raflarınızı doldurmanız zorlaşır; sonuç olarak gelirleriniz yeterli düzeye gelemmez, bu defa öz kaynaklarınızdan sürekli ziyaretçi çekmek için para harcarsınız; ancak gelen ziyaretçiler de yetersiz ilan gören bir site gördüklerinde, sitede kalmazlar; yaptığınız harcamalar da bir bakıma boşa gitmiş olur. Pazaryerlerinde, tüketiciler genel davranış olarak ürünü (ilanı) çok olan platformu tercih ederler.”

- (115) (.....) de SAHİBİNDEN'in aldığı trafik büyüklüğünü ve bunun pazara giriş için meydana getirdiği engelleri şu şekilde açıklamaktadır:

“Yerleşik işletmeci, pazara girme potansiyeli olan teşebbüslere göre Google organik arama sonuçlarında daha üst sıralarda yer aldığından doğal bir trafik avantajına sahip olmaktadır. Google'ın arama sonuçlarında web sitelerine yer verirken sitenin ne kadar eski olduğunun bir kriter olarak değerlendirildiğini düşündüğümüzden pazara yeni girecek olan oyuncuların arama sonuçlarında ilk sıralarda yer alamamaları nedeniyle sitelerine yeterli trafik çekmeleri zor olacaktır. Emlak sektöründe SAHİBİNDEN markasının pazarı domine ettiği ve isim avantajını da kullanmasıyla beraber herhangi bir yeni veya mevcut oyuncunun ilan aramalarında değil ikinci veya üçüncü sırada çıkması, aynı sayfada yani ilk 20 alternatif arasında çıkması bile zorlaşıyor. “SAHİBİNDEN” kelimesi aynı zamanda jenerik bir arama olduğu için kullanıcının arama niyeti belli olmamakla birlikte SAHİBİNDEN'in tüm organik sonuçları domine ettiğini görüyoruz. Bu durum diğer markaların reklam vermesini zorunlu hale getiriyor. Bir örnekle açıklamak gerekirse “SAHİBİNDEN kiralık daire” aramasına baktığımızda toplam trafiğin %98'i Organik sonuçlardan elde ediliyor. SAHİBİNDEN'in trafik payı ise burada %95. Neredeyse tüm trafiği alıyor. Long term kelimelere baktığımızda da SAHİBİNDEN'in bu kelimelerde de hala trafik payının yüksek olduğunu görebiliriz. Yine aynı şekilde rakamsal örnek ile durumu ifade etmek gerekirse emlakçıdan değil mal sahibi tarafından verilen bir ilan hem SAHİBİNDEN hem (.....) platformuna verilmiş olsa bile “SAHİBİNDEN” platformuna verilen ilan 66 kat fazla trafik çekiyor. Bu rakamlara baktığımızda da mevcut oyuncuların veya sektöre yeni girmeyi planlayan oyuncuların yaşadığı veya yaşayacağı mağduriyeti daha net görebiliyoruz.”

- (116) İlâveten, Haziran 2022'de pazara giriş yapacağını duyuran Trendyol Emlak Ağustos 2022'de yapmış olduğu bir duyuru ile ilgili girişimini sonlandırmak durumunda kaldığını kamuoyuna duyurmuştur²³. 07.07.2022 tarih ve 31839 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanunda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun'un 8. maddesinin birinci fıkrasında elektronik ticaret aracı hizmet sağlayıcılarının uymakla yükümlü olduğu hususlar belirtilmiş olup

a) Aracılık hizmeti sunduğu elektronik ticaret pazar yerlerinde kendisinin veya ekonomik bütünlük içinde bulunduğu kişilerin markasını taşıyan ya da marka kullanım hakkını haiz olduğu malları satışa sunamaz veya bu malların satışına aracılık edemez. Bu malların, farklı elektronik ticaret ortamında satışa sunulması hâlinde bu ortamlar arasında erişim imkânı sunamaz ve birbirinin tanıtımını yapamaz. Bu hüküm, toplam satış hasılatının yarısından fazlasını elektronik ticaret

²³ Bkz. <https://ofis.trendyol.com/onboarding>, Erişim Tarihi: 22.08.2022.

dışındaki satışlardan elde eden kişilerin markasını taşıyan veya marka kullanım hakkını haiz olduğu mallar hakkında uygulanmaz.

hükmünün bu duruma sebep olabileceği değerlendirilmektedir.

- (117) SAHİBİNDEN'in rakiplerinin söz konusu engelleri aşmak adına ne derece yatırım gerçekleştirdiklerini somutlaştırmak amacıyla, pazarlama, satış ve dağıtım giderleri (PSDG) ve PSDG'nin toplam gelir içerisindeki payı incelenmiştir. Söz konusu analiz sırasıyla emlak ve vasıta alanına ilişkin olmak üzere aşağıdaki tablolarda aktarılmaktadır:

Tablo 12: 2014-2021 Emlak Satış/Kiralama Faaliyetlerine Yönelik Çevrim İçi Platform Hizmeti Pazarında PSDG ve Toplam Gelir²⁴ İçindeki Payı

Teşebbüsler	Hesaplamada Dikkate Alınan Kriterler	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
SAHİBİNDEN	Toplam Gelir	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	PSDG	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	PSDG/Toplam Gelir (%)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
HEPSİ EMLAK	Toplam Gelir	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	PSDG	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	PSDG/Toplam Gelir (%)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ZİNGAT	Toplam Gelir	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	PSDG	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	PSDG/Toplam Gelir (%)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
EMLAK JET	Toplam Gelir	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	PSDG	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	PSDG/Toplam Gelir (%)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
EMLAK SİTEM	Toplam Gelir	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	PSDG ²⁵	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	PSDG/ Toplam Gelir (%)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
SATIŞ GARANTİ	Toplam Gelir	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	PSDG	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	PSDG/Toplam Gelir (%)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: Teşebbüsler tarafından sunulan bilgi talebi yanıt yazıları

²⁴ Teşebbüslerden net gelirleri talep edilmiş olup ilgili hesaplamalar bu doğrultuda yapılmıştır.²⁵ Söz konusu bilgi EMLAK SİTEM tarafından sağlanamamış olduğundan tabloda yer almamaktadır.

- (118) Yukarıda yer alan tablodan, ilk olarak, 2014 yılında SAHİBİNDEN'in elde ettiği gelirin yaklaşık %(...) tekrar PSDG kapsamında kullandığı, bu oranın yıllar itibarıyla gittikçe azaldığı ve 2021 yılında yaklaşık %(...) düştüğü görülmektedir. Buna karşın rakiplerde bu oranların SAHİBİNDEN'e kıyasla oldukça yüksek seyrettiği öyle ki 2018 yılına bakıldığında HEPSİ EMLAK'ın %(...); 2019, 2020 ve 2021 yıllarına bakıldığında SATIŞ GARANTİ'nin sırasıyla %(...), %(...) ve %(...) oranında PSDG'ye sahip oldukları dikkat çekmektedir. (...) son üç yılda giderek PSDG'nin toplam gelir içindeki payını azalttığı ancak hala SAHİBİNDEN'in %(...) olan PSDG payı karşısında %(...) orana ulaşabildiği anlaşılmaktadır
- (119) İkinci olarak ise, miktar bakımından PSDG'lere bakıldığında SAHİBİNDEN'in 2014 yılında (...) TL PSDG'si bulunurken 2021 yılında bu sayının (...) yükseldiği görülmektedir. Rakipler açısından ise (...) ve (...) bakımından miktarsal olarak yıllar itibarıyla PSDG'nin artış gösterdiği ancak (...) ve (...) için bu miktarın yıllar itibarıyla dalgalı bir seyir izlediği ve (...) 'ın gelirin yaklaşık (...) katı kadar PSDG'ye katıldığı sonucuna ulaşılmaktadır. 2017-2019 yılları arasında (...) 'ın; 2017-2019 yılları arası ve 2021 yılında ise (...) 'ın SAHİBİNDEN'den daha fazla PSDG tutarına ulaştığı görülmektedir.

23-39/754-263

Tablo 13: 2014-2021 Vasıta Satış Faaliyetlerine Yönelik Çevrim İçi Platform Hizmeti Pazarında PSDG ve Toplam Gelir²⁶ İçindeki Payı

Teşebbüsler	Hesaplamada Dikkate Alınan Kriterler	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
SAHİBİNDEN	Toplam Gelir	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	PSDG	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	PSDG/Toplam Gelir (%)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ARABAMCOM	Toplam Gelir	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	PSDG	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	PSDG/Toplam Gelir (%)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ARABA SEPETİ	Toplam Gelir	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	PSDG	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	PSDG/Toplam Gelir (%)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
SATIŞ GARANTİ	Toplam Gelir	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	PSDG	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	PSDG/Toplam Gelir (%)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
OTONOMİ	Toplam Gelir	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	PSDG ²⁷	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	PSDG/ Toplam Gelir (%)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: Teşebbüsler tarafından sunulan bilgi talebi yanıt yazıları

²⁶ Teşebbüslerden net gelirleri talep edilmiş olup ilgili hesaplamalar bu doğrultuda yapılmıştır.

²⁷ Söz konusu bilgi OTONOMİ tarafından sağlanamamış olduğundan ilgili tabloda yer almamaktadır.

- (120) Yukarıda yer alan tablodan, ilk olarak, 2014 yılında SAHİBİNDEN'in elde ettiği gelirin yaklaşık %(.....) tekrar PSDG kapsamında kullandığı, bu oranın yıllar itibarıyla gittikçe azaldığı ve 2021 yılında yaklaşık %(.....) düştüğü görülmektedir. Buna karşın rakiplerde bu oranların SAHİBİNDEN'e kıyasla oldukça yüksek seyrettiği öyle ki 2016 yılına bakıldığında ARABAMCOM'un %(.....); 2019, 2020 ve 2021 yıllarına bakıldığında SATIŞ GARANTİ'NİN sırasıyla %(.....), %(.....) ve %(.....) oranında PSDG'ye sahip oldukları dikkat çekmektedir.
- (121) İkinci olarak ise, miktar bakımından PSDG'lere bakıldığında SAHİBİNDEN'in 2014 yılında (.....) TL PSDG'si bulunurken 2021 yılında bu sayının (.....) yükseldiği görülmektedir. Rakipler açısından ise (.....) ve (.....) bakımından miktarsal olarak yıllar itibarıyla PSDG'nin artış gösterdiği, (.....) için bu miktarın yıllar itibarıyla dalgalı bir seyir izlediği ve SAHİBİNDEN'in en yakın rakibi (.....)'un ise gelirin yaklaşık (.....) katı kadar PSDG'ye katlandığı söylenebilecektir.
- (122) Yukarıda yer verilen bilgiler, bunlara ek olarak Kurulun 2. ve 3. Aşırı Fiyat Kararlarında çevrim içi ilan yeri sağlama hizmetlerinin çok taraflı platform olma özelliğinden kaynaklanan önemli şebeke etkileri, ölçek ekonomileri, kullanıcı alışkanlıkları, SAHİBİNDEN'in sahip olduğu yüksek marka bilinirliği, finansal ve ekonomik gücü gibi hususların piyasadaki teşebbüslerin büyümesi veya piyasaya yeni teşebbüslerin girmesi önünde giriş engeli oluşturmasının muhtemel olduğu yönündeki değerlendirmeler ışığında, ilgili pazarlarda giriş engellerinin mevcut olduğu kanaatine varılmaktadır.

I.5.1.4. Alıcı Gücü

- (123) Kurulun 2. ve 3. Aşırı Fiyat Kararlarında SAHİBİNDEN'in emlak alanında bankalar dâhil edildiğinde en büyük müşterisinin ((.....)) SAHİBİNDEN cirosuna katkısının 2020 yılında yalnızca %(.....), 2020 yılında emlak alanında bankalar dâhil edildiğinde en büyük 10 müşterisinden elde edilen gelirin ise SAHİBİNDEN'in cirosunun %(.....) kadar olduğu, bankaların dâhil edilmediği senaryoda ise en büyük müşterisinin ((.....)) SAHİBİNDEN cirosuna katkısının 2020 yılında %(.....) olduğu ve en büyük 10 müşterisinden elde edilen gelirin %(.....) olduğu tespit edilmiştir. Söz konusu oranların müşterilerin SAHİBİNDEN karşısında etkisiz olduğu, bir başka deyişle alıcıların güçlü ve büyük olmadığını ortaya koyar nitelikte olduğu değerlendirilmiştir. Ayrıca SAHİBİNDEN'in müşterilerinin emlak satışı/kiralama faaliyetlerini sürdürmeleri nedeniyle çevrim içi ilan yeri sağlama hizmeti gibi teknik bir konuda kendi arzlarını yaratmalarının makul olmadığı açıklanmıştır.
- (124) Ayrıca, *franchise* usulüyle çalışan emlak ofislerinden TURİYAP, REMAX, Altın Emlak, Coldwell Banker, Century 21, ERA, Reality World, Startkey ve Birleşmiş Emlak toplamda (.....) ofise *franchise* verdiğinden, gerek ilan portföyü gerekse ilan paketi harcamaları bakımından piyasadaki diğer üyelere nazaran daha geniş bir grubu temsil ettikleri düşüncesiyle, bu teşebbüslerin tüm *franchise* verdikleri emlak ofislerinin toplamının SAHİBİNDEN gelirleri içindeki payı sorgulanmıştır. Buna göre *franchise* usulüyle çalışan emlak ofislerinden elde edilen gelirlerin SAHİBİNDEN'in emlak kategorisindeki kurumsal üyelerinden elde ettikleri toplam gelirler içindeki payı 2019-2021 döneminde yıllık sırasıyla %(.....), %(.....), %(.....) ile sınırlı kalmıştır.
- (125) Dahası, Kurulun 2. ve 3. Aşırı Fiyat Kararlarında değinildiği gibi, SAHİBİNDEN Yemek Sepeti veya Çiçek Sepeti gibi platformların aksine son kullanıcıyla ilgili nihai satış işlemi gerçekleşmeden müşterilerine ücret karşılığı hizmet sunmakta, bu durum kurumsal üyelerin ellerinde bulundurduğu envanteri öncelikle SAHİBİNDEN gibi en geniş şekilde son kullanıcıya ulaşan platform üzerinden satışa sunmasına ve burada

satılamaması durumunda diğer çevrim içi ilan yeri sağlama platformlarına yönelmesine yol açmaktadır.

- (126) Kurulun 2. ve 3. Aşırı Fiyat Kararlarında SAHİBİNDEN'in yüksek ve rakipleriyle orantısız pazar payına sahip olması, bu pazar payını zaman içerisinde koruması ve önemli ağ etkileri ile piyasaya giriş engellerinin bulunması sebebiyle ilgili pazarlarda hâkim durumda olduğu değerlendirilmiştir. Mevcut soruşturma konusu dönemin, yukarıda değinilen Kurul kararlarına konu soruşturmaların hemen ardına tekabül etmesi, mevcut soruşturmaya konu eylemlerin de anılan soruşturmalara konu eylemlerle aynı döneme ilişkin olması, Kurul kararlarına konu soruşturmaların nihayetlendirildiği tarihten hâlihazırdaki soruşturmanın yürütüldüğü zamana kadar geçen dönemde, yukarıda yer verilen tespitler doğrultusunda, pazarda kayda değer bir değişikliğin gerçekleşmemesi ve SAHİBİNDEN'in pazar gücünü devam ettirmesi sebebiyle SAHİBİNDEN'in hâkim durumda olduğu değerlendirilmektedir.

I.5.2. Kötüye Kullanma Değerlendirmesi

- (127) Dosya konusunu, SAHİBİNDEN'in çevrim içi platform hizmetleri bakımından kurumsal üyelerin ilan verilerini taşımayı engellediği, kurumsal üyelerin satın aldığı ilan paketlerini kullanabilecek emlak danışmanları/personel sayısına yönelik alt kullanıcı sınırlaması getirdiği, dopingli ilanları şeffaf şekilde yayımlamadığı, doğal reklam uygulamasında şeffaf davranmadığı, sıralama algoritması yoluyla kendini kayırdığı ve sağladığı diğer hizmetlerde (emlak/araç değerlendirme, sıfır araç satışında yetkili bayiye yönlendirme, ekspertiz sağlama gibi) kendini kayırdığı/yanıltıcı sonuç verdiği, bu yollarla rekabetin sınırlanmasına yol açarak hâkim durumunu kötüye kullandığı iddiaları oluşturmaktadır. Aşağıda söz konusu iddialar sırayla incelenmektedir.

I.5.2.1. Veri Taşımının Engellendiği İddiasının Değerlendirilmesi

- (128) Daha önce de ifade edildiği üzere, önaraştırma döneminde emlak danışmanlarının çoğunluğunun SAHİBİNDEN platformuna girdikleri ilan verilerini taşımaya ihtiyaç duydukları, emlak danışmanlarının ilanlarını yeni bir platforma girmeleri dolayısıyla harcadıkları zaman, katlandıkları maliyet, ikinci bir platforma uyum sağlamak ve ilanların güncelliğini sağlamakta karşılaştıkları zorlukların veri taşınabilirliği ile bertaraf edilebileceği değerlendirilmiştir. Ancak SAHİBİNDEN'in kurumsal üyelerine veri taşımaları açısından sözleşmesel bir sınırlama bir getirdiği ve ayrıca fotoğrafların taşınmasına yönelik de teknik bir engel oluşturduğu tespit edilmiştir. Bu sınırlamaların alternatif çevrim içi kanalların emlak danışmanı çekmesini engellediği, bu nedenle yeterli sayıda ilan portföyüne erişemeyen platformların bu kez ilan bakanların dikkatini çekemediği, bunun da pazarda rakiplerin gelişmesine engel olurken SAHİBİNDEN'in pazar gücünün rekabeti sınırlayıcı yoldan güçlenmesine yol açtığı şüphesi doğmuştur. Bu sebeple SAHİBİNDEN'in veri taşımayı engellemek yoluyla rakiplerin faaliyetini zorlaştırdığı iddiasının incelenmesi gerekliliği ortaya çıkmıştır.
- (129) Bu çerçevede, öncelikle rekabet hukuku uygulaması, öğretisi ve diğer yasal düzenlemelerde veri taşımının yeri resmedilmiş, ardından bu bilgiler eşliğinde SAHİBİNDEN'in sözleşmeleri analiz edilmiş, fiiliyatta veri taşımının engellenmesine ilişkin SAHİBİNDEN'in uygulamalarının ve ilgili pazarda ortaya çıkan pazar aksaklıklarının tespiti amacıyla rakiplerden ve kurumsal üyeler ile bu üyeleri temsil eden dernek/oda gibi organlardan bilgi ve görüş toplanmış, ilgili tarafların görüşlerine ek olarak, pazardaki uygulamalar karşısında kurumsal üyelerin gerçekleştiren davranışlarını tespit etmek üzere EAAD'nin desteğiyle ekonomik veriler üzerinden analiz gerçekleştirilmiş, bu çerçevede iddia konusu uygulamanın varlığı ve rekabeti sınırlayıcı etkileri tespit edilmiş ve son olarak Bilişim Teknolojileri Dairesi'nden alınan

görüş eşliğinde söz konusu uygulama ve etkilerine son verebilmek için öngörülen çözümlerin hayata geçirilebileceği alternatif yollar analiz edilmiştir.

I.5.2.1.1. Rekabet Hukuku Uygulaması, Öğretisi, Kişisel Verileri Koruma Hukuku ve Diğer Yasal Düzenlemeler Çerçevesinde Veri Taşıma

I.5.2.1.1.1. Rekabet Hukuku Uygulamasında Veri Taşıma

Uluslararası Uygulamalar

- (130) Veri taşınabilirliğinin rekabet hukukunda nasıl ele alındığına ilişkin uluslararası uygulama örneklerinden biri, veri taşınabilirliğinin sınırlandırılması konusunun ABD Federal Ticaret Komisyonunun (*Federal Trade Commission-FTC*) arama hizmetlerine ilişkin Google'a karşı başlattığı incelemelerde karşımıza çıkmaktadır. Google, reklam kampanyalarını izlemek ve yönetmek için reklam verenlere Adwords platformuna doğrudan erişimleri için uygulama programlama arayüzü (Application Programming Interface-API) sağlamıştır. Adwords API'lerini kullanan reklam verenlerin kampanyalarını diğer reklamcılık platformlarında yönetme becerisi sınırlandırıldığından FTC, Google ile reklam verenler arasındaki sözleşme koşullarının kaldırılması için Google ile anlaşmaya varmıştır²⁸. Google'nin beş yıllık bir süre için geçerli olarak sunduğu taahhüt kapsamında²⁹ ABD'de yerleşik tüm AdWords API lisans sahipleri için kullanım şartları ve koşullarındaki "AdWords API Girdi ve Kopyalama" kısıtlamalarını kaldıracağını, API kullanım şartları ve koşullarına yeni bir hüküm eklemeyeceğini veya AdWords API müşterilerinin, kampanya yönetimi verilerinin toplanması ya da aktarılmasını sağlayan veri giriş alanlarını Adwords ile aynı sekmede veya ekranda göstermelerini engelleyen yeni teknik gereksinimleri benimsemeyeceğini açıklamıştır.
- (131) Google'ın Adwords reklam platformundaki reklam kampanyalarının taşınabilirliğine getirdiği sınırlamalar³⁰, Avrupa'da da Komisyon tarafından yürütülen Google soruşturmasında dile getirilen endişelerden biri olmuştur. Komisyon, Google'ın, yazılım geliştiricilere, Google AdWords'ü kullanarak yarattıkları reklam kampanyalarının diğer reklam platformlarına sorunsuz şekilde aktarılmasını sağlayacak araçlar sunmalarını engelleyen sözleşme kısıtlamaları getirmesinden endişe duyduğunu açıklamıştır³¹. Google, Komisyonun endişelerini gidermek adına, AdWords API hüküm ve şartlarından, reklamverenlerin Google AdWords'ten diğer rakip arama reklam platformlarına reklam kampanyalarını taşımasını engelleyen yazılı veya yazılı olmayan yükümlülükleri kaldırmayı önermiştir. Ancak Google tarafından önerilen taahhütler, Komisyon tarafından kabul edilmemiştir. Nisan 2015'te ise Komisyon, 2010'da inceleme başlattığı davranışlardan biri olan arama yanlılığına ilişkin soruşturma raporunu hazırlamış, reklam kampanyalarının taşınabilirliğine getirilen kısıtlamalar da dâhil olmak üzere geri kalan Google davranışlarına ilişkin araştırmalarına devam edeceğini ilan etmiştir³².

²⁸ Federal Trade Commission (2013), Google Agrees to Change Its Business Practices to Resolve FTC Competition Concerns In the Markets for Devices Like Smart Phones, Games and Tablets, and in Online Search, <https://www.ftc.gov/news-events/news/press-releases/2013/01/google-agrees-change-its-business-practices-resolve-ftc-competition-concerns-markets-devices-smart>, Erişim Tarihi: 29.09.2021

²⁹https://www.ftc.gov/system/files/documents/closing_letters/google-inc./130103googleletterchairmanleibowitz.pdf, Erişim Tarihi: 20.09.2021

³⁰ http://europa.eu/rapid/press-release_IP-10-1624_en.htm, Erişim Tarihi: 23.09.2022.

³¹ http://europa.eu/rapid/press-release_SPEECH-12-372_en.htm, Erişim Tarihi: 23.09.2022.

³² https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/MEMO_15_4781, Erişim Tarihi: 23.09.2022.

(132) Bir diğer örnek karar Kanada'da görülmektedir. Kanada Rekabet Otoritesi, Toronto Emlakçılar Odası'nın (*Toronto Real Estate Board-TREB*) üyelerinin parola korumalı sanal ofis web sitelerinde (VOW) MLS³³ bilgilerine erişimi ve üyelerinin gayrimenkul satış verilerini çevrim içi kanallarda gösterme ve kullanma şeklini kısıtlamak suretiyle TREB'in hâkim durumunu kötüye kullandığı iddiası ile soruşturma açmıştır³⁴. TREB'in üyelerinin müşterilerle elden, e-posta veya faks yoluyla veri paylaşmasına izin verirken, aynı verilerin, emlakçıların müşterilerine MLS bilgileri sağlayabileceği güvenli parola korumalı çevrimiçi portallar olan VOW'ler aracılığıyla çevrimiçi olarak görüntülenmesini engellediği öne sürülmüştür³⁵. İddialarda engellenen hizmetler;

- Bir VOW'da gerçekleşen fiyatlar da dahil olmak üzere geçmiş satış verileri görüntülemek,
- Müşterilerin aynı alanda listelenen mülklerin piyasa geçmişini ve faaliyetlerini karşılaştırmasına olanak tanıyan çevrimiçi araçlar sunmak,
- Belirli bir mahalledeki taşınmazlar için fiyat geçmişi gibi eğilimler hakkında bilgi sağlamak,
- Hangi birimlerin alıcılar için daha iyi yatırım getirisi sağladığını gösteren kat mülkiyeti, ısı haritaları sağlamak

şeklinde sıralanmıştır.

(133) Soruşturmada MLS'nin "emlak ofisleri için müşterilerin ev alıp satmasına yardımcı olacak önemli bir araç" olduğu vurgulanmış, MLS veri tabanındaki bilgilerin çoğunun diğer kamu kaynaklarında mevcut olmadığı ve tüm bilgi ve hizmetler yelpazesi için hazır bir ikamenin bulunmadığı, MLS üzerindeki bilgileri içeren benzer herhangi bir kaynağın 'yedek' değil 'tamamlayıcı' olarak görüldüğü ifade edilmiştir³⁶. Soruşturma sonucunda TREB'in kısıtlamalarının kaldırılmasına, TREB'in emlak komisyoncusu üyelerinin emlak satış verilerini çevrimiçi olarak yayımlamasına izin vermesine karar verilmiştir.

(134) Veri taşımaya ilişkin bir başka örnek karar Brezilya Rekabet Otoritesi (*Administrative Council for Economic Defense-CADE*) tarafından alınmıştır. Karara göre, Brezilya bankası Bradesco; müşterilerine GuiaBolso isimli teknoloji uygulamasındaki hesaplarına erişirken iki faktörlü kimlik doğrulaması uyguladığından GuiaBolso'nun faaliyetlerini zorlaştırdığı iddiası ile karşı karşıya kalmıştır. CADE Bradesco'nun uygulamasının, müşterilerin bankacılık verilerine bağlı olan finansal teknoloji hizmetlerinden faydalanmasını sınırlayacağını ifade etmiştir. Dava sonucunda Bradesco, soruşturmanın sona ermesi için 3,6 Milyon Avro ceza ödemeyi ve ayrıca müşteri verilerini ilgili teknoloji uygulaması ile paylaşmayı kabul etmiştir³⁷.

³³ Mevcut emlak listelerini ve konut amaçlı gayrimenkullerin alım satımıyla ilgili kronolojik bilgileri içeren bir veri tabanı.

³⁴https://www.ct-tc.gc.ca/en/cases/decision-summaries/documents/CT-2011-003%20Summary.pdf?zoom_highlight=toronto+real+estate+board%23search=%22toronto%2real%20estate%20board%22section%2079, Erişim Tarihi: 17.07.2022.

³⁵ <https://www.canada.ca/en/competition-bureau/news/2018/08/backgrounder-abuse-of-dominance-bythe-toronto-real-estate-board.html>, Erişim Tarihi: 17.07.2022.

³⁶ <https://www.oecd.org/daf/competition/abuse-of-dominance-in-digital-markets-2020.pdf> s.28, Erişim Tarihi: 01.09.2022.

³⁷ <https://www.spglobal.com/marketintelligence/en/news-insights/blog/insight-weekly-september-20-2022>, Erişim Tarihi: 01.09.2022.

- (135) İtalya Rekabet Otoritesi (*Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato-AGCM*), de, Google'ın kişilerin verilerini İtalya'da bir veri yatırım bankası olarak faaliyet gösteren *Hoda Digital* tarafından kontrol edilen *Weople App* isimli uygulama³⁸ ile paylaşmadığı ve böylelikle Avrupa Birliğinin İşleyişine İlişkin Anlaşma'nın 102. maddesini ihlal ederek hâkim durumunu kötüye kullandığı gerekçesiyle Google'a karşı bir soruşturma başlatılmıştır. İddiaya göre Google, kendisinden verilerini talep eden kullanıcıların karşısına karmaşık ve kademeli prosedürler sunarak kullanıcıları caydırıp verilerin taşınmasını engellemektedir. Aynı zamanda, iddia edilen davranışın, alternatif operatörlerin yenilikçi veri tabanlı hizmetler geliştirme yeteneklerini sınırladığı için rekabeti kısıtlayabileceği de değerlendirilmektedir. AGCM başlattığı soruşturma ile Google'nin bu davranışının veri taşınabilirliği hakkını engelleyerek tüketicilerin kendi verilerinden elde edebilecekleri ekonomik faydaları sınırlayıp sınırlamadığını tespit etmeye çalışmaktadır³⁹.
- (136) Fransız Rekabet Otoritesi (*Autorité de la Concurrence-ADLC*) *GDF Suez* kararında, GDF Suez'in perakende doğal gaz pazarındaki hâkim durumunu kötüye kullandığını tespit etmiştir. ADLC, GDF Suez'in geçmişte ulusal doğal gaz tekeli olarak hareket ettiği süreç boyunca büyük miktarda tüketici verisi elde ettiğini ve pazarın rekabetçi olduğu durumda bu verileri müşterilerini yeniden kazanmak amacıyla kullandığını, söz konusu verilerin rakipler tarafından makul finansal koşullarda ve zamanında yeniden üretilmeyeceğini değerlendirmiştir. Dava bu bakımdan kişisel verileri rakiple paylaşma yükümlülüğünün getirilmesine örnek teşkil etmektedir. Otorite ayrıca, bu paylaşımın nasıl yapılacağına da yolunu çizmiştir. Teşebbüse bir yandan, kendisinden talepte bulunan rakiplere masrafları GDF Suez'e ait olmak üzere müşterilerine ilişkin belirli verilere "nesnel, şeffaf ve ayrımcı olmayan koşullar altında haftanın 7 günü 24 saati erişilebilir web sitesi aracılığıyla" erişim sağlatma yükümlülüğü getirilmiş; diğer yandan da, davada verilen geçici tedbire göre teşebbüs, müşterilerine dava hakkında bildirim yapmak ve bilgilerinin üçüncü taraflarla paylaşılacağına yönelik rıza almakla yükümlü kılınmıştır.⁴⁰
- (137) Veriye erişimi veya veri taşınabilirliğini engellemenin güncel tartışmalara en çok konu olduğu bir alan da, yoğunlaşma oranı ve belirgin ağ etkileri ile dikkat çeken sosyal ağ hizmetleridir⁴¹. Bu kapsamda ABD'de bir veri analitiği şirketi olan PeopleBrowsr'ın Twitter ile karşılaştığı veriye erişim sorununa da değinmenin faydalı olacağı değerlendirilmektedir. PeopleBrowsr Twitter'ın verilerinin kullanımı için "açık bir ekosistem" sağlayacağına ilişkin beyanlarına dayanarak Firehose'ye yıllarca ücretsiz olarak erişmiş ve iş modelini bu erişim üzerine inşa etmiştir. Twitter, PeopleBrowsr'a (ve diğer bazı üçüncü taraf geliştiricilere), 30 Kasım 2012'den itibaren Twitter'dan saniye saniye geçen paylaşımları (*tweet*) içeren Twitter Firehose'ye tam erişimlerini kaybedeceklerini bildirmiştir. İlgili tarihten sonra PeopleBrowsr, Twitter verilerine doğrudan erişim sağlamak yerine, gerekli verilere erişmek için Twitter'in sertifikalı veri

³⁸ *Weople* uygulamasının nihai kullanıcıları, verilerini platformdaki havuzda toplayarak para kazanma fırsatı elde etmektedir.

³⁹https://content.mlex.com/#/content/1392915?referrer=email_dailycontentset&dailyId=b9569b341360450bb1d3681b0b79c39e, Erişim Tarihi: 17.07.2022.

⁴⁰ N. S. ÖZDEMİR, "The Interplay Between Data Protection Law and Competition Law in the European Union: A Suggestion for Data-Related Cases", *Rekabet Dergisi*, 2019, Vol.20, S.2.

⁴¹ Konuya ilişkin somut bir karar ya da davaya rastlanmasa da bulut hizmetleri pazarında satıcılar arasında taşınabilirliğin artırılması ve müşterilerin birden fazla bulut kullanmasına izin verilmesi, akıllı telefon pazarında mesaj, rehber ve fotoğraf gibi verilerin taşınması, e-ticaret alanında, satıcıların itibarlarını (uzun bir süre boyunca elde ettikleri puanlar ve müşteri yorumları) farklı bir platforma aktarması gibi konular da ilgili pazarlarda giriş engellerini ve geçiş maliyetlerini azaltmak için gündeme gelmektedir.

sağlayıcılarından birine başvurmak zorunda kaldığını, hizmetlerini müşterilere sunabilmek için tam Firehose erişimine ihtiyacı olduğunu belirtmiştir.

- (138) Yetkili eyalet mahkemesi, Twitter'a, geçici tedbir uygulayarak PeopleBrowsr lehine, verilere tam erişim sağlamaya geçici olarak devam etmesi talimatını vermiştir. Nisan 2013'te ise PeopleBrowsr ve Twitter anlaşmazlığı çözme yoluna gitmişlerdir. Dava bir uzlaşma ile sona erdiği ve uzlaşmadan sonra davanın esasına yönelik herhangi bir mahkeme kararı alınmadığı için, Twitter'ın PeopleBrowsr'a ABD federal veya eyalet antitröst yasası uyarınca tam erişim vermek zorunda olup olmayacağı konusu belirsizliğini korurken taraflar, PeopleBrowsr'ın 2013'ün sonuna kadar tam Firehose erişimine devam edeceği konusunda anlaşmışlardır⁴².
- (139) Bir diğer örnek *LinkedIn vs. hiQ* kararında ise Avrupa Komisyonu, veri gizliliğinin sosyal ağ hizmet pazarında önemli bir rekabet parametresi olduğunu kabul ederek mahremiyetle ilgili endişelerin, rekabet değerlendirmesinde dikkate alınabileceğini belirtmiştir. HiQ'nun iş modeli, halka açık LinkedIn verilerinin istatistiksel analizine dayalı olarak işletmelere işgücü hakkında bilgi sağlamaktır. 2012'den 2017'ye kadar hiQ, LinkedIn üzerindeki verilere erişim sağlayabiliyorken ve veri kullanım izni bulunuyorken 23 Mayıs 2017'de LinkedIn, hiQ'nun verilere erişimi durdurmasını isteyen bir mektup göndermiştir. HiQ ise veri analitiği işinin tamamen bu verilere erişime bağlı olduğunu ve LinkedIn'in verilere erişimi engelleme kararının rekabete aykırı bir amacı olduğunu ifade etmiştir.
- (140) İlgili davada LinkedIn, yalnızca kullanıcılarının gizliliğini korumak ve güvenlerini korumak amacıyla ilgili kararın alındığını belirtirken hiQ, kullanıcıların kendi rızalarıyla kamuya açıkladığı verilere eriştiğini beyan etmiştir. Mahkeme, hiQ'nun, LinkedIn'in rakip bir ürün geliştirmek için profesyonel ağ pazarındaki gücünü haksız yere kullanıp kullanmadığı konusunda ciddi sorunlar gündeme getirdiğine karar vererek hiQ'nun ihtiyati tedbir talebini kabul edip LinkedIn'in herkese açık üye profillerine hiQ erişimini reddetmesini yasaklamıştır. Eylül 2019'da, üst mahkeme LinkedIn'deki halka açık bilgilerin LinkedIn'den alınmasının Bilgisayar Dolandırıcılığı ve Kötüye Kullanım Yasası'nı (CFAA) ihlal etmediğini ve dolayısıyla hiQ'nun bilgisayarlara "yetkisiz olarak" erişmediğini gerekçe göstererek alt mahkemenin kararını onaylamıştır⁴³.
- (141) Mahkeme esasen LinkedIn'in durdurma ve vazgeçme mektubunu aldıktan sonra hiQ'nun LinkedIn üye verilerini kazımaya ve kullanmaya devam etmesinin CFAA kapsamında "yetkisiz" olup olmadığını ele almıştır. Başka bir deyişle, mahkeme, "yetkisiz" ifadesinin genellikle önceden izin alınmasının gerekli olmadığı, ancak bir kişinin veya botun erişiminin reddedildiği durumları kapsayıp kapsamadığını değerlendirmiştir. Dava sonucunda ise mahkeme bir bilgisayara "yetkisiz" erişim yasağının, kullanıcı adı ve parola gereksinimleri gibi erişim izinleriyle ilgili olarak ihlal edilebileceğini, bir bilgisayar ağı genel olarak verilere genel erişime izin verdiğinde, bir kullanıcının bu kamuya açık verilere erişmesinin, CFAA kapsamında yetkisiz erişim teşkil etmeyeceğini belirtmiştir. Başka bir deyişle, yalnızca önceden izin gerektiren bilgiler CFAA kapsamında değerlendirilerek kamuya açık bilgilerin genellikle kapsamda olmayacağı ifade edilmiştir.
- (142) Sonuç olarak, ABD ve AB'deki *Google Adwords* davaları, Kanada'da *TREB* kararı, Fransa'da *GDF Suez* kararı, Brezilya'da *Bradescos* davası, veriye erişimin kısıtlanması

⁴² <https://www.reuters.com/article/twitter-settlement-idINDEE93P00A20130426>, Erişim Tarihi: 28.09.2022. 2013 sonrası dönemde yeni bir uyuşmazlığın ortaya çıkıp çıkmadığına ilişkin bilgi elde edilememiştir.

⁴³ <https://www.consumerprivacyworld.com/2022/04/hiq-labs-v-linkedin/>, Erişim Tarihi: 28.09.2022

sonucu yataydaki rekabetin engellendiği endişelerini konu edinmiştir. Bu endişeler, dava sonucu verilen kararlarda ya da dava sürecinde varılan uzlaşmalarda veriye erişimin sağlanması ile giderilmiştir. İtalya'da Google hakkında devam eden incelemede ise Google'nin kişisel verilerin taşınmasını engelleyerek tüketicilerin kendi verilerinden elde edebilecekleri ekonomik faydaları sınırlayıp sınırlamadığı endişesi araştırılmaktadır. Nitekim veri taşımanın mümkün olduğu senaryoda tüketicilerin rakipler arasında geçişi kolaylaşacak, bu da rakipler arası rekabeti geliştirerek tüketici refahının artmasını sağlayacaktır.

- (143) ABD'deki *PeopleBrowsr vs Twitter* ile *LinkedIn vs. HiQ* ve İtalya'daki *Google-Weople App* davaları, ticari faaliyeti platformlar üzerindeki kamusal veriye bağlı olan ve platformlardaki verinin kullanımı ile dikey ilişkili bir hizmet sunumunu konu eden örnekler olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu davalarda, belirli bir dönem veriye erişim önünde engel yokken bir noktadan sonra bu erişimin platformlarca kesilmesi/zorlaştırılması gündeme gelmiştir. Her ne kadar davalar ya sonuçlanmamış ya da uzlaşma ile sona ermiş olsa da, şikâyetçi teşebbüslerin faaliyeti için zorunlu olan platform üzerindeki verilere erişimin engellenmesinin ortaya çıkardığı rekabetçi endişeler konu edinilmiş, ancak veriye erişimin sağlanması halinde bu endişelerin giderildiği sonucuna varılmıştır. Bu davalarda şikâyetçi teşebbüslerin kullanıcıların platforma girerek kamuya açık halde yayımlamış olduğu verilerini platform haricinde başka yollarla temin etmesi, makul ya da olası bir alternatif olarak görülmemiştir. Keza, *LinkedIn* davası özelinde, şikâyetçi teşebbüslerin platforma kazıma, tarama gibi yöntemlerle erişmesi, o erişim için kullanıcı adı ya da parola gibi bilgilere dayanarak izne tabi olmadıkça, bilişim suçu kapsamında yetkisiz erişim olarak değerlendirilemeyeceği tespit edilebilmiştir.

Türkiye Uygulamaları

- (144) Türk Rekabet Hukuku uygulamasına bakıldığında, Kurulun veriye erişime ve veri taşımaya kısıtlama getirilmesi davranışının incelendiği iki örnek karar dikkat çekmektedir. 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesinin ikinci fıkrasının (a) bendinde "*ticarî faaliyet alanına başka bir teşebbüsün girmesine doğrudan veya dolaylı olarak engel olunması ya da rakiplerin piyasadaki faaliyetlerinin zorlaştırılmasını amaçlayan eylemler*" Kanun ile yasaklanan kötüye kullanma halleri arasında sayılmıştır. Söz konusu kararların da veriye erişime ya da veri taşımaya getirilen kısıtlamalar yoluyla pazarın rakiplere kapatılması ve rakip faaliyetlerinin zorlaştırılması teorisine dayandığı görülmektedir.
- (145) Bunlardan *ilki olan Bilsa* kararında⁴⁴, okul yazılım hizmetleri pazarında faaliyet gösteren Bilsa'nın, okullara yazılım programı hizmeti sunmak isteyen diğer teşebbüslerin, bu teşebbüslerce kullanılmak zorunda olan okullar ve bu okullarda öğrenim gören öğrenciler hakkındaki bilgilere erişimlerini, bu bilgileri şifrelemek suretiyle engellediği iddiası incelenmiştir. İnceleme sonucunda Kurul, Bilsa'nın veya diğer yazılım firmalarının, yazılımlarını veya bu yazılımlar vasıtasıyla oluşan verileri korumak için şifre uygulaması yapmalarının bir ihlal oluşturmayacağını belirtmiştir. Ancak, ihlal olduğu tespit edilen husus, veriler şifrelenerek korunaklı hale getirilse dahi, Bilsa yazılımından vazgeçip başka bir yazılım firmasının ürününü kullanmak isteyen okulların talep etmeleri durumunda bu verilere açık biçimde ulaşabilmelerinin engellenmesidir. Diğer bir ifadeyle, sözleşme süresinin bitiminden itibaren bu verilerin halen şifreli olarak tutulmasının ve diğer yazılımlara aktarılmasına izin verilmemesinin piyasaya suni bir giriş engeli yarattığı değerlendirilmiştir. Sonuç olarak, Bilsa'nın,

⁴⁴ 21.03.2007 tarihli ve 07-26/238-77 sayılı Kurul kararı.

okullara ait verilerin aktarımını önleyen şifreleme uygulaması yoluyla gerek ilgili piyasaya yeni firmaların girişini gerekse giriş yapabilmiş firmaların pazara derinliğine nüfuz etmelerini önlemek suretiyle, piyasadaki alıcı niteliğindeki okulların maliyetsiz bir şekilde geçiş yapabilecekleri alternatif firmaların oluşmasını engellediği, böylece hâkim durumdaki firma olarak ilgili piyasada çalışabilir rekabetin gerçekleşmesini önleyen yapay bir giriş engeli yaratmış olduğu kanaatine varılmıştır. Bu nedenle, hâkim durumda olduğu tespit edilen Bilsa'nın okul yazılımı piyasasındaki rekabet koşullarını bozmayı amaçlayan faaliyetlerde bulunmak suretiyle Kanun'un 6. maddesinin birinci fıkrasını ihlal ettikleri sonucuna ulaşılmıştır. Kurul, ayrıca, Bilsa ve bünyesindeki yazılım şirketlerinin, kendileri ile sözleşmeleri sona eren okullardan bu yönde bir talep gelmesi halinde, okullara ait verileri şifresiz, doğru, anlaşılabilir, güvenli ve eksiksiz bir şekilde okullara temin etmek için gereken önlemleri alması gerektiğine hükmetmiştir.

- (146) Kurulun veri taşınabilirliğine yönelik almış olduğu ikinci karar olan *Nadir Kitap* kararında⁴⁵ ise "*www.nadirkitap.com*" isimli internet sitesi üzerinden ikinci el kitapların çevrim içi satış piyasasında aracılık hizmeti sağlayan Nadirkitap'ın rakip aracı hizmet sağlayıcılar vasıtasıyla ürünlerini pazarlamak isteyen satıcı üyelerinin (sahafların) verilerini kendilerine sağlamayarak rakip teşebbüslerin faaliyetlerini zorlaştırmak suretiyle hâkim durumunu kötüye kullandığı iddiası incelenmiştir. Söz konusu soruşturmada, ilgili verilerin satıcılara sağlanmamasının satıcıların rakip platformlar ile çalışma kararları bakımından belirleyici olduğu, rakip platformlar ile çalışan sahafların satış adetleri ve listelenen kitap adetleri karşılaştırıldığında rakip platformlar üzerinden satışların çok sınırlı kaldığı, bunun nedenlerinden birinin ise satıcıların sahip oldukları envanterin ancak kısıtlı bir kısmını rakip platformlar üzerinden sergilemeleri olduğu tespitleri yapılarak Nadirkitap'ın eylemlerinin satıcıların rakip platformlara geçiş maliyetlerini arttırdığı, bu durumun rakiplerin satıcılara erişimini ve böylelikle de faaliyetlerini zorlaştırdığı, ayrıca pazara girmek isteyen teşebbüsler bakımından da giriş engeli oluşturduğu tespit edilmiştir. Dolayısıyla Nadirkitap'ın veriye erişimi ve veri taşınabilirliğini zorlaştırmak suretiyle gerçekleştirdiği eylemlerin, 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesini ihlal ettiği sonucuna ulaşılarak teşebbüse para cezası verilmiştir. Ayrıca, ihlalin sonlandırılmasını ve pazardaki etkin rekabetin tesis edilmesini teminen Nadirkitap'ın, satıcı üyelerinden bu yönde bir talep gelmesi halinde, ilgili satıcı üyelere kitap envanter verilerini doğru, anlaşılabilir, güvenli, eksiksiz bir şekilde, ücretsiz ve uygun formatta sağlamasına karar verilmiştir.

I.5.2.1.1.2. Rekabet Hukuku Öğretisinde Veri Taşıma

- (147) Hâkim durumdaki teşebbüslerin kötüye kullanma davranışı farklı biçimlerde gerçekleşebilmektedir. Hâkim durumdaki bir teşebbüsün veri taşınabilirliğini sağlamayı/kolaylaştırmayı reddetmesi bir tür dışlayıcı kötüye kullanma teşkil edebilecektir⁴⁶.
- (148) Veri taşınabilirliğine getirilen kısıtlamaların rekabet hukuku kapsamında ele alınmasına dayanak teşkil eden çeşitli zarar teorileri bulunmaktadır. İlk olarak belirtilmelidir ki veri taşınabilirliğinin kısıtlanması, veri sahibi için geçiş ya da değiştirme maliyeti oluşturabilmektedir. Geçiş maliyetleri nedeniyle veri sahipleri, daha iyi ve ucuz bir alternatif olmasına rağmen, verisini başka platforma tekrar sağlamayı külfetli buldukları takdirde ilk giriş yaptıkları platformda kalmayı tercih edebilmekte, bu sayede yerleşik sağlayıcılar, kullanıcıları kendi hizmetlerine bağlayabilmektedir. Rakip bir platform

⁴⁵ 07.04.2022 tarihli ve 22-16/273-122 sayılı Kurul kararı.

⁴⁶ GRAEF I., VERSCHAKELLEN J., VALCKE P. (2014), "Putting The Right To Data Portability Into a Competition Law Perspective", s.7.

daha iyi bir hizmet sunabilmesine karşın kullanıcıların belirli bir platformda kalmasına neden olacak biçimde değiştirme maliyetleri olduğunda kilitleme etkisi ortaya çıkabilmektedir. Ayrıca rakip platformlar daha iyi bir hizmet sunmasa dahi çoğu zaman kullanıcılar belirli bir hizmet için aynı anda birden fazla platformu kullanmak (çoklu erişim sağlamak) isteyebilmektedir⁴⁷. Dolayısıyla, veri taşınabilirliğinin sınırlandırılması kullanıcıların aynı hizmet için birden farklı platformdan faydalanmasını zorlaştırarak pazardaki rekabet ve yeniliği azaltabilmektedir⁴⁸.

- (149) İkinci olarak, söz konusu kısıtlamalar rakipleri kendi platformlarının kullanımını teşvik etmek için ek kaynaklar kullanmaya zorlayacağından rakiplerin maliyetlerini de artırabilmektedir. Bu çerçevede, hâkim durumdaki bir teşebbüsün veri taşınabilirliğini kısıtlaması, yapay geçiş maliyetleri yaratmak suretiyle rakipler için giriş engellerine neden olabilmekte, eş deyişle söz konusu davranış, dışlayıcı nitelikte bir kötüye kullanma teşkil edebilmektedir⁴⁹. Bu durum, rekabet ve tüketici refahı üzerinde doğrudan veya dolaylı olumsuz etkiler yaratabilmektedir. Veri taşınabilirliğinin mümkün olmaması rakipler için giriş engellerine yol açarak pazardaki teknik/ekonomik gelişmelerin tüketiciler aleyhine sınırlandırılmasına sebep olabilecektir.
- (150) Ayrıca veri taşınabilirliğinin mümkün olması fiyatların daha rekabetçi seviyede oluşmasına imkân sağlayabilecektir⁵⁰. Veri taşınabilirliğinin mümkün olduğu durumda bir platform tarafından sunulan hizmetten memnun olmayan kullanıcıların diğer hizmetlere kolaylıkla geçiş yapabilmesi aşırı fiyatlandırma uygulamasını sınırlayabilecektir.
- (151) Bu kapsamda hâkim durumdaki bir teşebbüsün kullanıcıların hizmetler arası geçiş yapması amacıyla verilerini edinmelerini ve taşımalarını engellemesi halinde, rekabet otoritelerinin rekabet hukuku temelinde harekete geçmesi mümkündür. Nitekim önceki kısımda aktarılan kararlar da bu durumun uygulamadaki yansımalarını temsil etmektedir.
- (152) Veri tikanıklıkları ve darboğazlar rekabeti ve yeniliği engellediğinde, rekabet hukuku yaptırımları çerçevesinde çözüm olarak “piyasa katılımcılarının verilere erişim yöntemlerini değiştirmeye yönelik” yükümlülükler biçimini alabilmektedir. Veri taşınabilirliği hakkı kullanıcıların verilerinin üçüncü bir tarafa aktarılmasına ve işlenmesine rıza göstermesi bakımından kullanıcı merkezlidir ve rekabetin tesis edilmesine yardımcı olmaktadır. Bununla birlikte aynı zamanda bireylerin veri taşınabilirliği hakkını kullanma istekliliğine bağlı olduğundan, rekabet hukuku yaptırımı olarak uygulanabilecek rakiplerle doğrudan veri paylaşma yükümlülüğünden daha az etkili olabileceği anlamına gelmektedir⁵¹.
- (153) Bununla birlikte rakiplerin verilere doğrudan erişmesi şeklindeki bir rekabet hukuku yükümlülüğünün bireylerin verileri konusunda kendi kaderini tayin etme hakkını en azından bir dereceye kadar koruyacak bir biçimde çerçevesi mümkündür. Nitekim *GDF Suez* kararında ADLC'nin talebi üzerine Fransız Veri Koruma Otoritesi ile birlikte veri koruma mevzuatının sunduğu çerçevede müşterilerin verilerinin kaderini tayin hakkının korunması sağlanmıştır. İlgili karar kapsamında GDF Suez

⁴⁷ BARBARA E. (2016), “Data Portability Among Online Platforms”, s.5.

⁴⁸ 07.04.2022 tarihli ve 22-16/273-122 sayılı Kurul kararı, para. 207.

⁴⁹ 07.04.2022 tarihli ve 22-16/273-122 sayılı Kurul kararı, para. 207.

⁵⁰ SOUTO G. A. (2018), “Data Portability: a Necessary Right for Users and Competitors of Digital Platforms”, s.4

⁵¹ VEZZOSO S. (2020), “Competition Policy in Transition: Exploring Data Portability's Roles”, s.15

müşterilerinin kendilerine ait verilerin rakiplere aktarılmasından vazgeçmelerine imkân tanımıştır.

I.5.2.1.1.3. Kişisel Verilerin Korunması Hukukunda Veri Taşıma

- (154) “Veri taşınabilirliği hakkı” kavramı temelde veri sahiplerinin verileri üzerindeki kontrolünü güçlendirmek, veriye dayalı hizmetler arasında geçişini kolaylaştırmak amacıyla ilk kez AB’de Genel Veri Koruma Tüzüğü (General Data Protection Regulation-GDPR) ile tanınan bir hak olarak gündeme gelmiştir. Ancak veri taşınabilirliğinin bir rekabet hukuku konusu olarak da görülebilmesi, yasa koyucuların veri koruma alanında düzenleme yapmaktan kaçınması için bir neden olmak zorunda olmadığı gibi, GDPR kapsamında yeni bir araç olarak veri taşınabilirliği hakkının varlığını kabul etmek, veri taşınabilirliğini sağlamak/kolaylaştırmak için ardıl rekabet hukuku müdahalesi ihtimalini de ortadan kaldırmamaktadır⁵². Kapsamından bağımsız olarak bir düzenlemenin mevcudiyeti ilke olarak aynı sektörde rekabet hukuku kurallarının aynı anda uygulanmasını engellemektedir⁵³.
- (155) Komisyon’un GDPR’ye ilişkin Etki Değerlendirmesi Raporu’nda esas olarak sosyal ağları hedeflemeyi amaçladığı görülmekle birlikte⁵⁴, GDPR’nin kapsamı sosyal ağlarla sınırlı değildir ve kişisel verileri işleyen tüm teşebbüs ve kuruluşlar için geçerlidir⁵⁵. Fakat çevrim içi platformlara yönelik düzenleme girişimlerinin çoğu ağ etkileri, değiştirme maliyetleri gibi pazar özelliklerini gözden kaçırmaktadır. Özellikle GDPR bu özellikleri kısmen hesaba katmamaktadır⁵⁶. Nitekim GDPR’nin temel politika hedefi rekabeti teşvik etmek değil, kullanıcıların kişisel verilerinin kontrolüne sahip olduğu çevrim içi ortamda güven inşa etmektir⁵⁷. Bununla birlikte GDPR ile getirilen veri taşınabilirliği hakkının rekabet yanlısı etkilere sahip olması mümkündür. Bunlardan en önemlisi, veri taşınabilirliği hakkının kullanıcıların hizmetler arasında kolayca geçiş yapmasını sağlayarak kilitlenme etkilerini zayıflatması ve değiştirme maliyetlerini azaltmasıdır.
- (156) GDPR’de tanımlanan veri taşınabilirliği hakkı geniş anlamda kullanıcıların kişisel verilerini farklı çevrim içi platformlara aktarma olanağıdır. GDPR’de kişisel veri “kimliği belirli veya belirlenebilir gerçek kişilere ilişkin her türlü bilgi” olarak tanımlanmaktadır. Ancak bu noktada kullanıcıların GDPR aracılığıyla sahip olduğu veri taşınabilirliği hakkı ile sağlayıcıların pazardaki konumuna odaklanan ve vaka bazında uygulanan rekabet hukuku yaptırımı arasında ayırım yapmak önemlidir⁵⁸.
- (157) İlk olarak GDPR yatay kapsamlı bir düzenleme iken⁵⁹ rekabet hukuku yaptırımı daha esnek ve yalnızca belirli durumlarda, belirli teşebbüslere karşı uygulanabilmektedir. Bu kapsamda hâkim durumdaki bir teşebbüsün veri taşınabilirliğini zorlaştırmasının/reddetmesinin rekabet hukuku kapsamında hâkim durumun kötüye

⁵² GRAEF I., VERSCHAKELLEN J., VALCKE P. (2014), “Putting The Right To Data Portability Into a Competition Law Perspective”, s.6.

⁵³ GRAEF I. (2015), “Mandating Portability and Interoperability in Online Social Networks: Regulatory and Competition Law Issues in the European Union”, s. 4.

⁵⁴ GRAEF I., VERSCHAKELLEN J., VALCKE P. (2014), “Putting The Right To Data Portability Into a Competition Law Perspective”, s.9.

⁵⁵ BORGHI M. (2019), “Data Portability and Regulation of Digital Markets”, s.3.

⁵⁶ BARBARA E. (2016), “Data Portability Among Online Platforms”, s.1.

⁵⁷ GRAEF I., VERSCHAKELLEN J., VALCKE P. (2014), “Putting The Right To Data Portability Into a Competition Law Perspective”, s.2.

⁵⁸ BARBARA E. (2016), “Data Portability Among Online Platforms”, s.3-4.

⁵⁹ GDPR kapsamında veri kontrolörlerine getirilen yükümlülükler tekel konumundaki bir teşebbüs için geçerli olacağı gibi henüz yeni kurulan bir *start-up* için de geçerli olacaktır.

kullanılması olarak değerlendirilmesi halinde ilgili teşebbüse veri taşınabilirliğini sağlama/kolaylaştırma yükümlülüğü getirilmesi mümkündür⁶⁰. Nitekim Avrupa Veri Koruma Denetçisinin 2014 tarihli ön görüşü de, veri taşınabilirliğinin sağlanmasının hâkim durumun kötüye kullanılması davalarında etkili bir çözüm olabileceğine dair öneri içermektedir⁶¹.

- (158) İkincisi, GDPR ile tanımlanan veri taşınabilirliği hakkı yalnızca kişisel verilerin aktarımı için geçerlidir. Kişisel veri niteliği taşımayan veriler GDPR'nin kapsamı dışında kalırken, kimliği belirli veya belirlenebilir bir gerçek kişiyle ilgili olup olmadığına bakılmaksızın her türlü verinin, veri taşınabilirliği eksikliği kapsamında rekabet hukuku yaptırımına konu olması mümkündür. Kişisel veri niteliği taşımayan bir veri seti, veri koruma düzenlemelerinin konusuna girmezken, pazardaki rekabet için önemli olduğu durumda rekabet hukuku kurallarının incelemesine tabi olabilecektir. Dolayısıyla rekabet hukukunun bu konudaki uygulama alanı GDPR'ye göre çok daha geniştir. Bununla birlikte bahsedildiği üzere, rekabet hukuku temelinde yaptırım veri taşınabilirliği üzerindeki kısıtlamaların hâkim durumun kötüye kullanılması olarak nitelendirilmesi halinde gerçekleştirilebilir. Öte yandan, GDPR kapsamında veri öznelerinin kişisel verilerini hizmetler arasında aktarabilmesi için herhangi bir hâkim durum veya kötüye kullanma davranışının tespit edilmesi gerekmemektedir.
- (159) GDPR kişisel veri sahiplerine veri kontrolörleri karşısında veri taşınabilirliği hakkı sağlamaktadır. Bireysel veri öznelerini koruyan GDPR'nin aksine rekabet hukuku tüketicilere, rakiplere ve bir bütün olarak ekonomiye fayda sağlamak amacıyla rekabetçi süreci koruyarak tüketici refahını daha geniş bir kapsamda korumakla ilgilenmektedir. Bu sebeple farklı platform türleri ve buna bağlı olarak paydaşlar arasındaki farklı ilişkiler zemininde rekabet hukuku yaptırım kapsamındaki veri taşınabilirliğinin GDPR'de önerildiği gibi "ya hep ya hiç" biçiminde olmaması gerekmektedir. Bu kapsamda rekabet hukuku politikası kapsamındaki zorluk rekabeti artıran veri taşınabilirliği türlerini teşvik etmek/sağlamak için gerekli olan dengeyi sağlamaktır⁶².

1.5.2.1.1.4. Diğer Yasal Düzenlemelerde Veri Taşıma

- (160) Son yıllarda, hem uluslararası düzeyde hem de ulusal rekabet otoriteleri nezdinde, veri taşınabilirliğinin ve veriye erişimin ya da veri taşımanın kısıtlanmasının rekabet hukuku özelinde meydana getirdiği endişeleri incelemek ve gidermek noktasında rekabet hukuku araçlarının yeterli olup olmadığını veya bunların başka regülasyon araçlarıyla desteklenmesinin gerekip gerekmediğini ele alan çok sayıda çalışma gerçekleştirilmiş, bu alanda düzenlemeler yapılmıştır.
- (161) Bu kapsamda yayımlanan çalışmalardan biri olan Furman Raporu'nda; verinin dijital ekonominin merkezinde yer aldığı vurgulanmış, veri hareketliliğinin (*data mobility*) sağlanması gerektiği, böylece tüketicilerin platformlar arası kolayca geçiş yapabileceği ve yenilikçi hizmetleri deneyebileceği, aynı zamanda işletmelere yenilik yapmaları için önemli bir fırsat tanınacağı ifade edilmiştir. Bu veri hareketliliğinin, gönüllü olarak sağlanan, gözlemlenen veya çıkarılan herhangi bir veri türünü içerebileceği, ancak özellikle gözlemlenen veya çıkarılan verilerin elde edilmesinde olduğu gibi

⁶⁰ BARBARA E. (2016), "Data Portability Among Online Platforms", s.4.

⁶¹ VEZZOSO S. (2020), "Competition Policy in Transition: Exploring Data Portability's Roles", s.14

⁶² BARBARA E. (2016), "Data Portability Among Online Platforms", s.5.

teşebbüsün veri elde etmek için yatırım yaptığı durumlarda bunun dikkatli bir şekilde değerlendirilmesi gerektiği belirtilmiştir.

- (162) Furman Raporu'nu tamamlayıcı nitelikte olan ve CMA tarafından dijital piyasalar özelinde rekabet hukuku ve regülasyon perspektifi ile hazırlanan tavsiye niteliğindeki raporda dile getirilen endişelerden biri de teşebbüslerin veriye eşit erişim imkânlarının olmamasıdır. Bu çerçevede, verinin dijital hizmet geliştirmek ve sağlamak için oldukça değerli olduğu, güçlü dijital firmaların kullanabileceği veri ölçeğinin onlara rekabet avantajı sağladığı, ancak, daha küçük teşebbüsler bakımından potansiyel giriş ve genişleme için bir engel oluşturduğu vurgulanmıştır. Raporda bu pazarlardaki yerleşik firmaların pazar gücü ve etkisi göz önüne alındığında, güçlü konumlarını kötüye kullanmalarının önlenmesi ve etkin rekabetin ve yenilikçiliğin teşvik edilmesi için öncül bir düzenleyici rejime ihtiyaç olduğu vurgulanmaktadır. Bu kapsamda raporda “stratejik pazar statüsüne” sahip bir teşebbüsün belirli davranış kodlarına uyması gerektiği ve söz konusu teşebbüse rekabetçi müdahalelerde bulunabileceği öngörülmüştür. Raporda önerilen müdahalelerden biri de veriyle ilgili olup veriler üzerinde daha fazla tüketici kontrolünü destekleyen, üçüncü tarafların verilere erişimini sağlayan ve veri ayrışımını zorunlu kılan tedbirler öngörülmüştür. Bu müdahaleler, dijital pazarlarda daha uzun vadeli dinamik değişiklikleri teşvik etmeyi ve daha fazla rekabet ve yenilik için fırsatlar yaratmayı amaçlamaktadır.
- (163) Son dönemlerde yürütülen incelemeler ve çalışmalarda, rekabet hukuku araçlarının dijital piyasalardaki aksaklıklara müdahale etmek bakımından yetersiz kaldığı ve bahsi geçen alana öncül müdahalede bulunulması gerektiği yönünde belgelerin ortaya çıkmasıyla, Avrupa Birliğinde dijital piyasalara ilişkin düzenlemeler getiren “Dijital Piyasalar Yasası” kabul edilmiştir. Yasada “geçit bekçisi” olarak nitelendirilen, bir başka ifadeyle belirli bir pazar gücüne erişen teşebbüsler için bazı uygulamalardan kaçınma veya belirli davranışlarda bulunma yönünde yükümlülükler getirilmiştir. Bu kapsamda getirilen yükümlülüklerden biri ise talepleri halinde, son kullanıcı veya son kullanıcıların yetkilendirdikleri üçüncü kişilerin, son kullanıcılar tarafından sağlanan veya bu kullanıcıların ilgili platform üzerindeki faaliyetleri kapsamında üretilen, toplulaştırılmış ve toplulaştırılmamış verileri ücretsiz ve etkin bir şekilde taşımalarına imkân tanınması, veri taşınabilirliğini kolaylaştıracak araçların ücretsiz sağlanması şeklindedir.⁶³ Anılan yükümlülüğe uyulmaması halinde Komisyon, ihlal kararı alabilecek ve yaptırım uygulayabilecektir. Söz konusu hüküm ile platformlar arası geçişin ve çoklu erişimin kolaylaştırılması, böylece rakiplerin potansiyel kullanıcı tabanını artırarak, pazara yenilikçi çözümler getirmelerine olanak tanınması hedeflenmiştir. Diğerlerinin yanında veri taşınabilirliği ile ilgili önlemlere, geçit bekçisi konumundaki teşebbüslerin haksız uygulamalarının çözülmesi bakımından özellikle önem verilmekte ve bu tür önlemlerin, ticari kullanıcıların geçit bekçilerinin temel platform hizmetleriyle ilgili olarak daha adil iş koşullarından yararlanmasına ve böylece eşit bir oyun alanına kavuşmasına olanak tanıyacağı vurgulanmaktadır.
- (164) Bu gelişmelerin yanı sıra, üye devletler özelinde de gelişmeler olmuştur. Dijital pazarlarda yer alan güçlü platformları hedef alan bir diğer düzenleme girişimi Almanya'ya aittir. Almanya'da, Rekabet Yasası'nda (*German Competition Act-Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen-GWB*) önemli değişiklikler öngören bir yasa değişikliği onaylanmıştır. Söz konusu yasa değişikliğinde; üçüncü bir pazar gücü kategorisi olarak nitelendirilen “pazarlar arası rekabet için olağanüstü önemli teşebbüsler”in birtakım eylemlerinin yasaklanabileceği öngörülmektedir. İlgili yasa

⁶³ Md. 6.9.

değişikliğinde sayılan eylemlerden biri de veri taşınabilirliğinin engellenmesi olmuştur.⁶⁴ Ek olarak, anılan düzenlemede göze çarpan bir diğer husus, hâkim durumun kötüye kullanılması hallerinden biri olan mal vermenin reddi yasağı kapsamına, veriye erişimin eklenmesinin öngörülmesidir.

- (165) ABD’de de, son yıllarda, dijital pazarlardaki endişelere karşı daha sıkı bir rekabet rejiminin uygulanması gerektiği sonucuna ulaşan çalışmaların artarak ortaya çıktığı görülmektedir. Bunlardan Şikago Üniversitesi İşletme Okulu George Stigler Ekonomi ve Devlet Araştırma Merkezi’nin yayımladığı raporda; dijital piyasalarda rekabetin sağlanması için reforma ihtiyaç duyulan belirli alanlar detaylandırılarak öncelikle, Kongre’nin bir uzman düzenleyici olarak “Dijital Otorite” oluşturması önerilmektedir. Ayrıca raporda en az müdahaleci olandan, en müdahaleci olana kadar kullanılacak bir düzenleme menüsü belirlenmiş olup Kongre’nin bir uzman düzenleyici olarak oluşturulmasını önerdiği Dijital Otorite’ye genel itibarıyla; sektörün performansını değerlendirebilmek için dijital işlemler ve etkileşimler hakkında veri toplama, piyasaları daha rekabetçi hale getirecek "hafif dokunuş" olarak nitelendirilebilecek kurallar oluşturma, açık standart oluşturma, veri taşınabilirliği ve birlikte işlerliğin sağlanması ve birleşme işlemleri için FTC ve Adalet Bakanlığı (*Department of Justice - DOJ*) tarafından yapılan incelemelerle eş zamanlı olarak bir inceleme gerçekleştirme gibi yetkiler verilebileceği önerilmiştir.
- (166) ABD’de yayımlanan bir diğer rapor olan Temsilciler Meclisi Yargı Antitröst Alt Komitesi raporunda da veri taşınabilirliği, hâkim durumdaki platformdan ayrılmanın getirdiği yüksek maliyetler için bir çözüm olarak önerilmekte, rapordaki rekabet karşıtı endişeleri gidermek adına, giriş engellerini ve geçiş maliyetlerini azaltmak için birlikte çalışabilirlik ve veri taşınabilirliğinin de dikkate alınması tavsiye edilmektedir. Söz konusu reformların, rekabetçi girişi teşvik ederek güçlü rekabet uygulamalarını tamamlayacağı ifade edilmektedir.
- (167) Ayrıca ABD’de daha yakın tarihli bir gelişme olarak, rekabeti teşvik etmek, giriş engellerini azaltmak ve çevrim içi tüketiciler ve işletmeler için geçiş maliyetlerini azaltmak amacıyla ACCESS Yasası (*Augmenting Compatibility and Competition by Enabling Service Switching Act*) tasarısı yayımlanmıştır. Bu tasarı uyarınca, DOJ veya FTC tarafından, kullanıcı sayısına ve yıllık satış veya piyasa değerine göre belirlenen eşikleri karşılayan platformlar "kapsam içindeki platformlar (*covered platform*)" olarak kabul edilmekte ve arayüzlerini rakip işletmelerle birlikte çalışabilir kılmaları ve kullanıcı verilerinin taşınabilir olmasını sağlayan bir yöntem geliştirmeleri beklenmektedir. Buna göre ilgili platformlar, verilerin bir kullanıcıya veya kullanıcının onayıyla bir ticari kullanıcıya güvenli bir şekilde, yapılandırılmış, yaygın olarak kullanılan ve makine tarafından okunabilen formatta aktarılmasını sağlamak için bir dizi şeffaf ve üçüncü tarafça erişilebilir arayüzler bulunduracaktır.
- (168) Veri taşınabilirliğinin pazarda rekabetin sağlanması açısından önemi, çeşitli OECD raporlarında da vurgulanmıştır. Veri taşınabilirliğinin, kullanıcıların yeni bir platform kullanırken, platform değiştirirken veya birden çok platformu aynı anda kullanırken karşılaştıkları geçiş maliyetlerini azaltabileceği, böylece pazara yeni girişi kolaylaştırarak pazarlardaki rekabeti artırabileceği ifade edilmiştir. Bu nedenle, bireysel düzeydeki verilerin, teşebbüslere önemli bir rekabet avantajı sağladığı ve söz konusu verilerin, önemli maliyetler veya yatırımlar olmaksızın yerleşik teşebbüsler tarafından

⁶⁴ Section 19a (2)5.

tutulduğu durumlarda ilgili pazarlarda taşınabilirlik önlemlerine odaklanması gerekebileceği belirtilmiştir.

- (169) Görüldüğü üzere, verinin dijital pazarlar bakımından önemi giderek artmakta ve buna bağlı olarak da veri taşınabilirliğinin engellenmesi, rekabet sorunlarından biri haline gelmektedir. Bu kapsamda pek çok ülke otoritesi tarafından pazardaki rekabetin sağlıklı bir şekilde tesis edilebilmesi bakımından rekabet hukukunun yanında dijital pazarlara yönelik hususi öncül düzenlemelerle de veri taşınabilirliğinin sağlanması önerilmektedir.
- (170) SAHİBİNDEN'in birinci yazılı savunmasında yer verilen bir iddia, Komisyon tarafından yayımlanan *Competition Policy for the Digital Era* raporu⁶⁵ altında vurgulanan, rakiplerin hâkim durumdaki teşebbüsün verilerine erişim talep etmesi durumunda bu erişimin rakip faaliyetlerinin devamı için gerçekten bir zorunluluk olup olmadığının detaylı olarak incelenmesine yöneliktir. İlgili raporda, bu kapsamda yapılacak inceleme neticesinde veri erişiminin rekabet edebilmek için zorunlu olmadığı kanaatine varılması durumunda, bahse konu veri erişimine kamu otoritelerince müdahaleden kaçınılması gerektiğine yer verildiği aktarılmıştır.
- (171) Söz konusu raporda referans verilen değerlendirmenin hâkim durumdaki teşebbüsün sahip olduğu veriye erişime ilişkin olduğu vurgulanmalıdır. Bir teşebbüsün faaliyetinin esasını verinin oluşturduğu hallerde, vazgeçilmez olduğu gerekçesiyle rakiplerce talep edilmesi dikkatle incelenmesi gerekli bir konudur. Ancak mevcut dosyanın konusunu kullanıcılar tarafından platforma yüklenen verinin yine kullanıcıların inisiyatifiyle alternatif kanallara aktarılmasının engellenmesi oluşturmaktadır. Bu uygulamanın ardındaki zarar teorisini yukarıda da aktarıldığı gibi, kullanıcının alternatif platformlardan yararlanmasının zorlaştırılmasına, bunun çoklu erişimi sınırlandırmasına, bu yolla üyelerin yalnız SAHİBİNDEN ile çalışmasına ve rakiplerin kurumsal üyelere erişiminin kısıtlanmasına, rakiplerin kendi platformlarını teşvik amacıyla ek maliyetlere katlanmasına, dolayısıyla rakiplerin faaliyetini zorlaştırmasına yol açması oluşturmaktadır. Bu çerçevede, referans verilen raporda da çoklu erişimin kısıtlanması işlenmiştir. Raporda platformların çoklu erişimi nadiren doğrudan yasakladığı, kimi zaman bunu teknik araçlarla zorlaştırdığı ifade edilmektedir⁶⁶. Keza, önceki kısımda aktarılan dava örneklerinden ABD ve AB'deki Google Adwords davaları, Brezilya'da Bradesco davası, Türkiye'de Bilsa ve Nadirkitap davalarında veriye erişimin/veri taşımanın engellenmesiyle rakiplerin faaliyetlerinin zorlaştırıldığı zarar teorisi araştırılmıştır.
- (172) SAHİBİNDEN'in bir diğer savunması gerek GDPR gerekse DMA'da verilerin taşınmasına imkân tanınmak istenmesinin ardında bu veriler taşınmaksızın kullanıcıların başka hizmet sağlayıcısına geçememelerinin yatmakta olduğu, OECD⁶⁷ tarafından da veri taşınabilirliği önlemlerinin rekabeti teşvik etmeyi, kullanıcı değişirme maliyetlerini düşürmeyi ve yeni hizmetlerin denenmesiyle ilgili anlaşmazlıkları azaltmayı amaçladığı, bunun da pazara yeni girenlerin kullanıcıları çekmesini kolaylaştıracağı ve veri erişimiyle ilişkili giriş engellerini potansiyel olarak hafifleterek (bireysel düzeyde verilerin değerli olduğu pazarlarda) rekabeti teşvik edebileceğinin belirtildiği ifade edilmiştir.

⁶⁵ CREMER, J., Y. A. MONTJOYE, H. SCHWEITZER (2019), "Competition Policy for the Digital Era", s.9.

⁶⁶ s. 57-58.

⁶⁷ OECD 2021 "Data Portability, Interoperability and Digital Platform Competition" (9 June 2021), s. 8.

(173) Teşebbüsün bu açıklamalarının esasında dosya kapsamındaki değerlendirmeleri destekleyici nitelikte olduğu değerlendirilmektedir. Ancak mevcut dosyanın kapsamının 4054 sayılı Kanun ile sınırlı olduğunun tekrarında fayda görülmektedir. Yine de GDPR ve DMA ile getirilen düzenlemelerin rekabet hukuku uygulamasını desteklediği değerlendirilmektedir. Söz konusu düzenlemelerde kullanıcıların bir platformda kilitlemesi sorunu karşısında veri taşınması şeklinde bir öncül yükümlülük getirilmesinin çözüm olarak görülmesi anlaşılabilir. Ancak bu hususun rekabet hukuku kapsamında veri taşınmasının engellenmesine müdahalenin yalnızca kullanıcı kilitlemesine yol açtığı hallerle sınırlandırıldığı yorumunun rekabet hukukunun olay özelinde etki değerlendirmesine dayalı uygulama esasının göz ardı edilmesi anlamına geleceği değerlendirilmektedir. Ancak teşebbüsün de vurguladığı gibi, veri taşınabilirliği önlemlerinin rekabeti teşvik etmeyi, kullanıcı değiştirme maliyetlerini düşürmeyi amaçladığı, bunun pazara yeni girenlerin kullanıcıları çekmesini kolaylaştıracağı ve veri erişimiyle ilişkili giriş engellerini potansiyel olarak hafifleteceği değerlendirilmektedir. Mevcut dosya özelinde kullanıcıların SAHİBİNDEN platformunda kilitleyip kilitlemediği hususu ise aşağıda pazarda birden fazla platform kullanım oranları kapsamında incelenmiştir.

I.5.2.1.2. SAHİBİNDEN ile Üyeleri Arasında İmzalanan Sözleşmeler

(174) SAHİBİNDEN platformu bireysel ve kurumsal üyeler olmak üzere iki grup ilan verene hizmet sunmaktadır. Her iki ilan veren grup da SAHİBİNDEN platformunda ilan verebilmek için SAHİBİNDEN üyelik sözleşmesini onaylamak durumundadır. Söz konusu sözleşmeler temel olarak tarafların hak ve yükümlülüklerini düzenlemektedir. Yürütülen soruşturma kapsamında SAHİBİNDEN'in 2012 yılından itibaren kurumsal üyelerini oluşturan emlakçı ve galericilerle imzaladığı üyelik sözleşmesi⁶⁸ örnekleri incelenmiştir. Aşağıda öncelikle SAHİBİNDEN "Kurumsal Üyelik Sözleşmesi"nde veri taşınabilirliğine ilişkin hükümlerde yer alan ifadelerin sözleşme kapsamında ifade ettiği anlamlar kısaca açıklanmakta ardından sözleşmedeki ilgili hükümler değerlendirilmektedir.

(175) SAHİBİNDEN Kurumsal Üyelik Sözleşmesi'nin "Tanımlar" başlıklı bölümünde;

- "Portal" www.sahibinden.com adlı alan adından ve bu alan adına bağlı alan adlarından oluşan SAHİBİNDEN'in hizmetlerini sunduğu internet sitesi,
- "Kullanıcı" Portal'a üye olan ve portal dâhilinde sunulan hizmetlerden faydalanan kullanıcı,
- "İçerik" Portal'da yayımlanan ve erişimi mümkün olan her türlü bilgi, yazı, dosya, resim, video, rakam vb. görsel yazımsal ve işitsel imgeler,

⁶⁸ SAHİBİNDEN 2016 tarihinden itibaren bireysel ve kurumsal üyeleri için ayrı üyelik sözleşmeleri akdetmeye başlamıştır. Bu sebeple 2012-2015 yılları arasındaki sözleşmeler hem bireysel hem de kurumsal kullanıcılar için geçerlidir. Bununla birlikte sözleşmelerin soruşturma kapsamında incelenen maddelerinde 2016 yılındaki değişiklik sonrasında görülen "üye" yerine "kurumsal üye" ifadesinin kullanılması gibi ifade değişiklikleri dışında kurumsal üyeler bakımından esas etkileyen bir farklılık bulunmamaktadır. Bu sebeple mevcut bölümde sözleşmeler yıl bazında ayrı ayrı ve kronolojik olarak incelenmemiştir. Başka bir deyişle bu bölümde incelenen sözleşme hükümlerine ilişkin değerlendirmeler 2012-2022 yılları arası dönemi için geçerlidir.

- “SAHİBİNDEN Veritabanı” Portal dâhilinde erişilen içeriklerin depolandığı, tasnif edildiği, sorgulanabildiği ve erişilebildiği SAHİBİNDEN'e ait olan 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu gereğince korunan veritabanı⁶⁹,
- “Kurumsal Üye” Portal'a üye olan ve portal dâhilinde sunulan hizmetlerden iş bu Üyelik Sözleşmesi'nde belirtilen koşullar dahilinde yararlanan, ticari faaliyet gösteren kullanıcı

olarak tanımlanmaktadır.

- (176) Kurumsal Üyelik Sözleşmesi'nin “Kurumsal Üye'nin Hak ve Yükümlülükleri” bölümünde yer alan 5.1.6. maddesinde⁷⁰

*“Kurumsal Üye hukuka uygun amaçlarla Portal üzerinde işlem yapabilir. Kurumsal Üye'nin, Portal dâhilinde yaptığı her işlem ve eylemdeki hukuki ve cezai sorumluluk kendisine aittir. **Kurumsal Üye, Sahibinden'in ve/veya başka bir üçüncü şahsın aynı veya şahsi haklarına, kişisel verilerine, malvarlığına tecavüz teşkil edecek nitelikteki** Portal dâhilinde bulunan resimleri, metinleri, görsel ve işitsel imgeleri, video klipleri, dosyaları, veritabanları, katalogları ve listeleri **çoğaltmayacağı, kopyalamayacağı, dağıtmayacağı, işlemeyeceğini, başka veritabanına aktarmayacağı veya bu nitelikte sonuçlar doğurabilecek şekilde Portal'a yüklemeyeceğini**; gerek bu eylemleri ile **gerekse de başka yollarla Sahibinden ile doğrudan ve/veya dolaylı olarak rekabete girmeyeceğini** kabul ve taahhüt etmektedir. Kurumsal Üye'nin işbu “Üyelik Sözleşmesi” hükümlerine ve hukuka aykırı olarak gerçekleştirdikleri “Portal” üzerindeki faaliyetler nedeniyle üçüncü kişilerin uğradıkları veya uğrayabilecekleri zararlardan dolayı Sahibinden doğrudan ve/veya dolaylı olarak hiçbir şekilde sorumlu tutulamaz.”*

hükmü yer almaktadır.

- (177) Söz konusu hükümden SAHİBİNDEN'in, kurumsal üyelerin Portal'da yer alan ancak SAHİBİNDEN veya üçüncü şahıslara ait olarak nitelendirilebilecek verileri farklı bir veritabanına veya kendisine ait olan bir mecraya aktarmasını yasaklamayı amaçladığı anlaşılmaktadır. Bu kapsamda ilgili hükmün SAHİBİNDEN'in “korsan” biçimde kendi platformuna entegrasyon sağlamak veya SAHİBİNDEN platformundaki verileri herhangi bir izne tabi olmaksızın kopyalamak saikiyle hareket edebilecek kişilerin eylemlerini kapsamına aldığı söylenebilecektir.

- (178) Bununla birlikte sözleşmede yer alan “SAHİBİNDEN'in malvarlığına tecavüz teşkil edecek nitelikteki eylemler” ifadesinin geniş yorumlanması halinde söz konusu hükmün kullanıcıların SAHİBİNDEN platformunda yayımladıkları kendilerine ait ilanlarına ilişkin verileri tarama, kazıma vb. yöntemlerle elde ederek kendisine ait internet sitesinde yayımlamasını engellemek ya da bu yönde eylemlere karşı yaptırım uygulamak amacıyla da kullanılabilirliği değerlendirilmektedir. Bu noktada söz konusu hükmün korsan entegrasyon dışında hangi uygulama/eylemleri kapsamına aldığına tespiti önem kazanmaktadır.

⁶⁹ “Veritabanı” ifadesi, FSEK çerçevesinde ihtiva ettiği hukuki/teknik anlamdan bağımsız olarak SAHİBİNDEN platformu üzerinden erişilen veri/veri setini ifade edecek şekilde, salt SAHİBİNDEN'in isimlendirmesiyle uyumluluk amacıyla kullanılmıştır.

⁷⁰ Sözleşme hükümlerinde yer alan vurgular sonradan eklenmiştir.

- (179) Yukarıda aktarılan tanımlardan görüldüğü gibi SAHİBİNDEN, portalda yayımlanan ve erişimi mümkün olan her türlü bilgi, yazı, dosya, resim, video, rakam vb. görsel yazımsal ve işitsel imgeleri “içerik” olarak isimlendirmekte, portal dâhilinde erişilen içeriklerin depolandığı, tasnif edildiği, sorgulanabildiği ve erişilebildiği ortamı ise veritabanı olarak tanımlamaktadır. Aşağıda aktarılan 5.1.7. maddede ise içeriklerin taşınmasını yasaklamakta, içeriği münhasıran SAHİBİNDEN'e ait bir meta olarak almakta, ilan verilerini ifade eden içerik üzerinde bu verileri SAHİBİNDEN platformuna giren kurumsal üyenin tasarrufunu ancak ilanın içeriğini öğrenme amacıyla sınırlamaktadır. Aktarılan tanımlar ve sözleşme maddeleri bir arada değerlendirildiğinde, ilgili maddenin yalnız korsan entegrasyonu engellemeyi hedef almadığı, üyenin kendi inisiyatifiyle tetiklenen veri taşıma eylemlerini de yasakladığı değerlendirilmektedir.
- (180) Maddenin daha çarpıcı kısmı ise üyeye yönelik getirilen “gerek bu eylemleri ile gerekse de başka yollarla Sahibinden ile doğrudan ve/veya dolaylı olarak rekabete girmeyeceği” yönündeki yükümlülüktür. Söz konusu yükümlülük ilgili maddeyi salt korsan entegrasyon ya da veri taşımayı kapsayan bir halden üyenin herhangi bir yolla SAHİBİNDEN ile rekabet etmesini engelleyen bir hale getirmektedir. Bu bakımdan madde lafzı itibarıyla süresiz bir rekabet etmeme yükümlülüğü içermektedir.
- (181) Dikey Anlaşmalara İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği'nin 3. maddesinde rekabet etmeme yükümlülüğü, alıcının anlaşma konusu mal veya hizmetlerle rekabet eden mal veya hizmetleri üretmesini, satın almasını, satmasını ya da yeniden satmasını engelleyen doğrudan ya da dolaylı yükümlülük olarak tanımlanmıştır. Bu açıdan hükmün hem kurumsal üyenin kendisinin SAHİBİNDEN ile rekabet etmesini, hem de rakip platformlarla çalışmasını engellediği değerlendirilebilecektir.
- (182) İlgili sözleşmenin 5.1.7. maddesinde
- “Sahibinden, Kurumsal Üye’lerin sadece ilanların içeriklerini öğrenme amacıyla ilanları görüntülemesine ve Sahibinden Arayüzü’nü kullanmasına izin vermekte olup, bunun dışında bir amaçla veri tabanı üzerinden belirli bir sayıda veya bütününe yönelik olarak ilanlara ulaşılmaya çalışılması, ilanların kısmen veya tamamen kopyalanması, bunların başka mecralarda doğrudan veya dolaylı olarak yayımlanması, derlenmesi, işlenmesi, başka veritabanlarına aktarılması, bu veritabanından üçüncü kişilerin erişimine ve kullanımına açılması, Sahibinden üzerindeki ilanlara link verilmesi de dahil olmak üzere benzer fiillerin işlenmesine Sahibinden tarafından izin verilmemekte ve rıza gösterilmemektedir. Bu tür fiiller hukuka aykırı olup Sahibinden’in gerekli talep, dava ve takip hakları saklıdır.”*
- hükmü yer almaktadır.
- (183) İlgili hüküm ile SAHİBİNDEN, portala kurumsal üyenin kendisi tarafından yüklenen veya üçüncü taraflarca yüklenen ilanlar arasında ayırım gözetmeksizin, kurumsal üyelerin salt bütün olarak değil, belirli bir sayıda da olsa, portalda yayımlanan ilanlara erişmesi, bu ilanları kopyalaması, bu ilanları farklı bir veritabanına veya rakip platformları da içerecek bir biçimde farklı bir mecraya aktarması, yayımlaması ya da üçüncü kişilerin kullanımına açmasını yasaklamaktadır.
- (184) Söz konusu hükmün SAHİBİNDEN’in kurumsal üyeleri olan emlakçı ve galericilerin ilanlarını diğer platformlarda yayımlamasını engellemeye yönelik doğrudan ve açık bir münhasırlık hükmü olmadığını belirtmekte fayda görülmektedir. Söz konusu hüküm kurumsal üyelerin ilanlarını SAHİBİNDEN’e yükledikten sonra ilanlara ilişkin verileri

tekil veya toplu olarak, herhangi bir yöntem ve dosya biçiminde/formatta temin ederek farklı bir mecraya aktarmasını yasaklamaktadır. Ancak, aşağıda kurumsal üyelerin davranışlarının incelendiği kısımda detayları görüleceği üzere, filli durumda 2021 yılı itibarıyla SAHİBİNDEN üyesi olan emlakçıların %(.)'i, galericilerin ise %(.)'i ilanlarını aynı zamanda farklı bir platformda yayımlamaktadır. İlgili sözleşme hükmünün fiiliyattaki yansımalarının birden fazla platformu eş anlı kullanım oranlarının bu denli düşük olmasına kaynaklık edebilecek potansiyele sahip olduğu değerlendirilmektedir.

- (185) Ek olarak, ilgili hüküm yalnızca kurumsal üyelerin kendisine ait olan ilan verilerini temin etmesini değil, aynı zamanda rakip platformlar gibi üçüncü taraflara verdikleri yetki üzerine, rakip platformların SAHİBİNDEN platformundaki ilgili ilanları kendi platformlarına aktarmasını engelleyecek niteliktedir. Nitekim SAHİBİNDEN de birinci yazılı savunmasında kurumsal üyelerinin kendilerine ait ilanlarını link aracılığıyla⁷¹ diğer ilan platformlara aktarmasının sözleşmenin 5.1.7. maddesine aykırılık teşkil edeceğini beyan etmektedir.
- (186) SAHİBİNDEN'in 2012-2022 yılları arasında kurumsal üyeleriyle akdettiği sözleşmelerin ana metninde yer alan hükümlerin yanı sıra sözleşmelerin ayrılmaz parçasını oluşturan eklerinde de, 2016 yılı itibarıyla değişikliğe gidilmiş olmakla birlikte, veri taşımalarının engellenmesini işaret eden hükümler bulunmaktadır. Bu kapsamda aşağıda söz konusu hükümlere ve kronolojik bir şekilde hükümlerde gerçekleşen değişikliklere yer verilmektedir.
- (187) 2012-2015 yılları arasında SAHİBİNDEN'in kurumsal üyeleriyle akdettiği üyelik sözleşmelerinin ekinde "Sahibinden.com Kullanıcı Sözleşmesi" yer almaktadır. Bu ekin "Sahibinden Portalı Kullanımına İlişkin Koşullar ve Yükümlülükler" başlıklı bölümünün;
- 4.3. maddesinde "*Kullanıcı*⁷², *Portal dahilinde bulunan her türlü resimleri, metinleri, görsel ve işitsel imgeleri, video klipleri, dosyaları, veritabanları, katalogları ve listeleri çoğaltmayacağı, kopyalamayacağı, dağıtmayacağı, işlemeyeceğini, gerek bu eylemleri ile gerekse de başka yollarla Sahibinden ile doğrudan ve/veya dolaylı olarak rekabete girmeyeceğini kabul ve taahhüt etmektedir.*"
 - 4.13. maddesinde "*Portal üzerinden erişilen ve/veya görüntülenen içeriği elde etmek amacıyla yoğun şekilde Sahibinden Veritabanı'ndan bilgi çekmek yasaktır. Bu yasağa uymayarak Sahibinden Veritabanı'ndan yoğun şekilde bilgi çeken kişiler T.C.K. Mad. 243 (1)'deki bilişim sistemine yetkisiz giriş yapmış olduğu varsayılarak Sahibinden tarafından haklarında cezai kovuşturma başlatılacaktır.*"
 - 4.14. maddesinde "*Portal üzerinden erişilen ve/veya görüntülenen içeriğin depolandığı veritabanına yalnızca ilgili içeriklerin görüntülenmesi amacıyla ve/veya Sahibinden'in yazılı olarak izin verdiği kullanım koşulları çerçevesinde üçüncü kişilerce erişilmesi hukuka uygundur. Bunun*

⁷¹ İleride detaylarına yer verileceği üzere, bazı rakip platformlar kendi kurumsal üyelerinin diğer platformlarda yayımladığı ilanlarına ait linkleri, rakip platforma kopyalayıp-yapıştırması yoluyla ilan aktarımı hizmeti vermektedir. Örneğin SAHİBİNDEN üzerinde ilan yayımlayan bir (.) kurumsal üyesi, ilanının SAHİBİNDEN'deki linkini (.)'ın ilan aktarımı robotuna kopyaladığında ilan otomatik olarak (.) üzerinde de yayımlanabilmektedir. Böylece, ilanların ikinci bir platformda yayımlanırken en baştan oluşturulması yerine, fotoğraflar haricindeki bilgilerin daha kolay şekilde aktarılması hususunda kullanıcıya kolaylık sağlanmaktadır.

⁷² İlgili sözleşme ekinde Kullanıcı "*Portal'a ve/veya Sahibinden Veritabanı'na çevrimiçi (online) ortamdan erişen her türlü gerçek ve tüzel kişi*" olarak tanımlanmıştır.

dışındaki yapılan erişimler hukuka aykırı olup; Sahibinden'in gerekli talep, dava ve takip hakları saklıdır."

- 4.15. maddesinde ***"Portal üzerinden yayımlanan ilanların, Sahibinden Arayüzü'nün Sahibinden'in yazılı rızası olmadan kopyalanması, çoğaltılması, iletilmesi, işlenmesi ve başka internet sitelerinde ve mecralarda görüntülenmesi yasaktır."***
- 4.18. maddesinde ***"Sahibinden Veritabanı ve bu veri tabanında yer alan bilgiler kısmen veya tamamen Sahibinden'in yazılı rızası olmadan kopyalanamaz, başka veritabanlarına aktarılmaz ve bu veritabanlarından üçüncü kişilerin erişimine ve kullanımına açılmaz."***

hükümleri yer almaktadır.

- (188) İlgili hükümler incelendiğinde 4.3. maddede yer alan ifadenin sözleşmenin ana metnindeki 5.1.6. maddesindeki ifadenin büyük ölçüde benzeştiği görülmektedir. Öte yandan sözleşmenin ana metnindeki 5.1.6. maddesi kurumsal müşterilerin "SAHİBİNDEN ve/veya üçüncü kişilerin haklarına ve malvarlığına tecavüz niteliği teşkil edecek bir biçimde SAHİBİNDEN veritabanından veri aktarımını yasaklarken 4.3. madde SAHİBİNDEN veritabanında yer alan kurumsal müşterinin kendisine ait veriler dâhil olmak üzere tüm verileri aktarmasını yasaklamaktadır. Sonuç olarak SAHİBİNDEN'in 5.1.6. madde ile bir an için yalnız korsan entegrasyonları/izinsiz üçüncü taraf erişimlerini engellediği varsayılsa bile, 4.3. maddesinde yer alan hükmün, korsan entegrasyonun ötesinde bir engelleme yaratabileceği değerlendirilmektedir. Bu bağlamda söz konusu hükmün SAHİBİNDEN kurumsal müşterilerinin SAHİBİNDEN veritabanı üzerinden kendisine ait ilan bilgilerine erişerek ilan bilgilerini kendilerine ait internet sitesine taşımalarını engellemesi mümkündür.
- (189) Sözleşmenin 4.13 maddesinde yer alan "yoğun şekilde" ifadesinin SAHİBİNDEN kurumsal üyelerinin kendilerine ait ilan verilerine ulaşmak üzere SAHİBİNDEN veritabanına tekil olarak gerçekleştireceği erişimleri hedef almadığı, bütün olarak veritabanını hedef alan korsan entegrasyon gibi kötü niyetli saldırıları önleme amaçlı kullanıldığı değerlendirilmektedir. Öte yandan 4.14, 4.15 ve 4.18 maddelerinde yer alan hükümlerin 5.1.7. maddedeki gibi SAHİBİNDEN kurumsal üyelerinin, SAHİBİNDEN yazılı izin vermedikçe, kendilerine ait ilan verilerine ulaşmasını, bunları kopyalamasını ve kendi internet sitesi ya da üçüncü taraf internet sitesi veya platformlara taşımalarını engeller niteliğe sahip olduğu değerlendirilmektedir.
- (190) SAHİBİNDEN'in 2016 yılından itibaren uygulamaya geçirdiği Kurumsal Üyelik Sözleşmesi'nde ise, "Sahibinden Portalı Kullanımına İlişkin Koşullar ve Yükümlülükler" bölümü Kurumsal Üyelik Sözleşmesi'nin "Kullanım Koşulları" ekinde yer almaktadır. Söz konusu bölümde yer alan hükümler 2016 yılından itibaren akdedilen sözleşmelerde kapsamlı bir biçimde değişikliğe uğramıştır. 2012-2015 yılları arasında akdedilen sözleşmelerde yer alan 4.13, 4.15 ve 4.18 maddeleri 2016 yılından itibaren sözleşmelerde yer almamaktadır. Bununla birlikte sözleşmelerin ilgili bölümüne;
- 4.10. maddesiyle ***"Sahibinden, "ilanların içeriklerini öğrenme amacıyla görüntülemeye ve Sahibinden Arayüzü'nü kullanmaya izin vermekte olup, bunun dışında bir amaçla veri tabanı üzerinden belirli bir sayıda veya bütününe yönelik olarak ilanlara ulaşmaya çalışılması, ilanların, müşteri bilgilerinin, tasarımlarının, kod ve yazılımlarının, veri tabanında yer alan bilgilerinin kısmen veya tamamen kopyalanması, bunların başka mecralarda doğrudan veya dolaylı olarak yayımlanması, derlenmesi, işlenmesi, değiştirilmesi, başka veritabanlarına aktarılması, bu veritabanından üçüncü kişilerin erişimine ve kullanımına açılması,***

Sahibinden üzerindeki ilanlara link verilmesi de dâhil olmak üzere benzer fiillerin işlenmesine Sahibinden tarafından izin verilmemekte ve rıza gösterilmemektedir. Bu tür fiiller hukuka aykırı olup; Sahibinden'in talep, dava ve takip hakları saklıdır.”

• 4.11. maddesiyle

1. “Portal’ın bütününün veya herhangi bir bölümünün bozma, değiştirme, tersine mühendislik yapma amacıyla kullanılması, tersine mühendislik (reverse engineering) metoduyla veya farklı herhangi bir metodla API protokollerinin kırılmaya çalışılması ve API anahtarı, API gizli anahtarı, istek başlıkları, istemci doğrulama algoritması gibi parametrelere izinsiz olarak ulaşılması veya bu parametrelerin izinsiz olarak üçüncü kişilerle paylaşılması, Portal’ın iletişim veya teknik sistemleri engelleyen, bozan ya da sistemlere müdahale eder bir şekilde Site’ye erişim sağlanmaya çalışılması,
2. **Site üzerinde otomatik program, robot, örümcek, web crawler, örümcek, veri madenciliği (data mining) veri taraması (data crawling) vb. "screen scraping" yazılımları veya sistemleri, otomatik aletler ya da manuel süreçler kullanılması,**
3. diğer kullanıcılarının verilerine veya yazılımlarına izinsiz olarak ulaşılması, çeşitli kriterlere göre yapılacak tespitler neticesinde bot çalıştırma, DDOS atakları ve sair her türlü sistemlerin bütününü veya bir kısmını bozmaya, değiştirmeye, mevcut performansını azaltmaya veya yok etmeye ve sair her türlü sisteme yönelik saldırıların ve sair hukuka aykırı kullanımların yapılması durumunda

bu tür kullanımlar Sahibinden’in takdirine bağlı olarak engellenecektir. Bu tür kullanımlar olmasa dahi Sahibinden, gerekli gördüğü hallerde ancak kullanıcının kullanıcı adı ve parolası ile üye girişi yapmasından sonra Portal’ın kullanımına izin verilebilir. Site’nin ve Portal’daki içeriğin Kullanım Koşulları ile belirlenen kullanım sınırları dışında kullanılması hukuka aykırı olup; Sahibinden’in her tür talep, dava ve takip hakları saklıdır. İşbu şartlara ve yasalara aykırı kullanımın tespiti halinde; Sahibinden, Kullanıcı’yı⁷³ yetkili makamlara bildirme hakkına sahiptir. Kullanıcı bu tür kullanımlar sonucu oluşan zarar ve taleplerden “bizzat sorumlu olduğunu kabul etmektedir.”⁷⁴

hükümleri eklenmiştir.

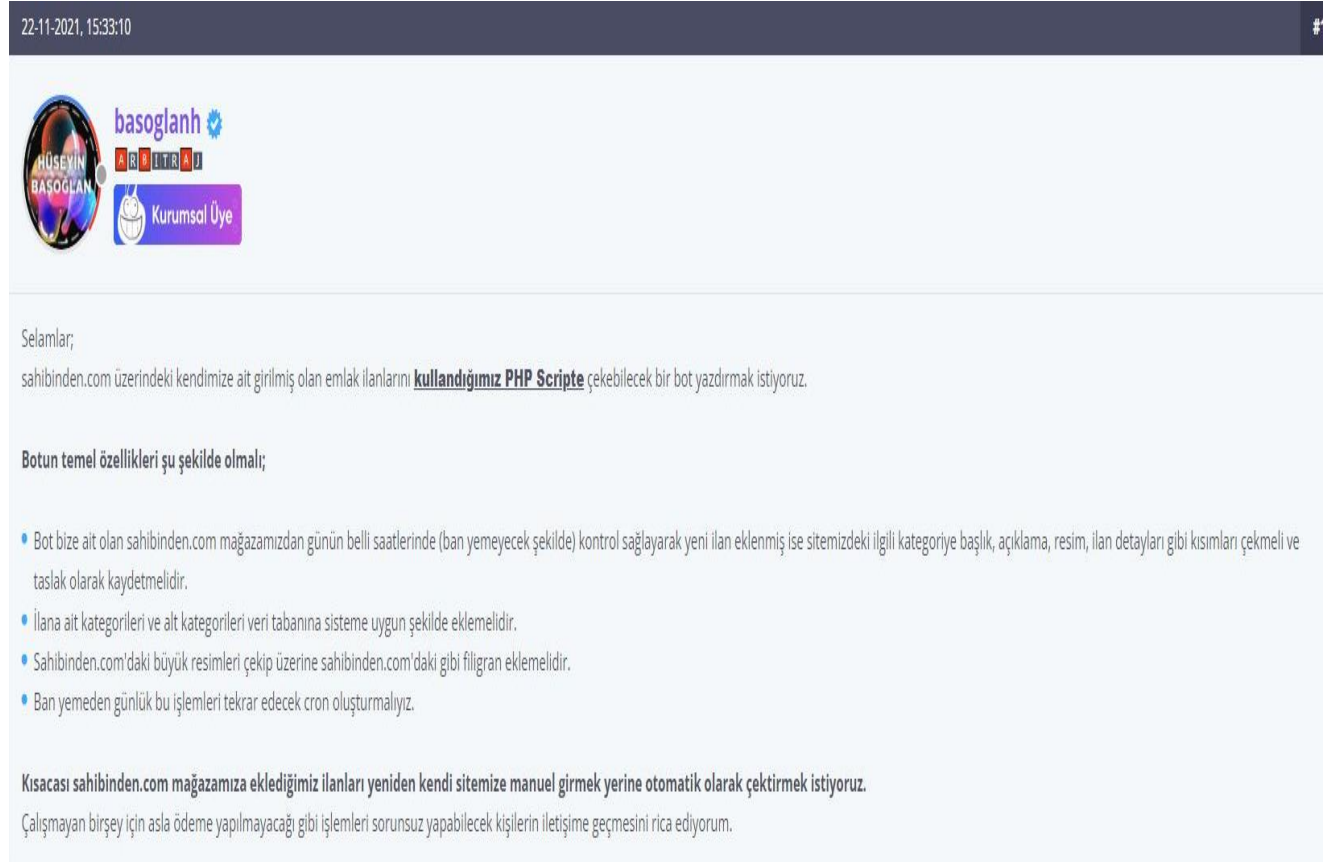
- (191) Yukarıda aktarılan 4.10. maddesiyle sözleşmenin ana metninde yer alan 5.1.7. maddesinin temelde aynı hükümlere sahip olduğu görülmektedir. Bu sebeple yukarıda 5.1.7. maddeye ilişkin olarak yapılan değerlendirmelerin tümü ilgili sözleşme hükmü için de geçerli olacaktır.
- (192) 4.11. maddeye gelindiğinde ise, ilgili maddede yer alan hükümlerin iki ayrı amaca hizmet ettiğinin düşünülmesi sebebiyle kısım kısım değerlendirilmesinin yerinde olacağı değerlendirilmektedir. Maddenin 1. ve 3. kısımlarının esasında SAHİBİNDEN’in kendi veritabanına, portalına ve kullanıcılarına ait verilere yönelik kötü niyetli tarafların korsan entegrasyon gibi eylemlerini engelleme amacına hizmet ettiği söylenebilecektir.

⁷³ İlgili sözleşme ekinde Kullanıcı “Portal’a erişen her gerçek ve tüzel kişi” olarak tanımlanmıştır.

⁷⁴ İlgili madde vurgu amacıyla bölümlere ayrılmıştır.

- (193) Öte yandan, maddenin 2. kısmında yer alan “Portal’ın bütününün veya herhangi bir bölümünün (...) site üzerinde otomatik program, robot, örümcek, web crawler, örümcek, veri madenciliği (data mining) veri taraması (data crawling) vb. "screen scraping" yazılımları veya sistemleri, otomatik aletler ya da manuel süreçler kullanılması” hükmü, diğer kısımlarda olduğu gibi kötü niyetli tarafları ve bu tarafların eylemlerini hedeflememektedir. Nitekim veri tarama ya da kazımanın doğrudan hukuka aykırı olduğu söylenemeyecektir. 2. kısımda kurumsal üyelerin kendilerine ait ilan verilerini hem kendi sitelerine hem de rakiplerin geliştirmiş olduğu yöntemler doğrultusunda (Bkz. 3.1.3.) rakip platformlara aktarması da, ileride ayrıntılarına yer verileceği üzere rakip platformların geliştirdiği aktarma araçlarını bu örneklerle sınırlı olmamak suretiyle engellenmektedir.
- (194) Sözleşme maddeleri değerlendirilirken kurumsal üyelerin tamamının akdettikleri sözleşmedeki ilgili maddelerin ihtiva ettiği anlamın bilincinde olduklarının söylenemeyebileceği kabul edilmelidir. Hatta tüm kurumsal üyelerin özellikle 2. kısımda anılan yöntemleri uygulayarak verilerini kopyalamaya, taşımaya, kendi kanalı veya üçüncü bir tarafın kanalı gibi başka bir mecraya aktarmaya meyledeceğini ileri sürmek de gerçekte örtüşür bir değerlendirme olmayacaktır. Ancak, Şekil 1 ve Şekil 2’de yansıtılan örneklerden de görüleceği üzere, bu yönde profillere sahip kurumsal üyelerin varlığı da göz ardı edilmemelidir. Söz konusu şekillerden, SAHİBİNDEN kurumsal üyelerinin SAHİBİNDEN’de yayımladıkları ilanlarını botlar yardımıyla ya da kod yazarak kendilerine ait internet sitelerine aktarmayı denedikleri görülmektedir.

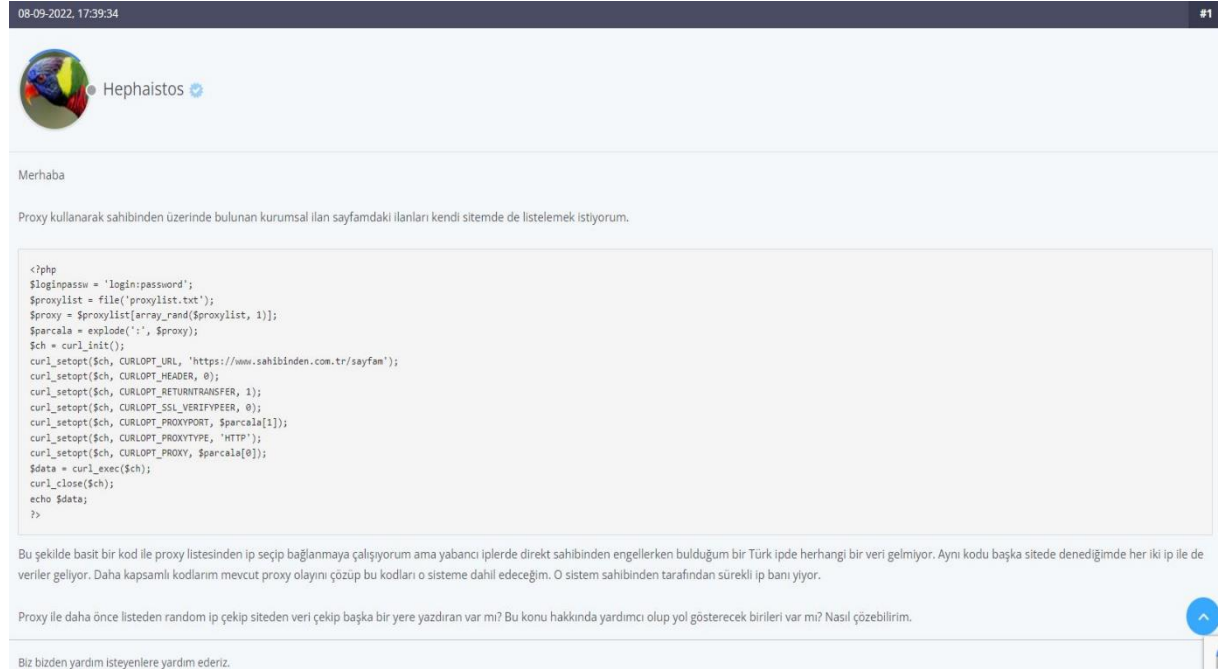
Şekil 1: Kurumsal Üyelerin Botlar Aracılığıyla SAHİBİNDEN’deki İlan Verilerini Kendi İnternet Sitelerine Aktarma Girişimlerine Yönelik Ekran Görüntüsü



- (195) Şekil 1’de görüldüğü üzere 22.11.2021 tarihinde SAHİBİNDEN’in kurumsal üyesi olduğu düşünülen bir kullanıcısının www.r10.net alan adlı forumda yayımlamış olduğu

gönderide, SAHİBİNDEN üzerindeki kendisine ait emlak ilanlarını kendisine ait internet sitesine manuel girmek yerine otomatik olarak çekmek istediği, bu amaçla yazılım desteği talep ettiği görülmektedir. Öte yandan ilgili kullanıcının gönderisinde yer alan “*ban yemeden günlük bu işlemleri tekrar edecek cron oluşturmalıyız.*” ifadesinden kullanıcının yaptığı işlem sonucunda SAHİBİNDEN tarafından yaptırıma uğramaktan çekindiği anlaşılmaktadır.

Şekil 2: Kurumsal Üyelerin Proxy Aracılığıyla SAHİBİNDEN'deki İlan Verilerini Kendi İnternet Sitelerine Aktarma Girişimlerine Yönelik Ekran Görüntüsü



(196) Şekil 2’de görüldüğü üzere 08.09.2022 tarihi de SAHİBİNDEN kurumsal üyesi olduğu düşünülen kullanıcının www.r10.net alan adlı forumda yayımlanmış olduğu gönderide, Şekil 1’de olduğu gibi SAHİBİNDEN üzerindeki ilanlarını kendi internet sitesine aktarmak üzere girişimde bulunduğu ancak “...o sistem sahibinden tarafından sürekli ip banı yiyor” ifadesinden anlaşılacağı üzere SAHİBİNDEN tarafından engellendiği görülmektedir.

(197) Yukarıda aktarılan maddelere karşı yaptırımlar, 2016 yılından sonra formatında değişikliğe gidilse de⁷⁵, esasa bakıldığında 2012-2022 yılları arasında SAHİBİNDEN

⁷⁵ 2012-2015 tarihli üyelik sözleşmelerinin 4.3. maddesi ile

“Sahibinden her zaman herhangi bir gerekçe göstermeden, herhangi bir bildirimde bulunmadan ve herhangi bir tazminat ödeme yükümlülüğü bulunmadan ve derhal yürürlüğe girecek şekilde mevcut sözleşmeyi tek taraflı olarak feshedebilir ve Üye’nin üyeliğine son verebilir veya sözleşmeyi feshetmeden Üye’nin üyeliğine son verebilir veya geçici olarak durdurabilir. İşbu madde içerisinde belirtilen fesih, üyeliğe son verme ve üyeliği durdurma kararları tamamen mevcut sözleşmeye aykırılık, Portal’da belirtilen kurallara aykırılık, Üye’nin işlemlerinin veya işlemleri sonucunda ortaya çıkan durumun Sahibinden bilgi güvenliği sistemi uyarınca bir risk oluşturduğunun Sahibinden tarafından tespit edilmesi veya Sahibinden’in ticari kararları veya Sahibinden tarafından ortaya çıkan durumun hukuki bir risk oluşturduğunun değerlendirilmesi doğrultusunda Sahibinden’in kendi iradesi ile verilecektir.”

hükmü düzenlenmiştir.

Yaptırımların 2016 yılından itibaren sözleşmelerin 4.1.2. maddesinde

“Sahibinden herhangi bir zamanda gerekçe göstermeden, bildirimde bulunmadan, tazminat, ceza vb. sair yükümlülüğü bulunmaksızın derhal yürürlüğe girecek şekilde mevcut Üyelik Sözleşmesi’ni tek taraflı olarak feshedebilir, Kurumsal Üye’nin Üyelik’ine son verebilir veya geçici olarak durdurabilir. Portal’da

ve kurumsal üyeleri arasında imzalanan sözleşmelerde, geçici olarak durdurma, üyeliğe son verme ve tek taraflı fesih uygulamaları şeklinde düzenlenmiştir. Her ne kadar anılan maddelere riayet edilmemesi sonucu bu yönde bir yaptırımın uygulandığını işaret eden bir bilgi/belgeye ulaşılsa da, yukarıda aktarılan şekillerden de görüldüğü gibi, SAHİBİNDEN'in yasaklanan uygulamaları tespit ettiğinde teknik olarak platform üzerinden erişimi engellediği anlaşılmaktadır.

- (198) Sonuç olarak yukarıda aktarılan ana sözleşmelerdeki 5.1.6 madde ile ek sözleşmelerde yer verilen 4.3 ve 4.13. maddelerinin bir yandan platforma yönelik Kurumsal Üyenin, SAHİBİNDEN'in ve/veya başka bir üçüncü şahsın aynı veya şahsi haklarına, kişisel verilerine, malvarlığına tecavüz teşkil edecek nitelikteki gibi kötü niyetli müdahaleleri hedeflediği anlaşılmaktadır. Ancak, bu maddelerde geçen "... tecavüz teşkil edecek nitelikteki" ifadesi geniş yorumlanarak 5.1.7'de yasaklanan eylemleri yasaklama amacıyla kullanılabilir. Daha önemlisi, 5.1.6 ve 4.3 maddelerinde geçen "...*gerek bu eylemleri ile **gerekse de başka yollarla Sahibinden ile doğrudan ve/veya dolaylı olarak rekabete girmeyeceğini kabul ve taahhüt etmektedir.***" ifadesinin eş anlamlı platform kullanmanın engellenmesini ve yalnız SAHİBİNDEN platformunun kullanılmasını sağlamak üzere münhasırlık oluşturacak ve hatta üyelerin kendi kanalları üzerinden SAHİBİNDEN ile rekabetini engelleyecek nitelikte olduğu değerlendirilmektedir.
- (199) Bununla birlikte, ana sözleşmelerdeki 5.1.7 madde ile ek sözleşmelerde yer verilen 4.14, 4.15. ve 4.18. maddelerinin kötü amaçlı müdahalelerin ötesinde, üyenin kendi verisini taşımasına tekabül edecek eylemleri engellemek üzere kurgulandığı görülmektedir. Bu maddeler ile üyelerin geleneksel-çevrim içi ortam, kendi kanalları-rakip platformlar da dâhil üçüncü taraf mecralar fark etmeksizin, kendi ilanlarının gerek bir kısmını gerekse tümünü aktarması, kopyalaması, bu amaçla yapacağı diğer eylemler, SAHİBİNDEN'in yazılı izni olmadıkça, her ne yolla olursa olsun yasaklanmaktadır. SAHİBİNDEN platformu üzerinde yayımlanan ilanların kullanımını, özne ilan sahibi olan kurumsal üye dahi olsa, ancak ilan içeriğini öğrenme [görme/okuma] amacıyla görüntülemesine ve SAHİBİNDEN ara yüzünü kullanmasına izin vermektedir.

1.5.2.1.3. Rakip Platformlardan Elde Edilen Bilgiler

1.5.2.1.3.1. Kurumsal Üyelerin Emlak Satış/Kiralama Faaliyetlerine Yönelik Çevrim İçi Platform Hizmeti Pazarındaki Rakiplerden Elde Edilen Bilgiler

- (200) Önaraştırma sürecinde, toplu listeleme hizmeti sağlayıcılarının sunduğu hizmetlerin platformların iş hacmine ve platformlara/emlakçılara/son kullanıcılara faydaları/zararları hakkında sorulan sorulara yönelik olarak SAHİBİNDEN'in rakipleri tarafından, genel olarak platformlar üzerinde ilan yayımlama işleminin emlakçılar açısından zor ve zahmetli bir iş olduğu, emlakçıların her ilan sitesine ilan girmekten imtina ettiği ve trafiği çok olan siteyi tercih ettikleri, toplu listeleme hizmetlerinin emlakçılara yönelik en önemli faydasının ayrı ayrı platformlarda ilan girişi veya ilan

belirtilen kurallara aykırılık halleri, Kurumsal Üye'nin Sahibinden bilgi güvenliği sistemine risk oluşturması halleri, üyeliğe son verme veya üyeliği geçici durdurma hallerindedir."

olarak değiştirildiği görülmektedir. Söz konusu değişikliklerle SAHİBİNDEN'in kurumsal üyelerinin üyeliğini tek taraflı olarak feshetmesine sebep olabilecek haller arasında "*üyelik sözleşmesine aykırılığın*" sözleşmenin ana metninden çıkarıldığı görülmekle birlikte, 2016 sonrasında SAHİBİNDEN'in kurumsal üyeleriyle imzaladığı sözleşmelerin "Mağaza Kullanım Kuralları" adlı ekinin 11.1. maddesinde "*Kurumsal Üye ve/veya Alt Kullanıcı'ların, Kurumsal Üyelik Kurallarına ve/veya sahibinden.com Portalı Üyelik Sözleşmesi'ne aykırılık teşkil edecek davranışlarda bulunması, hak ihlali yaratması*" SAHİBİNDEN'in kurumsal üyelerin üyeliğini feshedebileceği haller arasında sayılmaktadır.

bilgisi güncellemeleri için zaman tasarrufu sağlaması olduğu ifade edilmiştir. Ayrıca, (.....), ilan bilgilerinde değişiklik olması halinde emlakçıların değişiklikleri ayrı platformlarda ayrı gün ve saatlerde gerçekleştirmesi nedeniyle düzenleme yapılana kadar geçen sürede nihai tüketicilerin güncel olmayan ilan bilgileriyle karşılaştığını beyan etmiştir. (.....), farklı ilan platformlarında ilan yayımlamanın zor olmasının sonucu olarak pazar lideri konumunda olan platformun kendisini teknolojik olarak geliştirme ihtiyacı duymaksızın kullanıcıları platformuna çekmeyi başarmasına sebep olduğunu ifade etmiştir. (.....), potansiyel müşterileri olan emlakçılarla gerçekleştirdikleri birebir görüşmelerde emlakçıların “gün içinde birden fazla platforma zaman ayıramadıkları için diğer platformlara üye olmak istemedikleri” yönünde beyanlarla karşılaştıklarını, yakın zamanda kurumsal müşteri adaylarına yönelik gerçekleştirdikleri anket çalışmasında adayların %25’inin “ek ikincil üyelik” istemediği sonucunu gördüklerini beyan etmiştir.

- (201) Soruşturma kapsamında da, SAHİBİNDEN’in emlak satış/kiralama alanındaki rakiplerine, ilk olarak, çevrim içi ilan yayımlama platform hizmetleri pazarına giriş ve bu pazarda büyüme bakımından karşılaştıkları engeller sorulmuştur. Bu soruya istinaden (.....) ve (.....) tarafından pazara yeni giren veya mevcut bir oyuncunun büyümesi için marka bilinirliğini arttırmak ve kullanıcı penetrasyonunu genişletmek için pazarın dominant oyuncusuna karşı büyük pazarlama bütçesi harcaması gerektiği, bilinirliğinin ve sürdürülebilirliğinin sağlanmasının ciddi yatırım gerektirdiği, pazarlama bütçesinin büyüklüğünün uzun vadede operasyonların sürdürebilmesi ve pozitif finansallara geçilmesi açısından büyük bir engel teşkil ettiği, şirketlerin sundukları hizmetlerin yaygınlaştırılması ve kurumsal ilan veren müşterilerinin ikna edilmesi amacıyla göreceli olarak daha çok reklam harcaması yaparak yatırım maliyetine katlanmak durumunda kaldığı ifade edilmektedir.
- (202) İlâveten (.....), (.....) ve (.....) ziyaretçi trafiğini artırmak için yeterli sayıda ilan olmasının gerekli olduğunu, yeterli ilan yoksa trafik oluşturulamayacağı için yeterli müşteri olamayacağını, kısa, orta ve hatta uzun vadede yatırımlar yapıyor olmasına rağmen emlak arayan hedef kitlenin SAHİBİNDEN yanında farklı ilan sayfalarına yönelme ihtimalinin son derece düşük olduğunu ve bu durumu aşmak için ciddi miktarda trafik üretmek ve harcama yapmanın gerekli olduğu belirtilmiştir. (.....) ve (.....) tarafından çevrim içi platform hizmeti kullanıcılarının çoklu erişim imkânlarının önünde engeller olmasının, tek bir platformda toplanan verilerin diğer platformlarla paylaşılmasının pazara giriş ve pazarda büyüme engeli oluşturduğu belirtilmiştir.
- (203) Yukarıdaki beyanlar karşısında ikinci olarak, emlakçıların ilan girişinde karşılaştıkları zorlukların neler olduğu sorgulanmıştır. Bu amaçla, ilan girişine yönelik olarak üyelerin birden fazla platformda ilan yayımlaması ve yayımladığı ilanları güncel tutması bakımından karşılaştıkları zorluklara dair açıklama istenmiştir. Rakip platformlar tarafından,
- İlan girişinin hâlihazırda meşakkatli bir iş olduğu, üyelerin birden fazla platforma üye olması sonucu ilan ekleme, düzenleme ve güncelleme konularında sarf edilen efor üye olunan her bir platform kadar tekrarlandığından harcanan sürelerin uzun ve yorucu boyutlara vardığı, bu sebeple ilanlarını SAHİBİNDEN üzerinde yayımlayan üyelerin tekrar başka platformlara ilan girme motivasyonunun bulunmadığı, ciddi emek gerektiren bu süreç kullanıcı ataleti ile birleştiğinde yeni bir platformun daha denenmesi aşamasında başka deyişle üyelik adımında ciddi bir engel oluşturduğu,

- İlan fotoğrafı, fiyat bilgisi ve sair ilana ait tüm bilgilerin güncel tutulmak zorunda olduğu, birden fazla kez efor sarf ederek aynı ilanı birden fazla platforma girmenin ve güncel tutmanın emlakçılar tarafından zorluk olarak ifade edildiği,
- Üyelerin bir platformda düzenlediği ilanı diğer hangi platformlarda düzenlediğini tespit etmesi ve tespit ettikten sonra ilgili ilanı da düzenlemesi sebebiyle çok süre kaybı yaşadığı,
- Teknolojik olarak yaşanabilecek aksaklıkların da (bağlantı sorunları, kullanıcı bilgisayarında yaşanacak problemler vb.) başka platformlarda ilan yayımlama sürecini sekteye uğratabileceği,
- Emlakçıların ilan ve içerik yönetimine ek olarak, fiziksel ziyaretçilerin bulunduğu, müşteri görüşmeleri, ev gösterme süreci ve tapu işlemleri gibi esaslı birçok farklı işinin olduğu

ifade edilmiştir.

- (204) İfade edilen söz konusu zorluklar/engeller üzerine, üçüncü olarak, emlakçıların fiiliyatta ilan girişi için ne kadar süre harcadığını tespit etmek amaçlanmıştır. Bu amaçla rakip platformlara, hesaplama esas aldıkları yöntem eşliğinde, kurumsal üyelerin bir ilan girişini başlattığı andan o ilanı yayımladığı ana kadar harcadıkları ortalama süreler sorulmuştur. Rakiplerin yanıtlarına aşağıdaki tabloda yer verilmiştir:

Tablo 14: Emlakçıların Rakip Platformlara İlan Girişlerinin Aldığı Ortalama Süreler

Teşebbüs	İlan Girişi İçin Belirtilen Ortalama Süre
(.....) ⁷⁶	11 dk 26 sn (686 sn)
(.....) ⁷⁷	9 dk 23 sn (553 sn)
(.....) ⁷⁸	2 dk (120 sn)
(.....) ⁷⁹	12 dk 30 sn (750 sn)
(.....) ⁸⁰	6 dk 22 sn (382 sn)
(.....) ⁸¹	7dk-10dk (420 sn-600sn)
Kaynak: Cevabi Yazılar	

- (205) Tablodan, ilanın girişinin başlangıcından ilanın yayımlanmasına kadar geçen ortalama zaman 2 dakika ila 12 dakika 30 saniye arasında değişebildiği görülmektedir.
- (206) Dördüncü olarak, rakipler ile gerçekleştirilen görüşmelerde, kurumsal üyelerin rakiplerden [SAHİBİNDEN'deki] ilanlarını otomatik olarak diğer platformlara aktarılması yönünde talepte buldukları ifade edilmiştir. Bu taleplere ilişkin detay sorulduğunda, talepleri genellikle sözlü olarak ilgili rakip platformlara ilettikleri belirtilmiştir. Örnek teşkil etmesi bakımından bu taleplerin sahipleri ve içeriğine ilişkin rakip platformlardan bilgi talep edilmiştir. Buna istinaden, teşebbüslerin tamamından gelen yanıtlarda üyelerin taleplerinin içeriğinin ilanların başka platforma taşınması ve zaman tasarrufu sağlanması olduğu görülmüştür. Bu yönde talepler ileten üyelere

⁷⁶ (.....)

⁷⁷ (.....)

⁷⁸ (.....)

⁷⁹ (.....)

⁸⁰ (.....)

⁸¹ (.....)

örnek olarak (.....) tarafından 293 üyenin; (.....) tarafından (.....) üyenin; (.....) tarafından ise 5 üyenin iletişim bilgisi paylaşılmıştır. (.....) tarafından gönderilen cevabi yazıda, kurumsal üyelerin ilan aktarımına yönelik görüşlerine yer verilmiş olup ilgili yöntemin zaman açısından faydalı olduğu, ilanların girişinde karşılaşılabilecek olası hataları önlemeye yardımcı olduğu, fiyat ve bilgi güncellemelerinde daha çok kontrol imkânı sağladığı belirtilmektedir. İlaveten, (.....) tarafından emlakçıların çoğunluğunun verilerin alınmasını ve platformlar arası verinin transferini istediği, SAHİBİNDEN'den veri alınmasından bağımsız olarak platformlar arası verinin kolayca taşınabilmesinin önemli olduğunun gözlendiği ifade edilmiştir.

- (207) Beşinci olarak, pazarda karşılaşıldığı belirtilen engel ve zorlukları bertaraf etmek üzere rakip platformların attığı adımlar sorgulanmıştır. Kurumsal üyelerin birden fazla platformda ilan girişi/güncellemesi yapmakta karşılaştığı zorlukları aşmak adına atılan adımlara yönelik olarak (.....), (.....) ve (.....) tarafından ilan aktarımı ve güncelleme yapabilmek için entegrasyon hizmeti alındığı ifade edilmiştir. (.....) 6-7 ay teknik sorunlardan dolayı boşluk olsa da bir buçuk yıldır REOS ile çalıştıklarını ifade ederken (.....) tarafından; REOS ile ilan aktarımı için çalışıldığını ancak bu yöntemin ek maliyet oluşturduğunu, bu gibi çözümlere alternatif olarak ücretsiz veya daha uygun çözümlerin de sağlanabileceği belirtilmiştir.
- (208) (.....) tarafından ise zincir emlak ofisleriyle 2015 yılında “doğrudan” entegre olunduğu, bu platformlarda yayımlanan ilanların (.....) da yayımlandığı, ancak ilgili şirketlerin platformlarının istikrarlı olmaması, sürdürülebilir teknik destek sağlayamamaları, diğer deyişle kurumsal bir teknik ekibin olmaması ve var olan teknik personelin şirketten ayrılması ile kurulan sistemi işletecek personelin kalmaması nedenleriyle bu veri aktarma projesinin kesintiye uğradığı, zaten kapsam itibarıyla sadece birkaç büyük zincir emlak ofisi tarafından kullanılabilirdiği, SAHİBİNDEN internet sitesindeki en küçük bir HTML değişikliğinin ilgili kodların çalışmasına engel olduğu ve ilanı yeniden düzenleme ihtiyacı doğurduğu ifade edilmektedir. (.....) de benzer şekilde, kurumsal üyelerin sahip oldukları portföy/müşteri yönetim sistemleriyle (.....) ilan giriş platformu arasında ilan girişi ve güncellemesi için teknik entegrasyon sağlanmasının kurumsal üyelere ek olarak yazılım uzmanı maliyeti yüklemesinden ötürü kısıtlı olarak gerçekleştirildiği, dolayısıyla bu yöntemle aktarılabilen ilanların çok az sayıda olduğunu ifade etmiştir.
- (209) (.....) tarafından ayrıca 2018 yılında SAHİBİNDEN platformunda ilanları bulunan emlak ofislerinin ihtiyacına cevap vermek adına (.....) bir sistem geliştirildiği, (.....) üye emlak ofisinin SAHİBİNDEN'deki ilanlarına ait bağlantıyı (*link*) kendilerine [(.....) platformu üzerinde] sağlanan arayüze yapıştırması ve ilan aktar düğmesine basmasıyla gerçekleştiği, (.....)'ın ilan aktarımını kolaylaştırmak için 2019 yılında API'lerini tüm paydaşlarla paylaştığı, bu API'lerin teknolojik imkânı olan her üyenin ilanlarını otomatik olarak (.....)'ta yayımlanmasını sağladığı, ancak bu API'lerin çok az sayıda emlak firması tarafından kullanılabilirdiği, (.....) ifade edilmiştir.
- (210) (.....) da engel ve zorlukları aşmak adına fotoğraf yüklenmesinin asenkron olarak arka planda yapılabilmesi, yarıda kalan işlemin taslak olarak kaydedilebilmesi, işlemi hızlandırmak için zorunlu alanların sadeleştirilmesi, mobil cihazdan ilan yüklemeyi kolaylaştırmak için SMS link yapısı gibi birçok geliştirme yaptığından bahsetmiştir.
- (211) Rakip platformların pazarda karşılaştıkları engel ve zorlukları aşmak için geliştirdikleri alternatiflere ilişkin olarak, söz konusu platformlarla yapılan çevrim içi görüşmelerde de bilgi edinilmiştir. (.....) ile yapılan çevrim içi görüşmede, kısıtlı sayıda üyenin ilan aktarımı uygulamasından faydalandığı, (.....)'ta ayda toplam 29.000-30.000 ilan

yayımlandığı, SAHİBİNDEN'in günlük ziyaret (trafik) sayısı göz önüne alındığında (.....)'in gerçekleştirdiği ilan aktarımı işleminin karşı tarafa yük oluşturabilecek bir trafik yaratmadığı, ilan aktarımı yöntemi uygulandığında kullanıcının ilan girmesinin çok kolaylaştığı, 40.000.000 ziyaretçisi olduğunu belirten SAHİBİNDEN'den 10.000 ilan çekilmesinin çok küçük bir etkisi olduğu belirtilmiştir.

- (212) Öte yandan uygulamayı kısıtlı sayıda üyenin kullanmasının sebebinin (.....)'in ilan aktarma yönteminin pazarlamasının yapılmaması olduğu, üyeler arasında duyuru yapılmadığı, uygulamanın idari otoriteler tarafından yanlış nitelendirilmesi ihtimalinin bulunmasının da bir etken olduğu, SAHİBİNDEN'in kendilerini engelleme ihtimali sebebiyle uygulamanın sürdürülebilir bulunmadığı, SAHİBİNDEN'in ara yüzünde değişiklik yaptığı bir durumda sistemlerinin duracağı ve (.....) gerekeceği, yöntemi kendilerinin de ticari açıdan tercih etmediği çünkü kendi portallarına da kullanıcılarının giriş yapmasının ve vakit geçirmesinin hedeflendiği, (.....)'ta 3-5 dakika geçiren kullanıcının SAHİBİNDEN'de 10 dakika geçirdiği, bunun sebebinin ilan sayısının (.....)'ta az olması olduğu, günün sonunda ne kadar yatırım yapılırsa yapılsın platformda ilanının olmasının asıl nokta olduğu, kullanıcının portalda az ilan olması durumunda portalı bir daha ziyaret etmeyeceği, ilan aktarma özelliğinin pazarlamasının yapılmamasının nedenleri bertaraf edildiği durumda sistemin kapasitesi ve teknik kısıtlamalarla karşılaşp karşılaşmayacağı sorusuna istinaden yatırımlarının kısıtlı olmasından dolayı kapasitenin kısıtlı olduğu ancak yatırım yapılabildiği durumda ise kapasitenin artırılacağı ve bu sistemin rahatlıkla işleyebileceği belirtilmiştir.
- (213) (.....) tarafından vurgulanan bir diğer nokta da sistemlerinin toplu ilan aktarımına da bir kereye mahsus olmak üzere izin verdiği ve sistemin kapasitesinin de bunu mümkün kıldığı, API'lerini ilk açan portalın (.....) olduğu, portalların veri taşıma konusunda tesis edilecek herhangi bir yükümlülüğe en fazla bir ay içinde uyum sağlayabileceğidir.
- (214) Görüşlerine başvuru olan bir diğer teşebbüs olan (.....) ise müşteri açısından ilan taşımanın çok kritik olduğu, REOS üyeliği üzerinden ilan entegrasyonu sağlandığı, REOS'un ücretli bir platform olması nedeniyle üyelerinden yalnızca 80-100 emlak ofisinin REOS'u kullandığı, zaman zaman satış elemanlarının ilan girme eforunu üstlenerek ilan taşımayı pazarlama stratejisi olarak potansiyel müşterilere teklif edebileceği ve bu uygulamanın müşteri temsilcileri tarafından yapılmış olabileceği, platformdan ilan taşıma uygulamasına gerek 5486 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu (FSEK) gerek SAHİBİNDEN ile uyuşmazlık sürecine girmemek açısından başvurulmadığı, teknik olarak ilan taşımanın engellenmesi mümkün olduğundan SAHİBİNDEN'in engellemesi ile karşı karşıya kalacaklarının düşünülmesi nedeniyle de ilan taşıma pratiklerini geliştirmedikleri, elle ilan girmenin ortalama 14-15 dakika sürmesi nedeniyle söz konusu stratejinin sürdürülebilir olmadığı, sadece kaçırılmak istenmeyen müşteriler için müşteri temsilcilerinin başka platformlardaki ilanlarını (.....) gireceklerinin teklif edilmiş olabileceği belirtilmiştir.
- (215) Altıncı olarak, rakip ilan platformlarından, SAHİBİNDEN'in -özellikle kurumsal- üyelerinin, verilerini diğer platformlara taşımasını engellemeye/kısıtlamaya yönelik herhangi bir davranışının mevcut olup olmadığı hakkında da bilgi sağlanması talep edilmiştir. (.....), (.....) ve (.....) tarafından en büyük sorunun görsel materyallerin üzerindeki filigran ile engellenmesi olduğu, birçok üyenin ilgili platformun mobil uygulaması aracılığıyla ilan yüklemesi halinde "temiz" olarak kendi materyallerine ulaşmadığı ifade edilmiştir. (.....) tarafından ayrıca seçili kriterlerin kolaylıkla kopyalanmaması ve her bir platform tarafından talep edilen kriterlerin bire bir olarak

eşleşmemesi, kullanılabilir robot uygulamalara yönelik güvenlik önlemlerinin olması nedenleriyle kolay uygulanabilir olmadığı belirtilmiş ve SAHİBİNDEN Bireysel Üyelik Sözleşmesi'nin 7. maddesinde⁸² yer alan fikri mülkiyet haklarının, kullanıcıların girdiği ilan verilerinin SAHİBİNDEN'e ait olmasına yol açtığı ve bu verileri alternatif platformlara taşınmasını açıkça engellediği ifade edilmiştir. (.....) tarafından SAHİBİNDEN tarafından ilanların taşınmasına yönelik olarak doğrudan bir kısıtlama uygulanmadığı, ancak emlakçılar için birden fazla platformda tek tek ilan yayımlamanın çok uzun süreler alabildiği, bu nedenle fiili olarak emlakçıların alternatif platformlarda ilan yayımlamasının güç hale geldiği belirtilmiştir. (.....) tarafından, ilan giriş adımlarında alınan ilan bilgilerinin bir kısmının [zaten mevzuat gereği] tüm portaller için ortak olduğu, ancak ilan giriş süreçlerinde istenen bilgilerin bir kısmında zorunlu tutulan verilerin portaller arasında farklılık gösterebildiği, SAHİBİNDEN'in ilan bilgilerinin rakip portallere maliyet yaratmadan taşınabilmesi için uygun formatı sunmadığı, ek olarak ilan sahibinin talebi üzerine kendi ilanlarını uygun formatta, toplu olarak veya tekil olarak sunmadığı, ilanların uygun formatta tek seferde verilmesinin yanı sıra ilan bilgileri güncellendiğinde de güncel bilgilerin ilan sahibinin kullandığı farklı platformlara anlık olarak aktarılmasının sağlanmadığı belirtilmiştir.

(216) Yedinci ve son olarak, SAHİBİNDEN tarafından kurumsal üyelerinin SAHİBİNDEN platformuna girdiği ilan verilerini alternatif platformlara taşımalarını sağlamanın kendileri ve pazardaki diğer paydaşlar (rakipler, kurumsal üyeler, bireysel üyeler, ilan arayanlar hakkında vb.) üzerindeki olası etkilerine, avantaj ve dezavantajlarına yönelik olarak görüşüne başvurulmuş rakip ilan platformları tarafından;

- Emlakçılar/galericiler için ilan yayımlamanın zor ve zaman alıcı bir işlem olduğu, bu durumda emlakçıların her ilan platformuna ayrı ayrı ilan girmekten imtina ederek trafiği en yüksek olan platformu tercih ettiği, ilgili platformun aynı sebeple ilan arayanlardan daha fazla organik trafik elde ettiği, bahse konu ağ etkileri nedeniyle rakip platformların yüksek pazarlama ve tanıtım maliyetlerine katlanmak zorunda kaldığı, öte yandan lider konumdaki platformun kendisini teknolojik olarak geliştirme imkânı duymaksızın sürdürebilmesi nedeniyle kullanıcıların inovasyondan mahrum kaldığı, rakip platformların karşılaştıkları kullanıcı gruplarına (ilan verenler/ilan arayanlar) daha iyi bir kullanıcı deneyimi sunsa dahi bahsedilen pazar yapısı nedeniyle tercih edilmediği,
- İlan verilerinin diğer platformlara, emlakçılar/galericiler tarafından ek bir maliyete katlanmaya gerek olmayacak şekilde taşınabilir durumda olmasının emlakçıların/galericilerin daha fazla platformda görünür olmasını sağlayacağı, ilan arayanların birden fazla platforma üye olan aynı emlakçıya/galericiye ait ilanlara platform fark etmeksizin kolayca erişebileceği, [platformlar arasında] artacak rekabetle daha iyi kullanıcı deneyimine ulaşacağı, ilanları denetleyen

⁸² Portal" dâhilinde erişilen veya hukuka uygun olarak kullanıcılar tarafından sağlanan bilgiler ve bu "Portal"ın (sınırlı olmamak kaydıyla "SAHİBİNDEN Veritabanı", "SAHİBİNDEN Arayüzü", tasarım, metin, imge, html kodu ve diğer kodlar) tüm elemanları (hepsi birlikte "SAHİBİNDEN" in telif haklarına tabi çalışmaları" olarak anılacaktır) "SAHİBİNDEN" e aittir ve/veya "SAHİBİNDEN" tarafından üçüncü bir kişiden lisans altında alınmıştır "Üye"ler, "SAHİBİNDEN" hizmetlerini, "SAHİBİNDEN" bilgilerini ve "SAHİBİNDEN" in fikri haklarına ve telif haklarına tabi çalışmalarını satmak, işlemek, paylaşmak, dağıtmak, sergilemek veya başkasının "SAHİBİNDEN" in hizmetlerine erişmesi veya kullanımına izin vermek hakkına sahip değildirler. İşbu "Portal Kullanım Koşulları" dâhilinde "SAHİBİNDEN" tarafından açıkça izin verilen durumlar haricinde "SAHİBİNDEN" in telif haklarına tabi çalışmalarını çoğaltamaz, işleyemez, dağıtamaz veya bunlardan türemiş çalışmalar yapamaz.

birden fazla çevrim içi platformun varlığı sayesinde güvenilirliğin artması gibi avantajlar elde edeceği

ifade edilmiştir.

- (217) İlâveten (.....) tarafından söz konusu aktarımın entegratör sayesinde değil de salt veri taşınabilirliği yoluyla sağlanması halinde teknolojik gelişme ve iyileşmelerin SAHİBİNDEN'in izin verdiği ölçüde kalacağı, ancak her durumda bu kapsamda yapılacak iyileştirmenin rekabetin gelişmesine ilk etapta büyük avantaj sağlayacağı ifade edilmiştir. (.....) tarafından veri taşınabilirliği için en uygun çözümün platformlar arası entegrasyon sağlanması olduğu, emlakçılara veri taşınabilirliği imkânı verilse dahi bunun operasyonel olarak yürütülebilir olmadığı belirtilmiştir. (.....), ilanların aktarılabilir formatta sağlanmasının platformların teknik iş gücü ihtiyacını ve maliyetlerini artırabileceği, ancak bu dezavantajın sağlanacak faydaların yanında önemsiz kalacağı, bazı ilan türlerinde verilerin teknik alan formatının firmalar arasında farklılıklar gösterebildiği, bu tip farklı veri formatlarının her şirketin kullanıcı deneyimleri ekipleri tarafından farklı belirlenebildiği için SAHİBİNDEN tarafından iletilecek olan standart formattaki verilerde bazı düzenlemeler yapılması gerekebileceği için yazılım geliştirme maliyeti yaratabileceği, ancak bunun da ufak bir dezavantaj olarak kabul edilebileceği şeklinde açıklamalarda bulunmuştur.
- (218) (.....) ve (.....) tarafından, veri taşınması bile ilan güncellemelerinin hem emlakçı hem ilan platformları açısından hayati önem taşıdığı, fiyat güncellemesi vb. gibi nedenlerle anlık verinin ilanlarda yaşamının önemli olması nedeniyle veri taşınmasının ötesinde anlık veriyi yaşatacak önlemlerin de düşünülmesi gerektiği, emlakçıların itibar açısından güncel olmayan ilanlarının yayımda kalmasını, platformların ise güncel olmayan, çöp ilan yayımlayan site olmayı istemediği, zaten ilan taşımama sebeplerinden birinin de ilanın güncel kalmayacağı endişesi olduğu, sadece SAHİBİNDEN'deki ilanın güncellendiği ve diğer platformlardaki ilanların güncellenmediği birçok vakanın yaşanabildiği ifade edilmiştir.

1.5.2.1.3.2. Kurumsal Üyelerin Vasıta Satış Faaliyetlerine Yönelik Çevrim İçi Platform Hizmeti Pazarındaki Rakiplerden Elde Edilen Bilgiler

- (219) Emlak satış/kiralama alanında olduğu gibi, SAHİBİNDEN'in vasıta satış faaliyetlerine yönelik çevrim içi platform pazarındaki rakiplerine de, pazara giriş ve pazarda büyüme engelleri, galericilerin ilan platformlarını kullanırken karşılaştıkları sorunlar ve bu sorunları aşmaya yönelik olarak atmış oldukları adımlara yönelik sorular yönelmiştir. Rakiplerden elde edilen bilgiler aşağıda aktarılmaktadır.
- (220) İlk olarak, çevrim içi ilan yayımlama platform hizmetleri pazarına giriş ve bu pazarda büyüme bakımından karşılaşılan engeller bakımından, (.....) ve (.....) tarafından; SAHİBİNDEN'in pazara ilk giren firma olmasının kendisine sağladığı avantaj ve faaliyet gösterilen pazarda bulunan yoğun ağ etkileri, pazara sonradan giren teşebbüslerin yatırım maliyetlerinin yüksek olması, kullanıcı/üye sayılarının ve araç envanterlerinin kısıtlı olması gibi engeller ile karşılaştıkları ifade edilmiştir. İlâveten (.....) ve (.....) tarafından ilan verenlerin çoklu erişim imkânının kısıtlanması bu durumun temel sebeplerinden biri olarak gösterilmektedir. (.....) tarafından ise *data center* maliyetleri ve teknik ekip maliyetleri gibi pazara giriş maliyetlerinin fazla olduğu ve bu maliyetlerin karşılanamadığı ifade edilmiştir.
- (221) İkinci olarak, ortalama toplamda birkaç dakika alan/alabilecek ilan girişine yönelik olarak üyelerin birden fazla platformda ilan yayımlaması ve yayımladığı ilanları güncel tutması bakımından karşılaştıkları zorluklara dair açıklama istenmiştir. (.....) tarafından

araç ticaretinin aynı zamanda fiziksel olarak yürütülen bir iş kolu olduğu, ilan ve içerik yönetimine ek olarak fiziksel ziyaretçiler, genel bilgi alışverişinin telefon görüşmeleri ile yapılması, yeni araç satışı veya satın alması durumunda ekspertiz ve noter süreçlerinin kayda değer şekilde zaman alıyor olmasının bir soruna dönüştüğü, buna ek olarak üyelerin araç satışı ile birlikte sürekli olarak yeni araç tedariki noktasında da emek sarf ettikleri, ilan süreçlerinde harcanan zamana ilişkin Google Analytics veri analizinden yola çıkarak ortalamada tekil ilan verme sürelerinin birkaç dakikadan çok daha fazla zaman aldığı hesaplandığı, özellikle araç alım satım işlerinin hız kazandığı dönemlerde orta ve küçük kurumsal müşteriler bakımından birden fazla (2 ila 4) ilan platformunda ilan yayımlayan bir firma bakımından manuel süreçlerle dinamik ve güncel ilan verilmesinin neredeyse imkânsız olduğu aktarılmaktadır. Birden fazla platform üzerinde ilan yayımlayan kurumsal üyelerin ilan girişine ilişkin olarak gerçekleştirdikleri işlemler aşağıdaki şekilde sıralanmıştır ve söz konusu işlemlerin her bir platformda ayrı ayrı yapılmasının güç olduğuna dikkat çekilmiştir:

- Üyelik paketi satın alınması ile mevcut stokunda bulunan araçların tamamının ilk başlangıç adımıyla topluca girilmesi,
- Yeni almış olduğu araçların tekil girişi,
- Fiyat güncellemeleri,
- Düşük talep gören ilanları öne çıkarmak için içerik ve fotoğraf düzenlemeleri.

(222) Ek olarak kullanım deneyimi açısından farklılaşan bir siteden içerikleri kopyala yapıştır yöntemi ile girmeye çalışmanın problemi özellikle kendi verisini doğrudan kendi ortamında tutmayan kullanıcılar için daha büyük bir külfete dönüştüğü, ciddi bir emek gerektiren bu sürecin kullanım ataleti ile birleştiğinde kimi zaman yeni üyelik adımıyla ciddi bir engel oluşturduğu, özellikle büyük ölçekli üye işyerlerinin platformlarında faaliyet göstermelerinin önkoşulu olarak ilanlarının taşınması, entegrasyon sağlanması şartını gündeme getirdikleri, takip eden süreçte yeni ilan girişi, fiyat güncellemesi ve içerik düzenlemesinin her bir platformda ayrı ayrı ve tek tek yapılmasının, içeriklerin farklı platformda güncelliğini yitirmesinin, güncellik takibinin zor olmasının, insan hatasına açık olmasının ve benzeri diğer unsurların kullanım ataleti ile birleştiğinde sağlıklı yürütülemediğinin gözlemlendiği belirtilmiştir.

(223) (.....) tarafından ise İkinci El Motorlu Kara Taşıtlarının Ticareti Hakkında Yönetmelik'in 13. maddesine öngörülen ve ilan veren kişi ve/veya işletmelere yüklenen, araçların tanıtım kartında yer alması gerekli asgari bilgilerin ilana eklenmesi zorunluluğu sebebiyle söz konusu ilanların yayıma alınması için çok sayıda veri girişinin yapılması, araçların fotoğraflanması gibi zaman alıcı iş ve işlemlerin bulunduğu, bu sebeple üyelerin çoğunun zaman tasarrufu sağlamak istediği ve mümkünse farklı platformlar arasında verilerinin aktarılmasına yönelik beklenti ve taleplerinin bulunduğu ifade edilmiştir.

(224) Üçüncü olarak, rakip platformlara, kurumsal üyelerin bir ilan girişini başlattığı andan itibaren o ilanı yayımladığı ana kadar harcadıkları süreler sorulmuştur. Kurumsal üyelerin bir ilanı ilgili platformda yayımlanması için harcadığı ortalama süreye her bir platform bakımından aşağıdaki tabloda yer verilmiştir. Buna göre bir ilan girişinin rakip platformlara göre 2 dakika 37 saniye ile 14 dakika 20 saniye arasında değişebildiği görülmektedir:

Tablo 15: İlan Girişleri Bakımından Platformlarca Hesaplanan Ortalama Süreler

Teşebbüs	İlan Girişi İçin Belirtilen Ortalama Süre
(.....)	11 dk 26 sn (686 sn)
(.....) ⁸³	3 dk (180 sn)
(.....) ⁸⁴	6 dk 22 sn (382 sn)
(.....) ⁸⁵	14 dk 20 sn (860 sn)
(.....) ⁸⁶	6 dk 32 sn (392 sn)
(.....)	2 dk 37 sn (157 sn)
Kaynak: Cevabi Yazılar	

- (225) Dördüncü olarak, kurumsal üyelerin ilanlarını başka platformlarda da yayımlamak üzere rakip platformlardan [SAHİBİNDEN'deki] verilerini taşımalarını talep ettikleri, ancak bu talepleri genellikle sözlü olarak ilgili rakip platformlara ilettikleri bilgisi edinilmiştir. Örnek teşkil etmesi bakımından bu taleplerde bulunan üyeler ile taleplerin içeriğine ilişkin rakip platformlara soru yöneltilmiştir. Teşebbüslerin tamamı tarafından, kurumsal üyelerce, ilanların başka platforma otomatik aktarılması ve böylece her ilanın manuel girişinden kaynaklanabilecek zaman maliyetinin bertaraf edilmesi yönünde talepte bulunduğu belirtilmiştir. (.....) tarafından ayrıca ilan verilerini başka platformlardan (.....) ne taşımak isteyen kullanıcılar ile çağrı merkezi aracılığıyla iletişime geçtikleri beyan edilmiştir. Teşebbüslerin bu beyanları üzerine bu yönde talepler ileten üyelere örnek olarak (.....) tarafından 2021 yılı için (.....) kullanıcının; (.....) tarafından ise 2021 yılında (.....) kullanıcının iletişim bilgisi paylaşılmıştır.
- (226) Beşinci olarak, emlak satış/kiralama pazarında faaliyette bulunan rakipler gibi vasıta/satış kiralama pazarında faaliyet gösteren rakip platformlar da üyelerin birden fazla platformda ilan yayımlaması ve yayımladığı ilanları güncel tutması bakımından zorluklar ile karşılaşmaktadır. Bu doğrultuda, kurumsal üyelerin birden fazla platformda ilan girişi/güncellemesi yapmakta karşılaştığı zorlukları aşmak adına atılan adımlara yönelik olarak (.....) tarafından kullanıcılara gerek doğrudan gerekse kullanmakta oldukları paket programlar ile entegre olmak vasıtasıyla çözümler üretilmeye çalışıldığı, 2017-2018 yıllarında orta-büyük çaplı üyelerin çalıştıkları yazılım firmaları ile entegre olunması ve büyük çaplı organizasyonların internet siteleri ile doğrudan entegre olunması şeklinde iş birlikleri gerçekleştirildiği beyan edilmiştir. (.....) tarafından ofis ve saha personellerinin ilan girişleri için galerilere yardım ettiği, dilerlerse kullanıcıların ilan girişlerini ücretsiz bir şekilde yaptıkları belirtilmiştir.
- (227) (.....) tarafından ise 04.11.2019 tarihinden önce üyelerinin SAHİBİNDEN internet sitesindeki kullanıcı adları ve şifrelerini girmek suretiyle "otomatik ilan aktar" özelliğini kullanarak ilanlarını (.....) nin internet sitesine taşıyabildiği, 04.11.2019 sonrasında, Ocak 2022'ye kadar üyelerden gelen taleplerin (.....) saklandığı belirtilmiştir. İlaveten 2021'de yayımlanmış (.....) ilanının (.....) ilan taşıma ile yayımlanmış olduğu, taşınan ilanların 2021'de yayımlanmış toplam ilan sayısı içerisinde %(.....) bir oranı kapsadığı, çağrı merkezi aracılığıyla ilan taşıma uygulaması boyunca tarayıcı gezintisine izin verilmemesi, şüpheli erişim uyarıları işareti gibi teknik engellemeler ile karşılaştıkları da belirtilmiştir.
- (228) Altıncı olarak, rakip ilan platformlarından, SAHİBİNDEN'in -özellikle kurumsal- üyelerinin, verilerini diğer platformlara taşımalarını engellemeye/kısıtlamaya yönelik

83 (.....)

84 (.....)

85 (.....)

86 (.....)

herhangi bir davranışının mevcut olup olmadığı hakkında da bilgi sağlanması talep edilmiştir. (.....) tarafından (.....) otomatik ilan aktar sistemi yürürlükteyken SAHİBİNDEN'in marka hakkına tecavüz ve haksız rekabet iddialarıyla birtakım ihtarlarda bulunduğu, bu ihtarlar karşılık (.....) üyelerin kendi talebine dayanılarak bu işlemin gerçekleştirildiği ve kişilerin esasen kendi verileri üzerinde tasarrufta bulunduğu dolayısıyla ilgili sürecin haksız rekabet teşkil etmediğinin ifade edildiği, bu açıklamalar sonrasında SAHİBİNDEN tarafından ikinci bir ihtarla bulunulmasa da üyelerin giriş yaptığı Google Chrome Extension erişiminin kapatıldığı ve akabinde "otomatik ilan aktar" özelliğinin sonlandırıldığı belirtilmiştir. Bu süreçte SAHİBİNDEN tarafından kullanılan karmaşık algoritmaların (.....) tarihinden sonra geliştirilen sistemle büyük ölçüde aşıldığı ancak yine de SAHİBİNDEN'in IP adresleri üzerinden ilgili ilanlara erişimde kullanıcı adı ve şifre olmaksızın tarayıcı gezintisine izin vermediği ve şüpheli erişim uyarıları gönderebildiği belirtilmiştir. (.....) tarafından ise SAHİBİNDEN tarafından ilanların girişi için entegrasyon veya ilanların taşınması için bir yöntem sunulmadığı, entegrasyon sağlanması konusundaki girişimlerin SAHİBİNDEN tarafından engellendiği, geliştirilen yazılımların SAHİBİNDEN ile entegre olamaması sebebiyle kullanıcıların ilan platformlarının tamamını tek bir ara yüz ile yönetebilmeleri şeklindeki beklentilerini tam olarak karşılayamadığı ve kullanım oranlarının kısıtlı kaldığını beyan etmiştir (.....) ile yapılan çevrim içi toplantıda söz konusu uygulamanın detayları sorulmuştur. Buna göre,

- Entegrasyon modelinin iki farklı şekilde sağlandığı, ilk yöntemde küçük ve orta çaplı kullanıcıların yeterli teknik altyapıları bulunmadığında çalışmayı tercih ettikleri (.....) gibi yazılım firmalarıyla 2018'den bu yana entegre oldukları, bu yazılımların esasen stok yönetimi programı gibi düşünülebileceği, üyelerin bu yazılım firmaları üzerinden stok kontrollerini sağlarken ilgili yazılım firmalarının ara yüzünde "bu ilan (.....) yayımlansın" şeklinde bir buton olduğu ve bu butona tıklandığında seçilen ilanın aktarımının sağlandığı,
- İkinci olarak ise teknik altyapıya sahip büyük çaplı organizasyonların kendi internet siteleri ile anlaşmalı oldukları, bu kapsamda (.....) ve (.....) ile 2017'den bu yana entegre oldukları,
- İş birliği yapılan entegratörler ile (.....) üzerinde anlaştıkları ortak bir XML formatı olduğu, kullanıcıların kullandıkları uygulama üzerinden girdikleri ilanların (.....)'a aktarılması için bir adres aldıkları ve bu adresi (.....) ile paylaştıkları, ilgili adresin (.....) sistemlerine girildiğinde kullanıcının tercihine göre 30 ila 300 dakikada bir bu XML dosyasının (.....) tarafından işlendiği, bu aralığın özellikle kullanıcı taleplerinin dikkate alınarak belirlendiği, kaç ilan aktarıldığının sistemsel olarak herhangi bir engel oluşturmadığı, (.....) dosyada bulunan ilanların güncellendiği veya yeni ilan oluşturulduğu,
- Genel olarak bu uygulamaları kullanan firmaların *franchise* modeli ile çalışan firmalardan oluştuğu, bu uygulamaların kullanılmasının *franchise* ofislerin genel merkezleri tarafından talep edildiği, (.....) kullanan (.....) adet, (.....) kullanan (.....) adet, (.....) kullanan (.....) adet ve kendi web siteleri ile (.....) entegrasyonu bulunan (.....) adet üyenin bulunduğu,
- Rakip platformlar üzerinde yayımlanan ilanlar için ise böyle bir imkânın olmadığı, geçmişten beri galericilerden ilanların platformlar arası aktarılması ve güncellenmesi yönünde oldukça fazla talep aldıkları, galericilerin bu imkânsızlıktan kaynaklı olarak başka platformlardan paket alsalar dahi, bunu aktif olarak kullanmadıkları,

- Bu sorunu çözmek adına anılan (.....), ancak SAHİBİNDEN tarafından taleplerine yanıt verilmediği ve ilgili problemin çözülmediği, daha sonra bu sorunu çözmek yönünde girişimleri olduğu, çeşitli arayüz eklentileri ile SAHİBİNDEN'den ilanların aktarılmaya çalışıldığı, ancak bu yöntemin kullanıcı tarafından elle tetiklenmesi gereken bir yöntem olduğundan sürdürülebilir olmadığı, ardından yazılım firmalarının kendi sistemine girilen ilanları bir robot ile SAHİBİNDEN arayüzüne girme çabalarının da olduğu, ancak bunun da sürdürülemediği, SAHİBİNDEN'in bu tür aktarımları "olağan dışı erişim tespit edildiği" gerekçesi ile 2019 yılından itibaren çeşitli yollarla engellediği,
- 2018 yılı itibarıyla entegrasyon imkânı sağlanmış da olsa kullanım gerçekleştiren kümülatif üye sayısında artış görülmediği, çünkü işletmelerin birincil tercihleri olan platformun (SAHİBİNDEN) bunu desteklememesi sebebiyle bu uygulamaların faydalı bulunmadığı, kullanıcıların ilgili entegrasyon alanını ilan girişi yapacakları ikinci veya üçüncü bir alan olarak gördükleri, çoğu zaman entegrasyon vasıtasıyla alınan ilanların da güncel tutulmadığı için hatalı bilgi içerdiği, bu noktada MASFED tarafından otonomi.com kurulmuş olsa da federasyonun üyelerini bu platforma ilan girmeye yönlendiremediği veya ilanların güncelliğini sağlayamadığı,
- Dolayısıyla hâlihazırda ilan aktarımı ve güncellenmesi noktasındaki sorun çözülmendiğinden (.....)'dan ya hiç paket alınmadığı ya da alınsa bile kullanılmadığı, öyle ki (.....) kullanıcıların %(.....) ilanını güncel tutmadığı, çünkü kullanıcıların bu zorluklar sebebiyle SAHİBİNDEN dışında ikinci bir platformu yönetemedikleri,
- 2017 yılında entegrasyon hizmetini kullanan üye sayısının (.....), 2018'de (.....), 2019'da (.....), 2020'de (.....), 2021'de (.....) ve 2022'de (.....) olarak gerçekleştiği, ilan sayısı bakımından ise Eylül 2022'de yayımda olan (.....) ilandan sadece (.....) tanesinin entegrasyonlar (yazılım firması aracılığıyla ya da kendi internet siteleri üzerinden) vasıtasıyla yayımlandığı, entegrasyon kullanan firmaların az olmasından kaynaklı olarak bu yöntem ile platformda yayımlanan ilanların oranının sadece %(.....) oranında kaldığı, bu uygulamaların platformlar tarafından desteklenmesi ve kullanıcıların ihtiyaçlarını karşılayabilir hale gelmesi ile birlikte kullanım oranının artacağına öngörülebileceği

belirtilmiştir.

(229) Yedinci ve son olarak, SAHİBİNDEN tarafından kurumsal üyelerinin SAHİBİNDEN platformuna girdiği ilan verilerini alternatif platformlara taşımalarını sağlamanın kendileri ve pazardaki diğer paydaşlar (rakipler, kurumsal üyeler, bireysel üyeler, ilan arayanlar hakkında vb.) üzerindeki olası etkilerine, avantaj ve dezavantajlarına yönelik olarak görüşüne başvurulmuş rakip ilan platformları tarafından emlak satış/kiralama pazarına ilişkin aktarımların yanında (.....) tarafından;

- Platformlar arası veri taşınabilirliğinin küçük ölçekli galericilerin problemlerini çözebileceği, ancak orta/uzun vadede bu çözümün kullanıcıların birincil ilan tercihi olmayan oyuncularını olumsuz bir durumla karşı karşıya bırakma riski olduğu,
- Bu şart altında kullanıcıların mevcut kullandıkları platformdaki ilanı taşıyacak olduğu, kullanıcıların mevcut alışkanlıkları üzerinden gerçekleştirecekleri ilk davranışın bu platform üzerinden ilan girmeye ve "nasıl olsa bundan sonra aktif

olarak taşınacak” algısı ile ikinci platforma, bir daha giriş yapma gereği duymamaya başlayacakları, kullanıcıların SAHİBİNDEN tarafından sağlanan diğer hizmetlerden⁸⁷ (doping vb.) haberdar olması, denemesi ve deneyimlemesi noktasında bir dengesizlik oluşacağı ve şartların eşit durumda olmayacağı, bunun sonucu olarak diğer platformların hem bu alanda mevcut müşterilerine kendi uygulamaları aracılığıyla tamamen ulaşamadıkları için daha fazla pazarlama eforu harcayacakları ve sonuç olarak daha düşük bir kullanım oranı sonucunda çok daha düşük bir gelir/büyüme elde edecekleri⁸⁸,

- Bu kaygıların yanında, platformlar arası aynı ilan için içeriğin farklı fiyatlar veya bilgiler ile listelenmiyor olmasının ilan bakan kullanıcıların yaşadığı tecrübenin iyileşmesini sağlayacağı, ilan bakan kullanıcıların güncel olmayan ilanlar için genellikle platformları suçladıkları, “güncel olmayan ilan” probleminin ortadan kalkmasının, kullanıcılara sağlanacak deneyimin iyileşmesiyle platform algısına olumlu bir katkı sağlayacağı, veri taşınabilirliğinin orta/büyük ölçekli galericilerin merkezi bir yönetim sistemi ihtiyacına tam karşılık olmayacağı, bu tür galericilerin kendi girişimi ile üretmiş olduğu internet sitesi, varsa stok uygulaması ile ilgili süreçleri yine bağımsız olarak yürütmesi gerekeceği, bu kullanıcıların temel ihtiyacının merkezi bir sistem üzerinden operasyonlarını yönetmek olduğunu düşünülürse entegrasyon sağlanmasının çok daha anlamlı çözüm yaratacağı

ifade edilmiştir.

- (230) (.....) tarafından müşteri memnuniyeti açısından çok fazla detay girilmesi gereken ikinci el vasıta ilanlarında veri taşımanın verimli olduğu, ilan girmenin zaman gerektiren bir iş olduğu ancak 70-80 saniye içerisinde ilan taşımanın gerçekleştirilebildiği, galericilerin çok fazla ilanının olması, tüketicilerin ise ilan girme açısından pratik olmaması nedeniyle veri taşımanın faaliyetleri kolaylaştırdığı, ilanların güncelliğinin sağlanması açısından da veri taşımadan etkinlik sağlandığı ifade edilmiştir.
- (231) Sonuç olarak, yukarıda emlak ve vasıta alanında faaliyet gösteren rakip platformlardan aktarılan bilgi ve görüşlerden hareketle, söz konusu rakiplerin ilgili pazarlarda veri taşınabilirliği konusunda birtakım aksaklıklar, zorluklar ve engellemeler ile karşı karşıya kaldıkları anlaşılmaktadır.
- (232) Gerek emlak gerekse vasıta alanındaki rakiplerin tümü ilgili pazarlarda giriş ve büyüme engelleriyle karşılaştıklarını beyan etmiş olup pazara ilk giren avantajı, pazarın çift yönlü özelliği ve yoğun ağ etkilerine, SAHİBİNDEN’in çok kategorili ilan platformu olmasından kaynaklanan kapsam ekonomilerine vurgu yaparak bu etkilerin aşılması/yeterli seviyede kullanıcı ve üyeye erişilmesi, bilinirliğin ve sürdürülebilirliğin sağlanması ve marka bilinirliğinin artırılması için yüksek yatırım maliyetlerinin, reklam/pazarlama harcamalarının gerekliliğini ifade etmişlerdir. İlaveten ücretsiz

⁸⁷ Teşebbüs tarafından ayrıca, SAHİBİNDEN’in mevcut gelir yapısında özellikle ilanların öne çıkartılması için satılan ürünlerin önemli bir kalem olduğu ve genel olarak iş modelinin bunun üzerine kurulu olduğunun söylenebileceği, bu noktada kullanıcının ilanının performansını takip ettiğinin, aldığı görüntüleme sayılarına göre de platform tercihi yaptığının bilindiği, bu açıdan bakıldığında ve kullanıcı ataleti de göz önünde bulundurulduğunda, ikincil bir platformu daha düşük oranda takip etmeye ve hatta hiç takip etmemeye özendirilen bu sistemde rekabetin daha da dengesizleşeceği ifade edilmiştir.

⁸⁸ Mevcut durumda dahi üyelerine uygulamalarını ve ürünlerini kullanırmak konusunda ciddi bir efor sarf ettikleri, 2021 yılında ücret ödeyerek paket almış olmasına rağmen (.....) üyenin hiçbir şekilde ilan yayınlamadığı, sektörde mevcut tekel durumunun daha da güçlenmesine sebebiyet verecek bu yöntemin, aşmak için yüksek efor sarf ettikleri giriş bariyerini bir kez daha yükselteceği de belirtilmiştir.

fiyatlamının dahi mevcut durumda etkili olamaması, SAHİBİNDEN'in ilan bakan ve ilan veren açısından vazgeçilmez olması vurgulanmıştır.

- (233) Üyelerin öncelikle SAHİBİNDEN'i tercih etmesi ve alternatif platformlardan aldıkları paketleri aktif olarak kullanmaya zaman ayıramadığı, oluşan bu etkinsizlik sonucunda üyeliklerini tekrarlamaktan vazgeçtiği ya da hiç üye olmayı tercih etmediği, ilan yayımlama işleminin üyeler açısından zor ve zahmetli bir iş olduğu, üyelerin ilanları girmek üzere ilkin trafiği çok olan siteyi tercih ettiği, platformlar arasında çoklu erişim imkânlarının mümkün olmadığı belirtilmektedir. Pazara giriş ve pazarda büyüme engelleri yanında bu zorlukların kullanıcı ataletini pekiştirdiği ve rakip platformlar olarak ilgili pazardaki faaliyetlerinin zorlaştırıldığı ifade edilmektedir.
- (234) Kurumsal üyelerin bir ilan girişini başlattığı andan o ilanı yayımladığı ana kadar harcadıkları ortalama süreler ile bu sürelerin portföy miktarı ve her bir ilan güncelleme eylemi doğrultusunda katlandığı süre dikkate alındığında, kurumsal üyelerin rakip platformlardan ilanların başka platformlara taşınması ve zaman tasarrufu sağlanması yönünde talepte buldukları anlaşılmaktadır. Öyle ki kurumsal üyelerin bu talepleri karşılanmaz ise üyelik paketi satın almayacaklarını açıkça belirttikleri de ifade edilmektedir.
- (235) Pazarda karşılaşılan bu aksaklıklar ve zorlukları bertaraf etmek için rakip platformların, ilan verenlerin hem kurumsal üyelerin kendi internet sitelerinde hem de ilan platformlarında yer alan ilanlarını etkin bir şekilde yönetmelerine imkân sağlayan entegratör firmalar ile çalışma gibi bir takım adımlar attığı gözlemlenmiş olsa da ilgili kurumsal üye internet sitelerinin istikrarlı olmaması, sürdürülebilir teknik altyapılarının bulunmaması dolayısıyla bu yöntemin sürdürülebilir olmadığı söylenebilecektir. İlâveten bahse konu uygulamanın ek maliyet yarattığı ve bu gibi çözümlere alternatif olarak ücretsiz veya daha uygun çözümlerin de sağlanabileceği de rakip platformlar tarafından vurgulanmaktadır. Entegrasyon yöntemine ek olarak rakip platformların bu defa ek maliyet yaratmayacak şekilde bireysel olarak SAHİBİNDEN üzerinden gerçekleştirmeye çalıştıkları ilan aktarımlarının ise SAHİBİNDEN tarafından geliştirilen yazılım üzerinden engellenme riski ile karşı karşıya olması ve SAHİBİNDEN internet sitesindeki en küçük bir HTML değişikliğinin ilgili kodların çalışmasına engel olması sebepleriyle etkili bir çözüm yolu olarak hayata geçirilemediği görülmüştür.
- (236) Hatta rakip platformların ofis ve saha personellerinin ilan girişleri için emlakçılara/galericilere yardım ettiği, dilerlerse kullanıcıların ilan girişlerini ücretsiz bir şekilde yaptıkları da anlaşılmıştır. Ancak bu adımların da sürdürülebilir olmadığı ve tespit edildiğinde SAHİBİNDEN tarafından engelleme ile karşılaştıkları söylenebilecektir.
- (237) Son olarak rakip platformlar tarafından ilan aktarımının salt veri taşınabilirliği ile gerçekleştirilmesinin elbette birtakım faydalar sağlayacağı ancak bu faydaların SAHİBİNDEN'in izin verdiği ölçüde kalacağı, ilan aktarımının sağlanması yanında önemli olan bir diğer hususun ise ilanların güncel tutulması gerekliliği olduğu, bazı ilan türlerinde verilerin teknik alan formatının firmalar arasında farklılıklar gösterebildiği, bu tip farklı veri formatlarının SAHİBİNDEN tarafından iletilecek olan standart formattaki verilere uyarlanması gerekeceğinden yazılım geliştirme maliyeti yaratabileceği, dolayısıyla veri taşınabilirliği için en uygun yöntemin platformlar arası entegrasyon sağlanması şeklinde olabileceği vurgulanmıştır.

I.5.2.1.4. Kurumsal Üyelerden Elde Edilen Bilgiler

- (238) Önaraştırma sürecinde ilanların birden fazla platformda ayrı ayrı yayımlanmasında zorluk çekip çekmediklerinin ve bu zorlukların gerekçelerinin tespiti için emlakçıların görüşlerine başvurulmuştur. Alınan yanıtlardan, zorluk çeken emlakçılar için bu zorlukların muhtemel gerekçelerinin ilanı ikinci bir platformda yayımlamanın çok zaman alması, bunun sonucu olarak sahada müşterilere vakit ayrılamaması, ilanları girmek için çalışan tutmanın maliyetli olması, farklı platformların ara yüzlerine uyum sağlamakta zorluk çekilmesi⁸⁹ olduğu tespit edilmiştir. Söz konusu tespitler bu zorlukların üyelerin birden fazla platformda ilan vermekten vazgeçmesi sonucuna yol açabildiğine işaret etmektedir.
- (239) Kurumsal üyelerin birden fazla platformu aynı anda kullanmalarında ya da birden fazla platformda ayrı ayrı ilan yayımlamalarında bir engel veya zorlukla karşılaşp karşılaşmadıklarını tespit etmek üzere, soruşturma kapsamında da emlakçı ve galericileri temsil eden oda veya derneklerle, platformlardan ilan alım miktarı görece yüksek olan emlakçı ve galericilerle çevrim içi görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Ayrıca bu süreçte rakipler, emlakçıların kendilerinden ilan paketi almaları, bu paketleri kullanmaya devam etmeleri ya da güncel tutabilmeleri için verilerinin taşınmasını talep ettiklerini belirtmiştir. Her ne kadar bu taleplere ilişkin yazılı bir belge bulunmasa da rakiplerin bu beyanlarda bulunduğunu ileri sürdüğü üyelerden bir kısmı ile doğrudan çevrim içi toplantılar aracılığıyla görüşme gerçekleştirilmiştir. Elde edilen bilgilere aşağıda yer verilmiştir.

I.5.2.1.4.1. Emlakçılardan Elde Edilen Bilgiler

- (240) Emlakçılardan alınan görüşlerin anlaşılabilmesi için öncelikle emlakçılar (emlak ofisleri/emlak ofisi sahipleri) ile emlak danışmanları arasındaki ilişki ve söz konusu tarafların platformlarda ilan yayımlamasındaki işleyiş hakkında açıklama yapılmasında fayda bulunmaktadır.
- (241) İlk olarak, pazarda emlakçıların *franchising* usulüyle veya kendi markaları ile olmak üzere iki alternatif yoldan faaliyet gösterdiği gözlemlenmiştir. *Franchising* veren emlakçılar arasında REMAX TURK, Century 21, Coldwell Banker, vb. markalar örnek gösterilebilir. Daha önce de aktarıldığı üzere, SAHİBİNDEN toplam emlak gelirleri içinde söz konusu teşebbüslerin payı 2019 yılında %(.....); 2020 yılında %(.....) ve 2021 yılında %(.....) şeklinde gerçekleşmiştir⁹⁰. *Franchising* alan emlakçılar da bu teşebbüslerin ofis sayısı bakımından payının yaklaşık %5-10 arasında olduğunu beyan etmiştir. *Franchising* anlaşması bulunan her bir ofis, ayrı tüzel kişilik niteliğini haizdir ve farklı vergi kimlik numarasına sahiptir.
- (242) İkinci olarak, *franchising* usulü olsun ya da olmasın, emlak ofisi sahiplerinin/emlakçıların bünyesinde emlak danışmanları ile çalışabildiği görülmektedir. Ancak, ofis bünyesinde bulunan danışmanlar ile ofis sahibi arasında klasik bir işçi-işveren ilişkisi bulunmamakta, her danışman özerk çalışmakta, hatta danışmanın kendi tüzel kişiliği ve vergi numarası bulunabilmektedir. Emlak danışmanları ile emlak ofisi sahipleri, ilan portföylerini ve/veya ilan paketi alımı dâhil

⁸⁹ Örneğin farklı platformların formatlarının farklı olması, yazı karakterlerinin uyumsuz olması, fotoğraf ve video formatlarının büyüklüğü ve miktar/süresinin farklı olması nedeniyle yaşanan zorluk, farklı platformların ilan bilgi/açıklama kriterlerinin farklı olması nedeniyle yaşanan zorluk, fotoğraf ve/veya videoların farklı platformlara yüklenmesinin zaman alması nedeniyle yaşanan zorluklar.

⁹⁰ SAHİBİNDEN tarafından *franchise* modelinde çalışan markalar anahtar kelime olarak belirlenerek, sistemlerinde yer alan mağaza isimleri içerisinde taratıldığı ve bu şekilde tespit edilen mağazaların gelirlerinin hesaplandığı belirtilmiştir.

olmak üzere ofisin faaliyetlerini yürütmek için katladığı maliyetleri paylaşarak bir iş birliği ilişkisi içindedir. Örneğin (.....) tarafından konuya ilişkin olarak, danışmanların ofisin ödediği ilan ücretinin yarısına katlandıkları, bir başka deyişle ilan başına ofis-danışman arası bölüşüm modelinin benimsendiği, belirtilmiştir. Uygulamada platformlardan ilan paketini ofis sahibinin satın aldığı ve emlak danışmanlarını ilan paketlerine alt kullanıcı olarak atadığı ifade edilmiştir. (.....) de emlak ofisi tarafından satın alınan ilanların paket ücretlerine tamamen danışmanların katlanmadığını, ancak öne çıkarma gibi hizmetlerin masraflarının danışmanların kendilerine ait olduğunu, bazı durumlarda ilan paket ücretinin danışman ve emlak ofisi arasında paylaşılabilirdiğini belirtmiştir.

- (243) Üçüncü olarak, platformdan ilan alımı ile emlakçının/emlak ofisi sahibinin/emlak ofisinin adına üyelik oluşturulmakta, platformda bu üyelik adına mağaza açılmakta, aynı ofis bünyesinde çalışan danışmanlara ise mağaza altında alt kullanıcı hesabı tanımlanmaktadır.
- (244) SAHİBİNDEN, HEPSİ EMLAK, ZİNGAT ve EMLAK JET platformlarında mağaza adıyla arama yapıldığında kurumsal müşterilerin mağaza sayfasında mağazaya ait taşınmaz ticareti yetki belgesi numarasına, mağazanın toplam portföyüne ve danışman bilgilerine yer verilmektedir. İlgili danışmanlara tıkladığında ise danışmanın portföyünde yer alan tüm ilanlar ve iletişim bilgisi görülmektedir. Ayrıca anılan platformlarda ilanlara tıkladığında son kullanıcılar emlak ofisinin değil emlak danışmanının iletişim bilgilerini görmektedirler.
- (245) Pazardaki işleyişe ilişkin açıklamaların ardından, bu kısımda emlakçılarla yapılan görüşmelerden elde edilen bilgilere yer verilecektir. *Franchising* alan emlakçılardan (.....) ile yapılan çevrim içi görüşmede; SAHİBİNDEN ile eş anlı olarak HEPSİ EMLAK, ZİNGAT, EMLAK JET platformlarının ve kendi kurumsal internet sitelerinin (.....) kullanıldığı, SAHİBİNDEN dışında kalan platformlar ile (.....)'ın kendi platformu arasında entegrasyonun sağlandığı, (.....) SAHİBİNDEN'den API talep ettiği ancak bu talebin reddedildiği, API'lere erişim izni vermediği ifade edilmiştir. İlave olarak (.....) tarafından emlak danışmanları arasında da bir rekabet olduğu, emlak danışmanları için daha fazla ilan bakana erişim imkânı veren emlak ofislerinin önemli olduğu, birden fazla platformdan paket alan ofislerin emlak danışmanı çekebilmek açısından daha avantajlı olduğu, danışmanlar arasında bu sebeple ofis değişikliğinin yaygın olduğu belirtilmiştir. Çevrim içi görüşme yapılan bir diğer *franchise* ofis (.....) tarafından da diğer emlak ofisleri ile rekabet halinde olduklarından, çoğu emlak ofisi birden fazla platform kullandığından ve rakip platformlardaki maliyetler de SAHİBİNDEN kadar yüksek olmadığından SAHİBİNDEN ile eş anlı olarak neredeyse tüm platformlarının kullanıldığı, (.....) sitesine girilen ilanların (.....), (.....) ve (.....)'a tek tık ile aktarılabilirdiği bir altyapı oluşturdukları, ancak SAHİBİNDEN platformuna da aktarabilmeleri için SAHİBİNDEN tarafından entegrasyon sağlanmadığı, bu sebeple (.....) sitesine girilen ilanlar için de ayrı vakit harcanarak SAHİBİNDEN sitesine girildiği ifade edilmiştir.
- (246) (.....) tarafından, SAHİBİNDEN'in bu denli pahalı olması karşısında kendilerinin her toplantıda emlak danışmanlarını ilkin ilanlarını (.....) platformundan girmeleri için yönlendirdikleri, ancak danışmanların bu yönde davranış sergilemelerini sağlayamadıkları, danışmanların ilanı ilkin SAHİBİNDEN platformuna girmeye meylettikleri vurgulanmıştır. Dahası, danışmanların ilanlarını her durumda SAHİBİNDEN'de yayımladıkları ve portföylerinin hepsini rakip platformlara yansıtmadıklarından rakip platformlara ödenecek başkaca bir ücrete katlanmak istemedikleri ve genellikle rakip platformlara ilan girişinden imtina ettikleri, bu sebeple

emlak ofisi tarafından danışmanlardan alınan ilan ücretinin de genellikle SAHİBİNDEN platformuna yönelik olduğu açıklanmıştır. Alexa verilerine göre SAHİBİNDEN'in tıklanma bakımından dünyada 312. sırada olduğu, ancak en yakın rakibi HEPSİ EMLAK'ın 80.000. sıralarda geldiği, SAHİBİNDEN internet sitesinin trafiğinin oldukça yüksek olduğu, diğer platformların yalnızca emlak ya da yalnızca vasıta alanında faaliyette bulunuyor olmasından ötürü tıklanma oranlarının SAHİBİNDEN kadar fazla olamadığı, bu bakımdan Trendyolemlak'ın⁹¹ pazara giriş yapacağını duydukları, SAHİBİNDEN'e karşı etkili bir rakip olabileceği düşüncesiyle bunu heyecanla bekledikleri ifade edilmiştir. (.....) tarafından ise ilanların ilk önce kendi web sitelerine girilmesi, ardından diğer platformlarda yayımlanması yönünde danışmanlara alışkanlık kazandırmak için çok uğraştıkları, ancak danışmanların bu yönlendirmeye riayet etmediği ve ilanları ilkin SAHİBİNDEN platformuna girdikleri belirtilmiştir. (.....) tarafından, her ne kadar birden çok platform kullanılıyor olsa da ilan portföyünün SAHİBİNDEN dışında kalan platformlara tamamen yüklenmediği, örneğin 80 adet ilan portföyü olan bir emlak ofisindeki danışmanların SAHİBİNDEN'e 80, rakip platformlara 20 adet ilan girdiği, bunun da arkasında yatan temel sebebin rakip platformlardan alınması öngörülen geri dönüşlerin SAHİBİNDEN'e nazaran düşük kalması olduğu ifade edilmiştir.

- (247) İlaveten (.....) tarafından dönem dönem ZİNGAT, HEPSİ EMLAK gibi platformlarla sağlanan entegrasyonun, ilan girilen alanların tam olarak örtüşmemesi, ilanın içerdiği kimi bilgilere (m² bilgisi, oda sayısı vb.) ayrılan alanların platformlar özelinde farklılaşıyor olması ve standart bir ilan girişi alanının olmaması sebepleriyle her ilanın ilgili platforma anlık ve eksiksiz şekilde aktarılamamasına yol açtığı dolayısıyla danışmanların ilan bilgilerinde hata yapmamak adına ilanları kimi zaman manuel olarak girebildiği, zira emlakçıların yayımladıkları ilanların güncelliğinden sorumlu oldukları da belirtilmiştir. Bu konuda (.....) tarafından da EMLAK JET, ZİNGAT ve HEPSİ EMLAK'ın ofis danışmanlarının ilanların önce SAHİBİNDEN platformuna girilmesi ve ardından da kendi platformlarına girilmemesi ya da kendi platformlarına girilen ilanların güncel tutulmaması karşısında, emlakçıları ikna etmek adına SAHİBİNDEN platformuna girilen ilanları kendi platformlarına otomatik olarak aktarma yoluna girdikleri, neredeyse bir yıllık sürenin tamamında bu aktarım mekanizmasının uygulamada olduğu, emlak ofisi portföyünde bulunan tüm ilanların SAHİBİNDEN'e neredeyse eksiksiz girildiği, danışmanları rakip platformlara ilan girmeleri konusunda ikna etmenin zor olduğu, bu sebeple rakip platformlara ilan girişinin yukarıda bahsedilen aktarım mekanizması ile sağlanmaya çalışıldığı, rakip platformların bu aktarım mekanizmasını pazarlama stratejisine dönüştürdükleri, aktarımda ortaya çıkan bazı aksaklıklar nedeniyle (fotoğrafın kalitesindeki düşüş vb.) danışmanların bazen ilanları manuel olarak düzelttikleri, hatta bu yöntemin de uğraştırıcı olması sebebiyle danışmanların ilanları her bir platforma ayrı ayrı girmeyi tercih edebildiği belirtilmiştir.
- (248) Emlakçılar ile yapılan görüşmelerin tümünde, önemle dikkat çekilen bir ortak husus SAHİBİNDEN tarafından uygulanan fiyatlama ve diğer şartlara ilişkin sorunları olmuştur. İlk olarak, paket kullanım oranları hususunda, neden kullanmayacakları kadar ilan paketi aldıklarının sorulmasına istinaden (.....) tarafından, aynı ofis bünyesinde çalışan danışmanlara, alınan ilan paketinin olanak verdiği sayı doğrultusunda alt kullanıcı hesabı tanımlandığı, SAHİBİNDEN tarafından sunulan ilan

⁹¹ Trendyol, 07.07.2022 tarihinde yürürlüğe giren Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanunda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun'a uyum süreci kapsamında Trendyolemlak girişimlerini süresiz olarak askıya aldığını duyurmuştur (bkz. <https://ofis.trendyol.com/onboarding>, Erişim Tarihi: 26.09.2022).

paketleri özelinde alt kullanıcı hesabı tanımlama yetkisinin farklılaşabildiği, örnek vermek gerekirse 100'lük bir ilan paketinde maksimum 12 kullanıcıya bu hesap tanımlamasının yapılabileceği, 13 danışmanı olan bir emlak ofisinin tüm danışmanlarına alt kullanıcı hesabı tanımlayabilmesi için mecburen 200'lük ilan paketine yönelmesi gerektiği, emlak ofisinin ilgili ilan paketi süresi boyunca yayımladığı ilan sayısının maksimum ilan sayısına ulaşmadığı halde sırf danışman sayısı sebebiyle daha üst pakete yönlendirilmesinin adil olmadığı, rakip platformlarda da ilan paketi ve kullanıcı sayısı sınırının olduğu, ancak SAHİBİNDEN'deki gibi yeni bir ilan paketine geçme durumunun olmadığı, mevcut ilan paketinde kalınmasına rağmen kullanıcı başına makul bir ücret ödenerek kullanıcı sayısının artırılabilirdiği ifade edilmiştir.

- (249) İkinci olarak, (.....) tarafından, 200'lük ilan paketinin SAHİBİNDEN'deki fiyatlandırması aylık 12.500-13.000 TL iken benzer ilan paketinin EMLAK JET'teki fiyatlandırmasının yaklaşık 800 TL olduğu, katlanılan masrafın yalnızca ilan paketi ücretiyle sınırlı olmadığı bunun yanında ilanı ön plana çıkarmak için de oldukça önemli sayılabilecek masraflara katlanıldığı ifade edilerek SAHİBİNDEN fiyatlarının çok yüksek olduğu vurgulanmıştır. Dahası, emlak ofisleri için hâlihazırda kullanılan standart 200'lük ilan paketinin bu sene kullanımdan kaldırılacağı, SAHİBİNDEN'in bu konuda emlak ofislerine e-posta gönderdiği, standart 200 yerine efektif hiçbir özellik sağlamayan ancak daha pahalı olan Premium 200'lük ilan paketine geçilmesinin teşvik edildiği beyan edilmiştir.
- (250) Emlakçıların ilan girişinde karşılaştıkları sorunlara yönelik olarak (.....) tarafından, bir ilan girişinin ortalama 15 dakika aldığı, ilan verilerinin tek tıkla diğer platformlara aktarılabilmesinin iş yükünü oldukça azaltacağı, danışmanlar ile uzlaşmaya varılamayan ve sürekli gündemlerini meşgul eden ilan girişine yönelik tartışmaları azaltacağı, uzun vadede ise platformlar arası rekabeti artıracığı ve bunun ilan paket ücretlerine olumlu katkısının olacağı beyan edilmiştir.
- (251) Soruşturma kapsamında, çok sayıda emlakçıyı temsil etmeleri, ilan portföy kapasitelerinin daha yüksek olması, birçoğunun kendi platformlarının bulunması, bu bakımlardan iddia konusu veri taşınmasının engellenmesi eyleminden etkilenmelerinin daha olası görülmesi, kurumsal olmalarının soruşturma kapsamında bu teşebbüslerden hızlı ve sistematik veri elde etmekte avantaj sağlayabileceğinin düşünülmesi sebepleriyle *franchise* veren emlak şirketlerinden bilgi talep edilmiştir. Nitekim bunlardan TURİYAP (.....) emlakçıyla, REMAX (.....) emlakçıyla, Altın Emlak (.....) emlakçıyla, Coldwell Banker (.....) emlakçıyla, ERA (.....) emlakçıyla, Century 21⁹² (.....) emlakçıyla, Reality World (.....) emlakçıyla, Birleşmiş Emlak (.....) emlakçıyla ve Startkey ise (.....) emlakçıyla çalışmaktadır.
- (252) Bu teşebbüslerin işbirliği yaptıkları emlak ofislerinin yalnızca SAHİBİNDEN platformunu kullanma oranının REMAX için %(.....), TURİYAP için %(.....), Altın Emlak için %(.....), Startkey için (.....), Birleşmiş Emlak için %(.....) ve Reality World için ise %(.....) olduğu ifade edilmiştir. Coldwell Banker-Century 21 ve ERA için ise bu oranın %(.....) olduğu ifade edilmektedir. Yalnızca SAHİBİNDEN dışında kalan rakip platformların kullanılma oranına ilişkin ise REMAX ve Startkey tarafından %(.....), TURİYAP ve Reality World tarafından %(.....) ve Altın Emlak tarafından %(.....) şeklinde yanıt sağlamıştır.
- (253) İlâveten ilgili zincir emlakçılar tarafından sağlanan yanıtlarda, bünyelerinde faaliyette bulunan emlak ofislerinden hemen hemen hepsinin en az bir platformda ilan

⁹² Century 21, Coldwell Banker ve ERA aynı ekonomik bütünlükte olup CB Gayrimenkul Franchising Pazarlama ve Danışmanlık Hizmetleri AŞ altında faaliyetlerini sürdürmektedir.

yayımladıkları belirtilirken Altın Emlak tarafından sağlanan yanıtta hiçbir platform kullanmayan emlakçı oranının %(.....), Birleşmiş Emlak tarafından ise %(.....) olduğu belirtilmiştir. Buna karşılık aynı anda birden fazla platform kullanan emlak ofislerinin oranına ilişkin olarak ise REMAX tarafından %(.....), TURYAP tarafından %(.....), Altın Emlak tarafından %(.....), Reality World tarafından %(.....) ve Birleşmiş Emlak tarafından %(.....) şeklinde dönüş alınmıştır. Coldwell Banker-Century 21 ve ERA için ise bu oranın %(.....) olduğu ifade edilmektedir.

- (254) SAHİBİNDEN ile eş anlı platform kullanım oranları bakımından ise, REMAX tarafından %(.....), TURYAP tarafından %(.....), Reality World tarafından %(.....) oranında bir kullanım olduğu belirtilmiştir. (.....) net bir oran belirtmese de tüm ofislerinin SAHİBİNDEN platformunu kullandığını, bunun yanında EMLAK JET, ZİNGAT, HEPSİ EMLAK ve REOS kullanan ofislerinin de bulunduğunu ifade etmiştir. (.....) ise ofislerin öncelikle SAHİBİNDEN'e üye olduklarını, eğer bütçe ayırabilirlerse o zaman diğer platformlara üye olabildiklerini, birden fazla platformu aynı anda kullanan emlak ofisi sayısının çok az olduğunu, çünkü emlak ofislerinin tüm platformlardan ayrı ayrı paket alacak bütçe ve bunlara ayrı ayrı ilan girecek zamanı bulamadıklarını belirtmiştir. Öte yandan rakip platformlar ile eş anlı olarak SAHİBİNDEN platformunun kullanım oranları sorgulandığında ise, bu oran yanıt sağlayabilen teşebbüslerden REMAX ve Startkey için %(.....), Birleşmiş Emlak için %(.....), TURYAP için ise %(.....) olarak ifade edilmiştir.
- (255) Emlak ofislerinin SAHİBİNDEN dışında kalan platformları kullanmak istemelerine rağmen karşılaştıkları herhangi bir zorluk ya da engel bulunup bulunmadığı hakkında ilgili zincir emlakçılara yöneltilen soruya cevaben (.....), (.....) ve (.....) bünyesinde faaliyette bulunan emlak ofislerinin SAHİBİNDEN dışında kalan platformları kullanmak istemelerine rağmen karşılaştıkları herhangi bir zorluk ya da engel bulunmadığı ifade edilmiştir. Öte yandan (.....) tarafından emlak ofislerinin farklı platformlara bütçe ve zaman ayırmakta zorlandıkları belirtilirken (.....) tarafından ise en büyük engelin 2016 yılında başlayan piyasa daralması, pandemi döneminde yaşanan sorunlar ve maliyet artışlarındaki yükselme olduğu ifade edilmiştir. Emlak ofislerinin SAHİBİNDEN dışındaki platformları da kullanmak istemelerine rağmen ilanları rakip platforma (da) girmeleri ve bu ilanları güncel tutup yeri geldiğinde ilanı kaldırmaları bakımından zaman maliyeti ya da personel maliyetiyle karşılaşarak karşılaştıklarına yönelik soruya cevaben ise (.....), (.....), (.....), (.....) ve (.....) tarafından zaman ve personel maliyeti olduğu ifade edilmektedir. (.....) tarafından ifade edildiği üzere, emlak ofisleri bünyesinde çok sayıda gayrimenkul danışmanı barındırdığından bir ilanın birden fazla ilan portalında olması durumu ilanın tüm portallara girilmesi, tüm portallarda aynı anda güncellenmesi (fiyat vb. değişimler durumunda) ve aynı zaman diliminde yayımdan kaldırılması durumlarında zaman ve personel maliyeti doğurmaktadır. (.....) ise SAHİBİNDEN geçmişe dönük ilan verilerinin çekilemediğini, aynı ilandan hem satılık hem kiralık ilan oluşturamadıklarını vurgulamıştır. (.....) tarafından da SAHİBİNDEN ilan aktarımı için altyapı imkânı sağlamadığından ilanları SAHİBİNDEN'e girdikleri, eğer ek vakit bulabilirlerse ancak kendi internet sitelerine de ilan girdikleri, bu nedenle birçok ofisin zaman ve personel maliyetleri ile karşılaştığı ve ağırlıklarını SAHİBİNDEN'e verdikleri ifade edilmiştir. Öte yandan (.....) tarafından herhangi bir zaman ya da personel maliyetiyle karşılaşılmadığı belirtilmiştir.
- (256) Ek olarak, zincir emlakçıların geneli tarafından emlak ofislerinin rakip platformları kullanmak için tek tıkla ilanlarını rakip platformlara aktarabilecekleri bir sistem talep ettikleri de ifade edilmiştir. Öyle ki (.....) tarafından bünyesinde faaliyette bulunan emlak ofislerine yönelik gerçekleştirilen ankette 18 temsilcinin 13'ünün talepte

bulunduğu belirtilmiştir. İlaveten (.....) tarafından hâlihazırda HEPSİ EMLAK ile böyle bir uygulamalarının bulunduğu beyan edilmiştir. Öte yandan (.....) tarafından ise ilan aktarımı konusunda emlak ofislerinden herhangi bir yazılı talep gelmediği, sadece bir ofisten böyle bir talebin sözlü olarak iletildiği ancak bunun fiilen gerçekleştirilebilme şansı bulunmadığından uygulamaya geçirilemediği ifade edilmiştir.

- (257) Emlak ofislerinin SAHİBİNDEN'e veya rakip ilan platformlarından birine girdikleri ilanı tek tıkla kullanmak istedikleri diğer ilan platformlarına aktarabiliyor olması varsayımı altında bu uygulamanın karşılaşılan zorlukları aşmak bakımından faydalı olup olmayacağına yönelik görüşlerine başvurulmuş zincir emlakçılardan (.....), (.....) ve (.....) bu uygulamanın karşılaşılan zorlukları aşmak bakımından faydalı olacağını beyan etmiştir. (.....) tarafından örneklendirildiği üzere; a ilan sitesindeki 1.000.000 TL'lik bir ilan b ilan sitesinde aynı anda 1.100.000 TL olabilmektedir. Entegrasyon olması halinde ilan fiyatının tüm platformlarda tek olacağı da beyan edilmiştir. (.....) ise bu uygulamanın zaman açısından çok faydalı olacağını vurgulamıştır. (.....) da ilgili uygulamanın faydalı olacağını, tek zorluğun ilanların güncel tutulabilmesi olduğu, çünkü ilan platformlarının aynı yazılım sistemine sahip olmadıkları, yine de ilk ilan aktarımındaki başarı oranının %80 olduğu, güncellemeleri ofislerin kendilerinin yapmak zorunda kaldıkları ve farklı platformlarda aynı anda güncelleme yapılamadığı belirtilmiştir.
- (258) Öte yandan (.....) tarafından böyle bir varsayım altında emlak ofislerinin kendi markası ile kurup çalıştırmak istediği web sitesi için engelleyici bir durum oluşacağı, ofis yönetimi açısından müşteri tarafına da oluşturulacak başka faydaların (danışman takibi, sözleşme takibi vb) portföyler başka yerde olduğu takdirde kullanılamayacağı, bu durumla ilgili ayrıca emlak ofislerinin Taşınmaz Ticareti Hakkında Yönetmelik kapsamında yükümlülüklerinin bulunduğu, emlak işletmelerinin platformlara zorunlu kılınmamaları gerektiği, ilan platformlarına entegrasyonun sağlanarak iş ve sürecin emlak ofisleri içinde yapılabilmesini kolaylaştırılması gerektiği, ilanların merkezi CRM altyapıları ile takip edilebilir olmasının çok önemli bir ihtiyaç olduğu ve markanın tek tek girilen ilanları takip etmesinin mümkün olmadığı, bu entegrasyonun sağlanması durumunda, müşteri takiplerinin, sözleşme taleplerinin, ödüllendirme, faturalandırma gibi birçok takibin yapılabilmesine olanak vereceği belirtilmiştir.
- (259) Devamında zincir emlakçıların daha önce/hâlihazırda SAHİBİNDEN'deki ilanlarının SAHİBİNDEN'in rakibi olan platformlara tek seferde kopyalamaya/aktarmaya yönelik bir uygulamaya dâhil olup olmadıklarına ve şayet dâhil oldularsa buna ilişkin deneyimlerine, faydalara ve varsa zorluklara yönelik açıklamaları ile daha önce/hâlihazırda veri taşımaya yönelik girişimleri olduysa buna yönelik deneyimlerine, faydalara ve varsa zorluklara yönelik açıklamalarına başvurulmuştur.
- (260) (.....) ve (.....) tarafından daha önce böyle bir uygulama içerisinde bulunulmadığı ifade edilirken, (.....), (.....), (.....) ve (.....) tarafından entegrasyona izin veren çeşitli platformlar ile bu uygulamanın tecrübe edildiği belirtilmiştir. Bu sistem kullanılırken yaşanan zorluklara yönelik olarak ise (.....), (.....) ve (.....) fotoğraflar başta olmak üzere bazı ilan alanlarının aktarımında sıkıntılar yaşandığını (ilan başlıklarının aynı olmaması gibi) beyan etmiştir. Hatta (.....) tarafından fotoğraflar aktarılsa da üzerinde SAHİBİNDEN'in filigranının yer aldığı, ilerleyen zamanlarda ise aynı IP adresinden veri çekilmesi vb. konularda SAHİBİNDEN'in sınırlamalar getirdiği belirtilmiştir. (.....) tarafından ise entegre olan iki platformdan herhangi birinin ilan kriterlerinde herhangi bir değişiklik yapması durumunda hatalar oluşabileceği, entegrasyonun ilk defa kurulmasının teknik açıdan 1-2 ay kadar zaman alabileceği yaşanan zorluklar olarak

sayılmıştır. Öte yandan faydalara ilişkin olarak (.....); tüketici açısından aynı ilanın tüm platformlarda standart hale geleceğini, Taşınmaz Ticareti Hakkında Yönetmelik kapsamında, emlak ofislerine ilanlar ile ilgili getirilen yükümlülüklerin takip edilebilmesinin olası hale geleceğini, gayrimenkul danışmanının ilan girişi ve güncellemesi açısından zaman sorunu yaşamayacağını belirtmiştir.

- (261) Sektörde faaliyette bulunan *franchise* emlak ofislerinden elde edilen bilgilerden hareketle ofis bünyesinde bulunan danışmanlar ile ofis sahibi arasında klasik bir işçi-işveren ilişkisinin bulunmadığı, her danışmanın özerk olduğu ve emlak danışmanları ile emlak ofisi sahiplerinin, ilan portföylerini ve/veya ilan paketi alımı dâhil olmak üzere ofisin faaliyetlerini yürütmek için katlandığı maliyetleri paylaştıkları bir iş birliği ilişkisi içinde olduğu anlaşılmaktadır. Bu çerçevede, platformdan ilan alımı ile emlakçının/emlak ofisi sahibinin/emlak ofisinin adına üyelik oluşturulmakta, platformda bu üyelik adına mağaza açılmakta, aynı ofis bünyesinde çalışan danışmanlara ise mağaza altında alt kullanıcı hesabı tanımlanmaktadır. Bu kapsamda platformlar tarafından getirilen alt kullanıcı sınırlamaları incelendiğinde rakip platformlarda alt kullanıcı sınırlaması olmadığı ya da olsa da makul bir ücret karşılığında ek alt kullanıcı tanımlanabildiği, ancak, SAHİBİNDEN'in ilan paketleri kapsamında belirlenen alt kullanıcı sayısına herhangi bir eklemeye olanak tanımamasının emlakçılarının ihtiyaçlarından daha fazla ilan içeren ve daha yüksek ücretli olan paketlerine üye olmasına sebep olduğu ifade edilmiştir.
- (262) Öte yandan zincir emlakçılarının da ilgili pazarlarda aksaklıklar ile karşılaştığı anlaşılmaktadır. Nitekim soruşturma kapsamında görüşlerine başvurulmuş emlakçılar SAHİBİNDEN'in oldukça büyük bir kullanıcı ağına hitap etmesi, görece büyük bir kullanıcı trafiğine sahip olması ve SAHİBİNDEN'de yer almamaları halinde faaliyetlerinin zorlaşacağını öngörmeleri sebebiyle SAHİBİNDEN'in fiyatlamalarından hoşnutsuz olmalarına karşın SAHİBİNDEN'den vazgeçemediklerini belirtmiştir.
- (263) Kendilerine ait internet sitelerinde yayımladıkları ilanları rakip platformlara tek tık ile aktarılabilirdikleri bir altyapı oluşturdukları, ancak bu uygulamada da birtakım teknik aksaklıklarla karşılaştıkları, benzer bir entegrasyonun SAHİBİNDEN ile hiçbir zaman sağlanmadığı, bu sebeple ekstra vakit harcanarak SAHİBİNDEN'e ayrıca ilan girildiği, hatta emlak zincirlerinin kendi bünyesinde çalışan emlak danışmanlarını, yayımlayacakları ilanları ilk olarak kendi internet sitelerine girmeleri için yönlendirmelerine karşın danışmanların bu yönde davranış sergilemelerini sağlayamadıkları, emlak ofislerinin bünyesinde çalışan emlak danışmanlarına SAHİBİNDEN dışındaki platformlarda ilan yayımlamaları için alt kullanıcı hesabı tanımladıkları, ancak karşılaşılan zaman maliyeti, ilanı güncel tutamama ve SAHİBİNDEN'in trafiğinin yüksek olması sebepleriyle çoğu zaman danışmanların ilanlarını yalnızca SAHİBİNDEN'de yayımladıkları anlaşılmaktadır.
- (264) Bu noktada bahse konu sorunları aşmak üzere rakip platformların emlakçıları ikna etmek adına SAHİBİNDEN platformuna girilen ilanları kendi platformlarına otomatik olarak aktarma yoluna gittikleri ancak yine de ilan için ayrılan alanların platformlar özelinde farklılaşıyor olması, standart bir ilan girişi alanının olmaması ve fotoğraf kalitesinin düşmesi, fotoğraflar aktarılsa da üzerinde SAHİBİNDEN'in filigranının yer alması vb. sebeplerle her ilanın ilgili platforma anlamlı ve eksiksiz şekilde aktarılamadığı belirtilmiştir. Dahası bu uygulamalar SAHİBİNDEN tarafından tespit edildiğinde altyapıya erişim engellendiği için de sürdürülebilir bulunmamaktadır.

- (265) Ek olarak, zincir emlakçılarının geneli tarafından emlak ofislerinin rakip platformları kullanmak için tek tıkla ilanlarını rakip platformlara aktarabilecekleri bir sistemi pazarda yaşamış oldukları aksaklıkların çözülmesi açısından faydalı buldukları görülmektedir.

I.5.2.1.4.2. Galerilerden Elde Edilen Bilgiler

- (266) Emlak satış/kiralama alanında olduğu gibi vasıta satış alanındaki (rakip platformlar tarafından veri taşımayı talep eden üyelere örnek olarak listelenen) kurumsal üyelerin ve bu üyelerin oluşturduğu odaların/derneklerin de görüşlerine başvurulmuştur. Bu kapsamda (.....) ile gerçekleştirilen çevrim içi görüşmede; SAHİBİNDEN ile eş anlı olarak ARABAMCOM'un da kullanıldığı, SAHİBİNDEN'de yayımlanan tüm ilan portföyünün zaman zaman aksamalar olsa da genellikle ARABAMCOM'da da yayıma alındığı, piyasanın %60-70'inin yalnızca SAHİBİNDEN ile çalıştığının tahmin edildiği, ilaveten %30-40'ının ise SAHİBİNDEN'in yanı sıra diğer platformları da kullandığının ve SAHİBİNDEN'e girdikleri ilanların tümünü diğer platformlara da girdiklerinin tahmin edildiği, ARABAMCOM'un galericileri ilan girme zahmetinden kurtaracak şekilde bir aktarım mekanizmasının olduğu, zaman zaman SAHİBİNDEN tarafından engellemeler ile karşılaşıldığı, bu sebeple bu aktarım mekanizmasının aralıksız şekilde işleyemediği, ARABAMCOM'un SAHİBİNDEN sitesine girilen ilanları herhangi bir format bozulması vs. olmadan kendi sitesine yaklaşık bir senedir aktarabildiği ifade edilmiştir. Engelleme ile karşılaşıldığı durumda ise ilanların manuel olarak girildiği, bu iş için yanlarında bir görevli çalıştırdıkları, ancak böyle bir maliyeti finanse edemeyecek galericilerin ilanlarını yalnızca SAHİBİNDEN'e girmeyi tercih ettikleri, bir galericinin portföyü arttıkça eş anlı kullanım oranının artacağı söylenebilecekse de bunu orta ölçekli bir galerinin de yapabileceği çünkü SAHİBİNDEN'e kıyasla diğer platformların ilan paket fiyatlarının oldukça makul olduğu, SAHİBİNDEN platformuna girilen ilanlara rakip platformlarda girilen ilanlara nazaran daha hızlı geri dönüş aldıkları ifade edilmiştir.
- (267) Firma tarafından ayrıca ARABAMCOM'a ödenen ilan paket ücretinin yıllık ve tek seferlik ödendiği, ilgili platformda aylık 150 ilan haklarının bulunduğu ve karşılığında yıllık olarak yaklaşık 6.000 TL ödeme yaptıkları, buna karşılık SAHİBİNDEN platformunda aylık 35'lik ilan paketinin kullanıldığı ve aylık yaklaşık 4.000-5.000 TL ödeme gerçekleştirdikleri belirtilmiştir. SAHİBİNDEN tarafından sadece 2021 Kasım-2022 Ocak dönemi arasında ilan ücretlerine toplamda %59 oranında zam yapıldığı, ilaveten 1.000.000 TL'yi aşan vasıta satışlarına yönelik olarak ilan ücretinin yanında %0,03 oranında komisyon alımının da hayata geçirildiği, bu komisyon uygulamasının yasal hiçbir dayanağının olmadığı ve arkasında yatan sebebin ilan ücretlerine daha fazla oranda zam yapamadıkları için farkı bu yolla finanse etmek istemeleri olduğu, getirilen bu komisyon oranının arkasında anlamlı bir gerekçenin olmadığı ve ileride bu oranın rahatlıkla daha da fazla artırılacağı, SAHİBİNDEN'in pazar gücünü kötüye kullandığı ifade edilmiştir.
- (268) Görüşlerine başvuru alan bir diğer galerici (.....) tarafından ise, mevcut durumda SAHİBİNDEN'de ve ARABAMCOM'da 200 ilan sınırı olan paket kullandıkları, kendi stoklarına giren tüm araçların ARABAMCOM'da da yayımlandığı, kendi stok sistemleri ve ARABAMCOM arasındaki entegrasyonu (.....) adlı uygulamayla sağladıkları, ARABAMCOM ile sağlanan entegrasyon için (.....) üzerinden iletişime geçildiği ve kendilerinin bu konuda ARABAMCOM ile doğrudan bir temaslarının gerçekleşmediği, kendi internet sitelerine ve ARABAMCOM'a ilanların (.....) adlı platform üzerinden yüklendiği, benzer bir entegrasyonun SAHİBİNDEN'le de kurulması halinde zaman maliyetlerinin azalacağı, nitekim ilanların SAHİBİNDEN'e manuel olarak girildiği, küçük çaplı galericilerin stok takibi için (.....) benzeri platformları kullanmaya ihtiyaç

duymayabileceği, bu doğrultuda ortaya çıkan zaman maliyetleri nedeniyle birden fazla platformda ilan yayımlama konusunda isteksiz olabileceği, bu tür galericilerin genellikle bir veya iki personelle çalıştığı ifade edilmiştir.

- (269) İlâveten mevcut durumda 80'e yakın çalışanları olduğu, platformlara ilan yükleme işiyle satın alma birimindeki 6 personelin ilgilendiği, bu personelin aynı zamanda araçların ekspertiz işlemleriyle ve gelen araçların kontrolünü yaparak stoka alma işlemleriyle ilgilendiği, ayrıca sadece platformlara araç ilan yüklemek için çalışan bir personelin mevcut olduğu, ancak o personelin de diğer işlerinin de olduğu, çok yoğun bir galerici/oto plaza oldukları için satış danışmanlarına bir de ilan yükleme sorumluluğunu yüklemedikleri, hatta platformlardaki ilanlarının yanında dahi ayrı ayrı satış danışmanlarının telefonlarının yer almadığı, tek bir telefon numarasının yer aldığı ifade edilmiştir.
- (270) (.....) ile gerçekleştirilen çevrim içi görüşmede ise SAHİBİNDEN'in yaptığı yeni ücretlendirme ve tarifeler neticesinde galericilerin farklı platform arayışına yöneldiği, bu sebeple mevcut durumda en az iki platform kullanan galerici oranının %50'nin üzerinde olduğunun tahmin edildiği, kendi internet siteleri ve SAHİBİNDEN dışında en çok kullanılan diğer platformun ARABAMCOM olduğu, kendilerinin de bu iki platformu kullandığı belirtilmiştir.
- (271) İlâveten, SAHİBİNDEN'in son dönemdeki faaliyetlerinden memnun olmamalarına karşın SAHİBİNDEN'den vazgeçemedikleri, bunun temel sebeplerinin SAHİBİNDEN'in oldukça büyük bir pazara hitap etmesi ve bu platformda yer almamaları halinde faaliyetlerinin oldukça zorlaşacağını öngörmeleri olduğu, ödedikleri yüksek ücretler nedeniyle SAHİBİNDEN platformundan çıkmayı bir dönem düşündükleri ancak anılan sebeplerle bunu gerçekleştiremedikleri, mevcut durumda SAHİBİNDEN'de 200 ilan kapasiteli pakete üye oldukları, ancak yaklaşık 500 araçlık bir filoya sahip galerici olarak her ay SAHİBİNDEN'e ek ilan ücretleri ödemek durumunda kaldıkları, örneğin Ağustos ayı için SAHİBİNDEN'e 170 adet ek ilan ücreti ödedikleri, ARABAMCOM'daki kurumsal üyeliklerinin ilan kapasitesi hakkında bilgi sahibi olmadıkları çünkü birincil olarak kullandıkları platformun SAHİBİNDEN olduğu, ARABAMCOM'u kullanmalarındaki sebeplerden birinin kendi internet siteleri ve ARABAMCOM arasındaki entegrasyon olduğu, bu sayede kendi internet sitelerinde yayımladıkları tüm ilanların ARABAMCOM üzerinde de yayımlandığı, bunun dışında ARABAMCOM'a doping vb. ek hizmetler için yatırım yapmadıkları, galericilik faaliyetlerini yaklaşık 35-40 kişilik bir ekiple yürüttükleri, bilgi işlem departmanında çalışan 3 personelin araç ilanlarını platformlara yüklemekle ilgilendiğini, bunun dışında satış danışmanlarının da kendi ilanlarının pasife düşmesi, araca ilişkin bilgilerin değişmesi gibi hususları takip ettiği ifade edilmiştir.
- (272) Son olarak (.....) tarafından, yılın başından itibaren 3 personelin platformlara ilan girmekle ilgilendiği, bu anlamda personel istihdam etmekte problem yaşamadıkları için ilanları birden fazla platformda yayımlamakta zorlanmadıkları, buna karşın daha küçük çaplı galericilerin maddi kaynaklarının kısıtlı olması sebebiyle personel ihtiyacının daha şiddetli olabildiği, birden fazla platforma ilan girmek ve bunların güncellemelerini takip etmek için en az bir personel ihtiyacı doğacağı, küçük çaplı bir galericinin bir personeli ilan girmek için araç başına 5-10 dakika süre harcasa dahi bu personeli yalnızca platformlara ilan girmek için tahsis edemeyeceği, söz konusu personeli aracın müşteriye gösterilmesi, ilana koyulacak aracın temizlenmesi gibi işlerde kullanmayı tercih edeceği, kendileri açısından mevcut durumda ARABAMCOM ile kendi internet siteleri arasındaki entegrasyonun da işlerini kolaylaştırdığı, ilanlarını öncelikli olarak

kendi internet sitelerine daha sonra SAHİBİNDEN'e yükledikleri, ilanlarını tek seferde birden fazla platforma yükleyebilmelerinin veya ilanlarını platformlar arası aktarabilmenin kendilerinin zaman maliyetlerini düşüreceği, bir ilanın platforma yüklenmesinin minimum 5 dakika zaman aldığı ayrıca araca ilişkin kilometre, fiyat gibi bilgilerin güncellenmesi için de bu tür zaman maliyetlerinin doğduğu, ilan platformlarının aşağı yukarı benzer hizmetler sunduğu, platformların arayüzlerinin birbirine oldukça benzediği, bir platformda başlatılan bir yeniliğin kısa süre içinde diğer platform tarafından da benimsendiği, platformların üyelerine sundukları hizmetler bakımından artılarının ve eksilerinin önemsiz seviyede olduğu, bu noktada SAHİBİNDEN'i tercih etmelerindeki temel sebebin SAHİBİNDEN'in sahip olduğu tüketici trafiği olduğu, ARABAMCOM'un benzer bir trafiğe erişmesi halinde rahatlıkla birincil platform olarak ARABAMCOM'u kullanacakları ifade edilmiştir.

(273) İşbu soruşturma kapsamında, (.....) ve (.....) ile gerçekleştirilen görüşmede:

- (.....) tarafından galericilerin neredeyse tamamının SAHİBİNDEN ile çalıştığı, ikinci platform olarak %20'sinin ARABAMCOM ile de çalışmayı tercih ettiği; (.....) tarafından toplam galerici sayısı içinde sadece SAHİBİNDEN kullanan galericilerin %45'e denk geldiği, birden çok platform kullanan galericilerin toplam galericiler içinde %70'e denk geldiği,
- (.....) tarafından araç ilanı girme işinin kolay olduğu, açıklamaların kopyalanabildiği ve araba fotoğraflarının net ve belirli olmasının süreci kolaylaştırdığı, sistemin bazı bilgileri de otomatik doldurabildiği, ilan taşımanın kolaylaşması galericiler için önemli olsa da platformun tıklanma oranı sayesinde galericilerin aldıkları dönüşleri esasen daha çok dikkate aldıkları, reklamlarından dolayı diğer sitelerden daha fazla tıklama alan SAHİBİNDEN'in tercih edildiği, İstanbul'da birkaç firmanın 3-4 sene önce SAHİBİNDEN'deki ilanları başka platformlara yüklemek için faaliyete başladıkları, söz konusu firmaların ortalama 8-12 ay sonra faaliyetlerine son verdikleri, kapanmalarının sebebinin sistemin çökmesi ya da iş modelinin ilgi görmemesi olabileceği ancak kesin nedenin bilinmediği,
- (.....) tarafından ayrıca birkaç esnafın girdiği ilan bağlantılarının başka platformlarda da görülmesi üzerine SAHİBİNDEN tarafından uyarıldıklarına şahit olunduğu, geçen sene civarlarında ofisine hem SAHİBİNDEN hem de ARABAMCOM etiketi yapıştırmış olan bir galericinin ARABAMCOM platformuna ilanını koymasına karşısında SAHİBİNDEN bölge temsilcisi tarafından hem etiketin hem de ilanın kaldırılması için uyarıldığı, ilaveten galericilerin de bu tip uygulamalar karşısında kendi aralarında şikâyetle bulunsalar da, bu şikâyetlerini dile getirmekten korktukları

ifade edilmiştir.

(274) Yukarıda aktarılan görüşlerden ve bilgilerden hareketle, galericiler için SAHİBİNDEN'in vazgeçilmez ve ilk tercih edilen bir platform niteliğinde olduğu ifade edilmekte, ikincil olarak ise SAHİBİNDEN yanında ARABAMCOM'u kullandıkları, ancak ikinci bir platform kullanma yönünde davranış sergileyen galericilerin küçük bir yüzdelik dilimi temsil ettiği öngörülmektedir. Bunun sebepleri sorgulandığında, ilk olarak galericilerin trafiği az olması nedeniyle SAHİBİNDEN dışında kalan rakip platformları kullanmayı tercih etmemeleri dikkat çekiyor olsa da, rakip platformların kullanılmamasının ardında olduğu belirtilen sebeplerden biri de bu platformlara girilecek ilanların zaman ve personel maliyeti yaratıyor olmasıdır. Ne var ki, büyük çaplı galericiler kendi internet siteleri ve ARABAMCOM arasında sağladıkları entegrasyon ile bu maliyetleri bir nebze

ortadan kaldırılabile de küçük çapta faaliyet gösteren galericilerin böyle bir imkânının olmadığını tahmin etmektedir. Şöyle ki küçük çapta faaliyet gösteren galericilerin oldukça büyük bir kısmının kendilerine ait bir internet siteleri bulunmamaktadır. Portföyleri de dikkate alındığında stok yönetimi için yazılım firmaları ile çalışma ihtiyaçlarının doğmayacağı değerlendirildiğinden stok yönetim programı üzerinden sağlanacak bir entegrasyonun da küçük çaplı galericilerin ihtiyaçlarına yanıt vermeyeceği ifade edilmektedir.

- (275) Ek olarak büyük ölçekli galericilerin ilanlarını birden fazla platformda yayımlamaları için personel istihdam etmesi mümkün iken küçük çaplı galericilerin genellikle bir veya iki personelle çalıştığı ve o personellerin de ilan yayımlanması yanında aracın müşteriye gösterilmesi, ilana koyulacak aracın temizlenmesi gibi işleri de olduğu dikkate alındığında, ilan girişi için ayrılacak zaman bakımından güçlük çekebilecekleri anlaşılmaktadır. Nitekim SAHİBİNDEN'den sonra pazardaki en büyük ikinci oyuncu olan ARABAMCOM, sağlamış olduğu entegrasyon hizmeti ile büyük ölçekli galericileri platformlarına üye olmaya daha kolay ikna ettiğini ve bu üyelerin ARABAMCOM üyeliklerini sürdürme eğilimlerinin daha yüksek olduğunu belirtmiştir. Öte yandan pazarın yapısına bakıldığında, platformlara üye olan galericilerin yaklaşık %80'inin yılda 120 ve daha az ilan kapasiteli paketlere üye olduğu görülmektedir. Bu kapsamda ARABAMCOM tarafından küçük ölçekli galericilerin platforma üye olduğu halde ARABAMCOM'da ilan yayımlamadığı da ifade edilmiştir. Ayrıca büyük ölçekli galericilerin ARABAMCOM ile entegrasyon sağlayabilmelerine karşın Eylül 2022 itibarıyla entegrasyon ile ARABAMCOM üzerinden yayıma alınan ilan sayısı ARABAMCOM'da yayımlanan toplam ilan sayısının %(.....) denk düşmektedir. Bu bakımdan küçük ölçekli galericiler için birden fazla platforma ilanları ayrı ayrı girmenin zor olduğu söylenebilecekken büyük ölçekli galericilerin de bu zorluğu aşmak adına başvurdukları SAHİBİNDEN'in dahil olmadığı entegrasyon yollarının etkili olmadığı söylenebilecektir.

1.5.2.1.5. Çevrim İçi Platform Hizmeti Pazarlarının ve Bu Pazarlardaki Kurumsal Üyelerin Davranışlarının Analizi

- (276) Soruşturma kapsamında, SAHİBİNDEN ve rakiplerinin 2019-2021 döneminde ilan paket fiyatlamaları, bu fiyatlamalar karşısında kurumsal üyelerin eş anlı platform kullanım (*multihoming* – “MH”) davranışları, eş anlı platform kullanan kurumsal üyelerin platformların her birinin birim ilan fiyatı karşısında, bu platformlardan satın aldıkları paket miktarı ile bu paketlerin fiili olarak kullanım miktarı incelenmiştir. Bu unsurların (i) ilk başvuruda gayrimenkul alanında platformlar arası entegrasyon hizmeti sağlayan firmanın aktif olduğu, entegrasyon talebini ileten kurumsal üye oda-derneklerin bulunduğu İstanbul, İzmir, Kocaeli ile başta Ankara olmak üzere diğer illerde bulunan kurumsal üyeler, (ii) yıllık fiili yayımlanan ilan sayısı ya da toplam ilan harcaması bakımından ölçeklendirilen büyük, orta ve küçük çaplı kurumsal üyeler gibi kırılımlardaki yansıması Ekonomik Analiz ve Araştırma Dairesi'nin (EAAD) gerçekleştirdiği ekonomik analizlerin desteğiyle aşağıda aktarılmaktadır.
- (277) EAAD'ye yöneltilen görüş talebi üzerine yapılan çalışmada kullanılan veri seti; emlak/gayrimenkul ve vasıta ilanlarına yönelik 2019-2021 yılları arasında yıllık bazda, SAHİBİNDEN ve rakiplerinin⁹³ üyelerine ait, her bir üye bazında olmak üzere VKN/TCKN bilgilerini, üyelerin bulunduğu il, ilçe, üyeler tarafından satın alınan

⁹³ OTONOMİ veri sağlayamadığından ve pazar payı ihmal edilebilir seviyede olduğundan analize dâhil edilmemiştir.

paketlerin içerdiği toplam ilan hakkı, fiilen yayımlanan ilan sayısı ile paket satışı ve ek hizmetler karşılığı elde edilen gelir bilgilerini kapsamaktadır.

- (278) Eş anlı platform kullanım durumunun tespiti için üyelerin Türkiye Cumhuriyeti Kimlik Numarası (TCKN) ve Vergi Kimlik Numarası (VKN) bilgileri kullanılmış olup her bir farklı il-ilçe için sunulan VKN/TCKN'ler ayrı birer üyeye ait olarak kabul edilmiştir. Daha sonra söz konusu VKN/TCKN'ler kullanılarak her bir üyenin toplam kaç platform ile çalıştığı hesaplanmış ve var olabilecek tüm eş anlı üyelik durumları tespit edilmeye çalışılmıştır. Ayrıca üyeler faaliyet ölçeklerine göre iki farklı ölçek tanımlamasına göre sınıflandırılmıştır. Ayrıntılarına aşağıda değinileceği üzere belirlenen ölçeklerden ilki üyelerin her bir yılda herhangi bir platformda yayımladığı maksimum ilan sayısına göre, ikincisi ise üyelerin toplam ilan harcamasına göre belirlenmiştir.
- (279) Aşağıda analizlerin yorumuna geçmeden önce hem emlak hem de vasita kategorilerinde fiili yayımlanan ilan sayıları, dolayısıyla paket kullanım oranları ve fiili birim ilan fiyatları bakımından yapılacak analizleri etkileyen bir husus olan platformların "paket kullanım modelleri" arasındaki farklılıktan bahsetmek gerekmektedir.
- (280) SAHİBİNDEN'in, emlak ve vasita kategorilerinde ZİNGAT dışındaki rakiplerinin tamamının kurumsal üyelerine sundukları paket yapısı ARABAMCOM tarafından "park yeri" olarak adlandırılan bir modele dayanmaktadır. Şöyle ki SAHİBİNDEN'de 10'luk ilan paketine üye olan bir kurumsal üyenin aylık 10 adet ilan yayımlama hakkı bulunmakta, kullanım hakkı 10 adet ilanın yayımlanmasıyla tükenmektedir. İlgili ay içinde 11. ilanı vermek için ek ilan hakkı satın almaları gerekmektedir. Park yeri modeline sahip platformlarda ise 10'luk ilan paketine üye olan kurumsal üyeler "t anında" aynı anda en fazla 10 ilan yayımlama hakkına sahip olmaktadır. Ancak bu modelde kurumsal üyeler yayımdan kaldırdığı her ilanın yerine ücretsiz olarak yeni bir ilan yayımlayabilmektedir. Dolayısıyla bu modelde 10 adet ilan yayımlayan kurumsal üye, ilanın konusunun satılması/kiralanması ya da ilanın başka bir sebeple yayımlanmasından vazgeçilmesi sonucu sona erdirdiği her bir ilan yerine yeni bir ilan daha yayımlayabilme hakkına sahip olmaktadır. Portföyündeki ilanların satışa dönme hızına bağlı olarak 10'luk pakete üye olan bir kurumsal üyenin ay içinde ek maliyete katlanmaksızın çok daha fazla sayıda, hatta katbekat fazlasıyla ilan yayımlaması da mümkündür. Bu kapsamda park yeri modeline sahip çevrim içi platformlarda kurumsal üyelerin paketin ihtiva ettiği ilan yayımlama hakkının üstünde ilan yayımlamaları mümkün olacaktır. Örneğin ARABAMCOM'da aylık 10'luk pakete üye olan bir kullanıcı, ilgili üyeliği kapsamında yıl içinde 150 ilan yayımlayabilecektir. Ayrıca bu platformlarda ilan hakkı ilanın yayımlanması ile tükenmediği için kurumsal üyelerin bir ay içinde dahi aynı ilanı birden fazla kez yayımdan kaldırıp tekrar yayımlaması mümkün olabilmektedir. Nitekim ARABAMCOM, kurumsal üyelerinin kendi tasarruflarıyla ve/veya sehven yayımdan kaldırdıkları ilanları tekrar yeni bir ilan olarak girmelerini engelleyen bir sistemlerinin mevcut olmadığını ifade etmektedir. Söz konusu model üyelere ilanlarını salt yeni bir ilanmış gibi üst sıralarda listelenmesini sağlamak veya görünür kılmak amacıyla silip tekrar yayımlaması yönünde bir açık kapı bırakmaktadır. Bu sebeplerle park yeri modeline sahip olan platformlarda kurumsal üyelerin paket kullanım oranlarının gerçekte olduğundan daha fazla hatta %100'ün üzerinde gözükmesi mümkün olmaktadır. SAHİBİNDEN'de ve ZİNGAT'ta ise 10'luk paket kullanan bir kurumsal üyenin (ek ilan yayımlama hizmetinden yararlanmadığı sürece) yıllık yayımlayabileceği maksimum "yeni" ilan sayısı 120 (10 x 12 ay) olacaktır. Anılan sebeplerle paket kullanım oranları ölçümlenirken park yeri modelini kullanan platformlardan kullanıcılarının yayımladığı tüm ilanların sayısı değil, yayımladıkları

“yeni/benzersiz⁹⁴” ilanların sayısı talep edilmiştir. Bu kapsamda yapılan hesaplamalar ve bu hesaplamalar doğrultusunda ulaşılan sonuçlar aşağıda sırasıyla emlak satış/kiralama ve vasıta satış faaliyetlerine yönelik çevrim içi platform hizmetleri özelinde aktarılmaktadır.

I.5.2.1.5.1. Emlak Satış/Kiralama Faaliyetlerine Yönelik Çevrim İçi Platform Hizmeti Emlakçıların Çevrim İçi Platform Hizmeti Pazarındaki Davranışları

- (281) Bu bölümde, SAHİBİNDEN, HEPSİ EMLAK, ZİNGAT, EMLAK JET, EMLAK SİTEM ve SATIŞ GARANTİ'nin emlak/gayrimenkul alanında faaliyet gösteren üye sayılarına ve üyelerin eş anlı platform kullanım oranlarına yer verildikten sonra üyelerin, paket kullanım oranları, paket tercihleri, paketlerin birim ilan fiyatları ile SAHİBİNDEN ve en az bir diğer platform kullanan üyelerin bu platformlarda yayımladıkları ilan sayılarına yönelik yapılan hesaplamalara değinilecektir.

I.5.2.1.5.1.1. Teşebbüslerin Üye Sayıları ve Eş Anlı Platform Kullanım Oranı

- (282) Teşebbüsler tarafından sunulan bilgilere bakıldığında aynı VKN veya TCKN'ye sahip üyelerin birden fazla il veya ilçe için sunulabildiği görüldüğünden, öncelikle üye sayıları il ve ilçe ayrımlı olacak şekilde hesaplanmıştır. Örneğin bir VKN veya TCKN aynı yıl itibarıyla İstanbul, Ankara ve Antalya için ayrı ayrı sunulduysa bu üç farklı üye olarak kabul edilmiştir. Bu kapsamda yapılan hesaplamada 2019, 2020 ve 2021 yıllarında emlak ilan hizmetine aracılık eden platformların toplam üye sayıları sırasıyla (.....), (.....) ve (.....) üye olduğu görülmektedir. Ayrıca her bir platformun yıllar itibarıyla sahip oldukları üye sayıları aşağıdaki tabloda gösterilmektedir.

Tablo 16: Teşebbüslerin Emlak/Gayrimenkul Alanında Faaliyet Gösteren Üye Sayıları

Teşebbüs	2019	2020	2021
SAHİBİNDEN	(.....)	(.....)	(.....)
HEPSİ EMLAK	(.....)	(.....)	(.....)

⁹⁴ Teşebbüslere gönderilen bilgi isteme yazılarında, ilk olarak, verilerin SAHİBİNDEN hakkında yürütülen geçmiş soruşturmalarda kullanılan veriler ile de uyumlu olması amacıyla, yıllık fiilen yayımlanan ilan sayısı istenmiştir. Fiilen yayınlanan ilan sayısı, “pakete üye olan kullanıcılar tarafından bir yıl içinde yayınlanan toplam benzersiz ilan sayısını ifade etmektedir. İlgili yıl içerisinde birden fazla kez yeniden güncellenen (repost edilen) ilanlar dikkate alınmamalıdır. Örneğin, 2016 yılının Ocak ayında yayına alınan ilan, yayından kaldırıldıktan sonra 2 kez tekrar yayına alınması durumunda ilan sayısı 3 değil, 1 olarak sunulmalıdır.” biçiminde tanımlanmıştır. Ancak gelen yanıtlardan, bazı teşebbüslerin yanıtlarının tutarsız olduğu, bu bakımdan talep edilen verinin doğru anlaşılabilir olabileceği gözlemlenmiştir. Bunun üzerine talep edilen veriden kastın ne olduğu, bu verinin nasıl hazırlandığını görüşmek üzere tüm teşebbüslerle ayrı ayrı görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Yapılan görüşmelerden SAHİBİNDEN ve ZİNGAT haricindeki teşebbüslerin park yeri modeliyle çalıştıkları anlaşılabilir. Park yeri modeliyle çalışan teşebbüslerin platformlarında yayımlanan her yeni ilan yeni bir ilan numarası almaktadır. Bu modelle çalışan teşebbüslerde, diğerlerinde olduğu gibi ilanın maksimum süresi 1 ay olmadığı için, diğer deyişle ilan geçerli olduğu sürece yayımda bırakılabildiği için, ilanların yeniden yayınlanması (repost edilmesi) gibi bir durum söz konusu olmamaktadır. Ancak şayet üye aynı ilanı silip yeniden yüklerse de ilan yeni bir ilan numarası almaktadır. Bu teşebbüslerin sağlayabildiği ilan sayısına ilişkin tek veri yeni/benzersiz ilan olarak adlandırılan veridir. Diğer yandan bir ilanın ortalama yaşam ömrünün emlakta 60, vasıtada 30 gün olduğu dikkate alınarak, üyelerin platformlara ödedikleri ilan ücretleri karşısında bu platformlarda fiilen yayımladıkları ilan sayılarının karşılaştırılacağı en optimal yolun ilan yayımını aylık ücretlendiren platformlardan repost dahil fiilen yayımlanan ilan sayılarını almak, park yeri modeliyle çalışan platformlardan ise benzersiz ilan sayısını almak şeklinde olduğu kanaatine varılmıştır. Bu sebeple SAHİBİNDEN ve ZİNGAT'tan fiilen yayımlanan ilanlara yıl içinde birden fazla kez yeniden yayımlanan ilanların da dâhil edilmesini ifade eden repost edilmesine bakılmaksızın fiilen yayımlanan ilan sayısı istenmiştir. Böylelikle repost edilmesine bakılmaksızın fiilen yayımlanan ilanlar ile her bir benzersiz ilan değil, bu ilanların kaç defa yeniden yayımlandığı da dikkate alınmıştır. Zira üyeler SAHİBİNDEN ve ZİNGAT örneklerinde, ilanların bir aylık yayım süresi dolduğunda, ilgili ilanı yayıma devam edebilmek için yeni bir ilan yayınlıyormuş gibi ücret ödemektedir.

EMLAK JET	(.....)	(.....)	(.....)
ZİNGAT	(.....)	(.....)	(.....)
EMLAK SİTEM	(.....)	(.....)	(.....)
SATIŞ GARANTİ	(.....)	(.....)	(.....)
Toplam Üye Sayısı ⁹⁵ (Sütun Toplamını Göstermez)	(.....)	(.....)	(.....)
Kaynak: EAAD tarafından yapılan hesaplamalar			

- (283) Üyelerin aynı anda kaç platform ile çalıştıklarını ve her bir teşebbüsün sahip olduğu üyelerin kaçının yalnızca kendileriyle çalıştığını tespit edebilmek amacıyla eş anlı platform kullanım oranı hesaplanmıştır. Bu bağlamda Tablo 17'den de görüleceği üzere aynı anda üç veya daha fazla platform kullanan üyelerin oranı tüm yıllar itibarıyla %(.....) altında seyretmektedir. Üyelerin %(.....) fazlasının ise yalnızca bir platform ile çalışmayı tercih ettikleri anlaşılmaktadır. Birden fazla platformu aynı anda kullanan üyelerin toplam üyeler içindeki oranı, diğer bir deyişle eş anlı kullanım oranı ise yıllar itibarıyla yaklaşık %(.....) civarındadır.

Tablo 17: Üye Olunan Platform Sayısına Göre Dağılımlar ve Eş Anlı Platform Kullanım Oranı

Üye Olunan Platform Sayısı	2019		2020		2021	
	Üye Sayısı	Oran (%)	Üye Sayısı	Oran (%)	Üye Sayısı	Oran (%)
1	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
2	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
3	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
4	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
5	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Toplam	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Eş Anlı Platform Kullanım Oranı	(.....)		(.....)		(.....)	

Kaynak: EAAD tarafından yapılan hesaplamalar

- (284) Bununla birlikte, teşebbüslerin sahip oldukları toplam üye sayısı içinde, bu üyelerin oran olarak ne kadarının yalnızca kendileriyle çalıştığını gösteren tablo aşağıda sunulmaktadır. Bu tablo incelendiğinde 2021 yılı itibarıyla SAHİBİNDEN'e ait üyelerin yaklaşık %(.....) yalnızca SAHİBİNDEN ile çalıştığı, diğer teşebbüslerde ise bu oranın en fazla %(.....) civarında olduğu görülmektedir.

Tablo 18: Yalnızca Kendileriyle Çalışan Üyelerin Toplam Üyeleri İçindeki Oranı (%)

Teşebbüs	2019		2020		2021	
	Yalnızca Kendileriyle Çalışan Üye Sayısı	Toplam Üyelerine Oranı (%)	Yalnızca Kendileriyle Çalışan Üye Sayısı	Toplam Üyelerine Oranı (%)	Yalnızca Kendileriyle Çalışan Üye Sayısı	Toplam Üyelerine Oranı (%)
SAHİBİNDEN	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
HEPSİ EMLAK	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
EMLAK JET	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ZİNGAT	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
EMLAK SİTEM	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
SATIŞ GARANTİ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: EAAD tarafından yapılan hesaplamalar

- (285) Diğer teşebbüslerin SAHİBİNDEN ile ortak üye sayılarına bakıldığında ise 2021 yılı itibarıyla en fazla ortak üyeye sahip teşebbüsün HEPSİ EMLAK olduğu anlaşılmaktadır. SAHİBİNDEN platformunu kullanmakla birlikte en az bir diğer platformda üyeliği bulunan teşebbüslerin tüm üyeler içindeki oranları ise eş anlı platform kullanım oranına yakın bir şekilde %(.....) civarında seyretmektedir.

⁹⁵ İlgili yılda il ve ilçe ayrımlı toplam üye sayısını gösterir.

Tablo 19: Diğer Teşebbüslerin SAHİBİNDEN ile Ortak Üye Sayıları

Teşebbüs	2019	2020	2021
HEPSİ EMLAK	(.....)	(.....)	(.....)
ZİNGAT	(.....)	(.....)	(.....)
EMLAK JET	(.....)	(.....)	(.....)
EMLAK SİTEM	(.....)	(.....)	(.....)
SATIŞ GARANTİ	(.....)	(.....)	(.....)
SAHİBİNDEN ve En Az Bir Diğer Rakip Platform Kullanan Üye Sayısı	(.....)	(.....)	(.....)
Toplam Üye Sayısına Oranı	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: EAAD tarafından yapılan hesaplamalar

I.5.2.1.5.1.2. İl Bazında ve Ölçek Bazında Eş Anlı Platform Kullanım Oranları

- (286) Üyelerin illere göre dağılımına bakıldığında, tüm üyelerin yaklaşık yarısının; İstanbul, Ankara, İzmir ve Kocaeli'nde faaliyet gösterdiği görülmektedir. En fazla üyenin faaliyet gösterdiği İstanbul'daki üyelerin tüm Türkiye'deki toplam üye sayısı içindeki payının da %(.....) arasında olduğu anlaşılmıştır.

Tablo 20: Üyelerin İllere Göre Dağılımı

Şehirler	2019		2020		2021	
	Üye Sayısı	Oranı (%)	Üye Sayısı	Oranı (%)	Üye Sayısı	Oranı (%)
İstanbul	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Ankara	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
İzmir	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Kocaeli	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Diğer İller	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Toplam	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: EAAD tarafından yapılan hesaplamalar

- (287) Üyelerin eş anlı platform kullanım durumunun İstanbul, Ankara, İzmir, Kocaeli ve diğer iller bakımından bir farklılık arz edip etmediğinin tespit edilmesi amacıyla eş anlı kullanım oranları ayrıca il bazında da hesaplanmıştır. Bu hesaplama yapılırken Türkiye geneli için yapılan hesaplama benzer şekilde, bir ilde eş anlı platform kullanan üyelerin sayısı o ildeki toplam üye sayısına oranlanmıştır. Aşağıdaki tablodan da görüleceği üzere İstanbul, Ankara, İzmir ve Kocaeli'nde eş anlı platform kullanım oranı %(.....) geçmemektedir. Bu illerdeki ve diğer tüm illerdeki teşebbüslerin eş anlı kullanım oranlarının ortalamalarına bakıldığında ise Türkiye geneli için hesaplanan eş anlı kullanım oranına benzer şekilde yine %(.....) civarında oldukları tespit edilmiştir. Dolayısıyla İstanbul, Ankara, İzmir ve Kocaeli bakımından eş anlı kullanım oranlarının diğer illerden farklılaşmadığı değerlendirilmektedir.

Tablo 21: İllere Göre Üyelerin Eş Anlı Platform Kullanım Oranları (%)

İl	2019	2020	2021
İstanbul	(.....)	(.....)	(.....)
Ankara	(.....)	(.....)	(.....)
İzmir	(.....)	(.....)	(.....)
Kocaeli	(.....)	(.....)	(.....)
Ortalama	(.....)	(.....)	(.....)
Diğer İller Ortalama	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: EAAD tarafından yapılan hesaplamalar

- (288) Bununla birlikte, üyelerin faaliyet ölçeklerine göre eş anlı platform kullanım durumu ayrıca hesaplanarak büyük ve küçük ölçekli üyeler bakımından eş anlı kullanım durumu arasında bir fark olup olmadığı ortaya konmaya çalışılmıştır. Bu kapsamda iki farklı ölçek tanımlanarak hesaplanan eş anlı kullanım oranlarına Tablo 22'de yer verilmektedir.

Tablo 22: Ölçeklerine Göre Üyelerin Eş Anlı Platform Kullanım Oranı (MH)

Ölçek-1 Azami Yıllık İlan Sayısı	2019		2020		2021	
	MH (%)	Üye Sayısı	MH (%)	Üye Sayısı	MH (%)	Üye Sayısı
0-25	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
26-50	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
51-100	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
101-150	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
151-200	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
201-250	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
251-500	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
501 ve Üstü	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Ölçek-2 İlan Harcaması	2019		2020		2021	
	MH (%)	Üye Sayısı	MH (%)	Üye Sayısı	MH (%)	Üye Sayısı
Küçük Ölçekli (<10.000 TL)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Orta Ölçekli (10.000-50.000 TL)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Büyük Ölçekli (>50.000 TL)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: EAAD tarafından yapılan hesaplamalar

- (289) Öncelikle Ölçek-1 olarak ifade edilen ayrıma göre her bir yıl için ayrı ayrı olmak üzere, ilgili üyenin tüm platformlar içinde yayımladığı maksimum ilan sayısı dikkate alınarak aralıklar oluşturulmuştur. Herhangi bir platformda yayımlanan maksimum ilan sayısı aynı zamanda ilgili üyenin portföy büyüklüğünü de yansıtmaktadır. Bu bağlamda yukarıdaki tablo incelendiğinde portföy büyüklüğü arttıkça eş anlı kullanım oranlarının da arttığı görülmektedir. Ayrıca, üyelerin çoğunluğunun (yaklaşık %(.....)) yıllık yayımladığı maksimum ilan sayısının 100'ün altında olduğu anlaşılmaktadır. Buna ek olarak tabloya bakılarak herhangi bir platformda yıllık yayımladıkları maksimum ilan sayısı 25 ve daha az olan üyelerin yaklaşık %(.....) tek bir platform ile çalıştığı söylenebilecektir (eş anlı kullanım oranı yaklaşık %(.....)). İlan portföyü bakımından en yüksek grupta yer alanların eş anlı kullanım oranları ise yaklaşık %(.....). Ölçek ayrımı olmadan yapılan hesaplama göre Türkiye genelinde bu oranın %(.....) civarında olduğu düşünüldüğünde üyelerin ilan portföyü veya faaliyet ölçekleri arttıkça birden fazla platform kullanma eğilimlerinin arttığı değerlendirilmektedir.
- (290) Üyelerin faaliyet ölçeklerine yönelik yapılan ikinci ayrımda ise üyeler, ilan harcamaları bakımından üç gruba ayrılmıştır. Üç yıl için toplam ilan harcaması 10,000 TL'den az olan üyeler küçük ölçekli, ilan harcaması 10,000-50,000 TL arasında olanlar orta ölçekli, 50,000 TL ve üstünde ilan harcaması bulunan üyeler ise büyük ölçekli olarak sınıflandırılmıştır. Maksimum ilan sayısına göre yapılan sınıflandırmada elde edilen sonuca benzer şekilde ilan harcaması bakımından faaliyet ölçeği yüksek olan üyelerin eş anlı kullanım oranlarının da yüksek olduğu görülmektedir. 2021 yılı itibarıyla (.....) küçük ölçekli üyenin yalnızca yaklaşık %(.....) birden fazla platform kullanırken orta ve büyük ölçekli üyelerde bu oran sırasıyla ortalama %(.....) ve %(.....) civarındadır.
- (291) Dolayısıyla Tablo 21 ve Tablo 22 birlikte değerlendirildiğinde eş anlı platform kullanım oranlarının illere göre değişiklik göstermediği ancak faaliyet ölçeğinin yüksek olduğu durumlarda eş anlı platform kullanım oranlarının da yüksek olduğu değerlendirilmektedir.
- (292) Eş anlı platform kullanım durumu ile ölçek büyüklüğü arasındaki pozitif ilişki, yayımlanan maksimum ilan sayılarının bir platform kullananlar ile birden fazla platform kullananlar arasında karşılaştırılması durumunda da net bir şekilde ortaya çıkmaktadır.

Aşağıdaki tabloda da yer verildiği üzere herhangi bir platformda yayımlanan maksimum ilan sayılarının ortalaması eş anlı platform kullananlar bakımından her zaman daha yüksektir. Bu bilgilere ayrıca il bazında da Tablo 24’te yer verilmektedir.

Tablo 23: Herhangi Bir Platformda Yayımlanan Maksimum Yıllık İlan Sayılarının Ortalaması

Yıl	Bir Platform Kullananlar	Eş Anlı Platform Kullananlar
2019	(.....)	(.....)
2020	(.....)	(.....)
2021	(.....)	(.....)

Kaynak: EAAD tarafından yapılan hesaplamalar

Tablo 24: İl Bazında Herhangi Bir Platformda Yayımlanan Maksimum Yıllık İlan Sayılarının Ortalaması

Şehir	2019		2020		2021	
	Bir Platform Kullananlar	Eş Anlı Kullananlar	Bir Platform Kullananlar	Eş Anlı Kullananlar	Bir Platform Kullananlar	Eş Anlı Kullananlar
Ankara	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
İstanbul	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
İzmir	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Kocaeli	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Diğer İller	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: EAAD tarafından yapılan hesaplamalar

- (293) Sonuç olarak, veri taşımanın engellenmesi yönünde bir sınırlama bu üyelerin aynı anda birden fazla platform kullanma yönünde davranış sergilemelerini zorlaştıracaktır. Dolayısıyla veri taşımanın engellenmediği bir senaryoda, üyelerin birden fazla platform kullanmalarının önünün açılacağı değerlendirilmektedir.

1.5.2.1.5.1.3. Üyelerin Paket Tercihleri, Paket Kullanım Oranları ve Ortalama Fiyatlar

- (294) 2021 yılı itibarıyla eş anlı platform kullanan üyeler bakımından üyelerin hangi paketleri tercih ettikleri, bu paketlerin birim ilan fiyatları ve üyelerin ortalama bu paketlerin ne kadarını kullandığını gösteren paket kullanım oranlarına Tablo 25’te yer verilmektedir.
- (295) Aşağıdaki tabloda yer alan “*Üye Oranı (%)*” başlıklı sütun her bir teşebbüsün üyelerinin yüzde kaçının satırlarda gösterilen ilgili paket aralığındaki paketleri tercih ettiğini göstermektedir. Bu bağlamda en fazla tercih edilen paketler yeşile yakın, en az tercih edilen paketler kırmızıya yakın renklerle gösterilmiştir. Tabloda “*Paket Kul. Oranı (%)*” olarak yer verilen oran, her bir üyenin yıllık olarak fiilen yayımlanmış olduğu toplam ilan sayısının ilgili üyenin satın almış olduğu paketlerin içerdiği toplam ilan sayısına oranlanması yoluyla hesaplanmıştır⁹⁶.

$$Paket\ Kullanım\ Oranı = \frac{Yıllık\ Fiilen\ Yayınlanan\ Toplam\ İlan\ Sayısı}{Yıllık\ Satın\ Alınan\ Paketlerin\ İçerdiği\ Toplam\ İlan\ Hakkı}$$

⁹⁶ Paketlerin içerdiği toplam ilan sayılarına yönelik yıllık bazda sunulması gereken bilgi, EMLAK JET tarafından aylık bazda sunulduğundan söz konusu veriler 12 ile çarpılmıştır.

- (296) Tabloda, “*Ort. BİF (TL)*” şeklinde ifade edilen ortalama birim ilan fiyatları, üyelerden paket satışından elde edilen gelirlerin satılan paketlerin içerdiği toplam ilan sayısına bölünmesiyle hesaplanmıştır⁹⁷.

$$\text{Ortalama Birim İlan Fiyatı} = \frac{\text{Paket Satışından Elde Edilen Toplam Gelir}}{\text{Yıllık Satın Alınan Paketlerin İçerdiği Toplam İlan Hakkı}}$$

- (297) Tabloda, “*Ort. FBİF (TL)*” şeklinde ifade edilen ortalama fiili birim ilan fiyatları ise paket satışından elde edilen gelirlerin, satılan paketlerin içerdiği toplam ilan sayısı yerine üyelerin fiili olarak yayımladıkları toplam ilan sayısına bölünmesiyle hesaplanmıştır.

$$\text{Ortalama Fiili Birim İlan Fiyatı} = \frac{\text{Paket Satışından Elde Edilen Toplam Gelir}}{\text{Yıllık Fiili Olarak Yayımlanan Toplam İlan Sayısı}}$$

⁹⁷ Soruşturma Raporu’nda ilgili analiz, ek hizmetler karşılığı elde edilen gelirler dâhil şekilde gerçekleştirilmiştir. Ancak, her ne kadar analizin sonucunu kayda değer şekilde farklılaştırmasa ve varılan sonucu değiştirmese de, birim ilan fiyatlarının, satılan pakete dâhil olmayan ve üyenin talep etmesi üzerine sağlanan ek hizmetlerden elde edilen gelirlerden arındırılmış şekilde hesaplanmasının daha net sonuç vereceğinden hareketle, son yapılan analizde toplam gelir ek hizmetler karşılığı elde edilen gelirlerden ari şekilde dikkate alınmıştır.

Tablo 25: 2021 Yılında Eş Anlı Platform Kullanan Üyeler Paket Tercihleri, Paketlerin Ortalama Birim İlan Fiyatları (BİF) ve Ortalama Fiili Birim İlan Fiyatları (FBİF) ile Paket Kullanım Oranları (PKO)

Paket İçeriği (İlan Sayısı)	SAHİBİNDEN				HEPSİ EMLAK				EMLAK JET				ZİNGAT				EMLAK SİTEM				SATIŞGARANTİ			
	Üye Oranı (%)	PKO (%)	Ort. BİF (TL)	Ort. FBİF (TL)	Üye Oranı (%)	PK O (%)	Ort. BİF (TL)	Ort. FBİF (TL)	Üye Oranı (%)	PK O (%)	Ort. BİF (TL)	Ort. FBİF (TL)	Üye Oranı (%)	PKO (%)	Ort. BİF (TL)	Ort. FBİF (TL)	Üye Oranı (%)	PK O (%)	Ort. BİF (TL)	Ort. FBİF (TL)	Üye Oranı (%)	PKO (%)	Ort. BİF (TL)	Ort. FBİF (TL)
a.0-120	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
b.121-300	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
c.301-420	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
d.421-600	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
e.601-900	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
f.901-1200	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
g.1201-2400	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
h.2401-6000	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
i. 6001 +	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Topl./Ort.	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: EAAD ve Raportörler Tarafından Yapılan Hesaplamalar

98 (.....).

99 (.....).

100 (.....)

- (298) Tabloda ilk etapta, 2021'de SAHİBİNDEN üyelerinin (.....) (%(.....)+(.....)) yıllık en fazla 0-300 ilan hakkı (aylık 10-25 ilan) satın aldığı, buna karşın HEPSİ EMLAK'ın üyelerinin %(.....)'inin yıllık 301-600 arası ilan hakkı (aylık 25-50 ilan) satın almayı tercih ettiği, EMLAK JET'in üyelerinin %(.....)'inin yıllık 901-1200 arası ilan hakkı (aylık 75-100) satın aldığı, EMLAK SİTEM'in üyelerinin %(.....)'inin de HEPSİ EMLAK'ta olduğu gibi yıllık 301-600 ilan hakkı (aylık 25-50) aralığında yoğunlaştığı, SATIŞ GARANTİ'nin üyelerinin ise (.....) yıllık en fazla 300 ilan hakkı satın aldığı gözlemlenmektedir. Kurumsal üyeler ilan fiyatları düştükçe ilan kapasitesi daha yüksek olan paketleri satın almaya meyletmektedir.
- (299) İkinci olarak, satın alınan ilan paketlerinin fiiliyatta ne kadar kullanıldığına bakılmıştır. Bu bakımdan, eş anlı platform kullananlar bakımından SAHİBİNDEN'in 2021 yılı paket kullanım oranları %(.....)- %(.....) arasında değişmektedir. En çok satın alınan iki ilan paketi fiiliyatta sırasıyla yıllık 121-300 arası ilan (aylık 10-25 arası ilan) paketi için %(.....); yıllık en fazla 120 ilan (aylık en fazla 10 ilan) içeren paket için %(.....) oranında kullanılmıştır. Paket tercihinin yoğunluğu düştükçe fiiliyatta kullanım oranı artan seyir göstermiştir. Buna karşın rakiplerin paket kullanım oranları dikkat çekici ölçüde düşük kalmaktadır. HEPSİ EMLAK'ta yıllık 301-420 arası ilan hakkı (aylık 25-35 ilan) içeren paket fiiliyatta %(.....) oranında, yıllık 421-600 arası ilan hakkı (aylık 35-50 ilan) içeren paket fiiliyatta %(.....) oranında kullanılmıştır. Bu oranlar EMLAK JET ve EMLAK SİTEM'de %(.....) civarlarına düşmektedir. ZİNGAT'da yıllık 121-300 arası ilan hakkı içeren paket fiiliyatta %(.....) oranında, SATIŞ GARANTİ'de ise yıllık en fazla 120 ilanlık paket, fiiliyatta %(.....) oranında kullanılmıştır.
- (300) Bununla birlikte, satılan diğer paketlerin de kullanım oranlarını göz ardı etmemek gerekmektedir. Bu bakımdan tüm paketlerin kullanım oranlarını tek seferde inceleyebilmek amacıyla, eş anlı olarak birden fazla platform kullanan üyelerin paket kullanım oranları paket kullanım tercihlerine göre ağırlıklı ortalamaları alınarak aşağıda yıllar itibarıyla gösterilmiştir. Tablo 26'da verilen paket kullanım oranlarının ortalaması hesaplanırken yukarıdaki tabloda "a-7" arasında sınıflandırılan paketlerin üyeler tarafından tercih edilme durumları, her bir yıl için ayrı ayrı olmak üzere ortalamaların hesaplanmasında ağırlık olarak kullanılmıştır.

Tablo 26: Birden Fazla Platform Kullanan Üyelerin Paket Kullanım Oranları

Paket Tercihlerine Göre Ağırlıklı Ortalama			
Teşebbüs	2019	2020	2021
SAHİBİNDEN	(.....)	(.....)	(.....)
HEPSİ EMLAK	(.....)	(.....)	(.....)
EMLAK JET	(.....)	(.....)	(.....)
ZİNGAT	(.....)	(.....)	(.....)
EMLAK SİTEM	(.....)	(.....)	(.....)
SATIŞ GARANTİ	(.....)	(.....)	(.....)
Kaynak: EAAD ve Raportörler Tarafından Yapılan Hesaplamalar			

- (301) Yukarıdaki tablo incelendiğinde, öncelikle SAHİBİNDEN'den alınan paketlerdeki kullanım oranlarının her bir yıl ölçeğinde, rakiplerinden fazla olduğu saptanmaktadır. SAHİBİNDEN'in paket kullanım oranı yaklaşık %(.....) arasında değişmişken HEPSİ EMLAK'ta bu oran %(.....) aralığında, EMLAK JET'te ise %(.....) aralığında sınırlı kalmaktadır. Diğer rakiplerin paket kullanım oranları yıllar itibarıyla daha fazla değişkenlik arz etse de, toplamda yine SAHİBİNDEN'in oranlarının çok daha altında kalmaktadır. Diğer yandan, SAHİBİNDEN'in eş anlı birden fazla platform kullanan üyeler için paket kullanım oranının 2019'dan 2021'e geldikçe, peyderpey %(.....)'den

%(.....)'e düştüğü dikkat çekmektedir. Üçüncü olarak, Tablo 25'te platformların sattığı paketler bakımından ortalama birim ilan fiyatları karşılaştırılmaktadır. İlgili her bir ölçekte satılan paketlerden elde edilen gelirin paketlerin içerdığı ilan hakkı sayısına oranlanarak elde edilen ortalama birim ilan fiyatlarına bakıldığında, tüm paketlerde SAHİBİNDEN'in uyguladığı fiyatların rakiplerine göre daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Yıllık en fazla 120 ilan hakkı içeren paketlerde SAHİBİNDEN'in ortalama ilan fiyatı ilan başına (.....)TL iken bu HEPSİ EMLAK için (.....)TL, EMLAKJET için (.....)TL, ZİNGAT için (.....)TL, SATIŞ GARANTİ için (.....) TL'dir. Tüm platformlar için paket büyüklüğü arttıkça, söz konusu ortalama birim ilan fiyatının düştüğü söylenebilecektir.

- (302) Teşebbüslerin ilan paketlerinin liste fiyatları da rakiplerin kurguladığı fiyatlandırmaların açıkça görülebilmesi bakımından yol göstericidir. Aşağıdaki tabloda SAHİBİNDEN ile kendisinden sonra en yüksek birim ilan fiyatlarına sahip olan rakibi HEPSİ EMLAK'ın üyelik paketlerinin liste fiyatları karşılaştırılmaktadır.

Tablo 27: SAHİBİNDEN ve Emlak Kategorisindeki En Yakın Rakibi HEPSİ EMLAK'ın Yıllık Liste Fiyatlarının Kıyaslanması (2021)

SAHİBİNDEN Paket Türü	SAHİBİNDEN Liste Fiyatı (TL) ¹⁰¹	HEPSİ EMLAK Paket Türü	HEPSİ EMLAK Liste Fiyatı (TL) ¹⁰²
10	(.....)	10	(.....)
25	(.....)	30 ¹⁰³	(.....)
35	(.....)	-	(.....)
50	(.....)	50	(.....)
75	(.....)	75	(.....)
100	(.....)	100	(.....)
200	(.....)	250 ¹⁰⁴	(.....)

Kaynak: Teşebbüsler tarafından sunulan cevabi yazılar ve raportör hesaplamaları.

- (303) Tablodan görüleceği üzere;

- Emlak kategorisinde SAHİBİNDEN'in en çok satılan 10'luk paketinin fiyatı HEPSİ EMLAK'ın fiyatından (.....) kat,
- Emlak kategorisinde SAHİBİNDEN'in 25'lik paketinin fiyatı, HEPSİ EMLAK'ın en çok satılan paketi olan 30'luk paketinden (.....) kat,
- SAHİBİNDEN'in 50'lik paketinin fiyatı, HEPSİ EMLAK'ın 50'lik paketinin fiyatından (.....) kat,
- SAHİBİNDEN'in 75'lik paketinin fiyatı, HEPSİ EMLAK'ın 75'lik paketinden (.....) kat,
- SAHİBİNDEN'in 100'lük paketinin fiyatı, HEPSİ EMLAK'ın 100'lük paketinden (.....) kat,
- SAHİBİNDEN'in 200'lük paketinin fiyatı, HEPSİ EMLAK'ın 250'lik paketinin fiyatından (.....) kat

¹⁰¹ SAHİBİNDEN liste fiyatları SAHİBİNDEN'in emlak kategorisinde birinci bölgedeki kurumsal müşterilerine sunduğu Standart, Pro, Pro-Plus ve Premium paketlerinin aritmetik ortalaması alınarak hesaplanmıştır.

¹⁰² HEPSİ EMLAK'ın A Plus bölgesindeki kurumsal üyelerine sunduğu paket fiyatları dikkate alınmıştır.

¹⁰³ HEPSİ EMLAK'ın 25 ilan hakkı veren kurumsal üyelik paketi bulunmamaktadır. Her halde, tabloda kıyaslamaların SAHİBİNDEN lehine gerçekleştirilmesi adına SAHİBİNDEN'in 25'lik paketinin fiyatlarıyla ile HEPSİ EMLAK'ın 30'luk paketinin fiyatları kıyaslanmaktadır.

¹⁰⁴ HEPSİ EMLAK'ın 200 ilan hakkı veren kurumsal üyelik paketi bulunmamaktadır. Her halde, tabloda kıyaslamaların SAHİBİNDEN lehine gerçekleştirilmesi adına SAHİBİNDEN'in 200'lük paketinin fiyatlarıyla ile HEPSİ EMLAK'ın 250'lik paketinin fiyatları kıyaslanmaktadır.

fazladır.

- (304) Dördüncü olarak satılan ilan haklarının tümünün kullanılmadığı, özellikle rakiplerin paket kullanım oranlarının dikkat çekici seviyede düşük kaldığı, dolayısıyla fiiliyatta yayımlanan ilan sayısına göre ilan başına katlanılan maliyetin çok daha yüksek olduğu belirtilmelidir. Bu durumu ölçümlemek adına Tablo 25'te platformların paket satışından elde ettiği gelirin diğer deyişle satın alınan ilan paketleri için ödenen ücretlerin, yayımlanabilecek ilan hakkı yerine fiiliyatta yayımlanan ilan sayısına oranlandığı ortalama "fiili" birim ilan fiyatları hesaplanmıştır. Ortaya çıkan tabloda, üyelerin ilan başına katlandıkları maliyetler bakımından SAHİBİNDEN ile rakipler arasındaki açığın çok daha çarpıcı hale geldiği gözlemlenmektedir. SAHİBİNDEN'de yıllık en fazla 120 ilan hakkı içeren paket bakımından birim ilan fiyatı (.....)TL iken fiili birim ilan fiyatı (.....) TL'ye çıkmaktadır. Buna karşın en yakın rakip HEPSİ EMLAK'ın yıllık en fazla 120 ilan hakkı içeren paketi bakımından birim ilan fiyatı (.....)TL iken fiili birim ilan fiyatı (.....)TL'ye, (.....) katından fazla bir tutara çıkmaktadır. Bu karşılaştırma SAHİBİNDEN ve rakipleri için tüm paket aralıkları bazında yapıldığında, SAHİBİNDEN'in fiili birim ilan fiyatları, birim ilan fiyatlarına oranla en fazla (.....) kat artmaktayken; bu artış HEPSİ EMLAK için (.....) ile (.....) kat, EMLAK JET için (.....) ile (.....) kat, ZİNGAT için (.....) ile (.....) kat, EMLAK SİTEM için ilan başına fiyatları (.....) ile (.....) kat, SATIŞ GARANTİ için ise (.....) ile (.....) arasında değişen oranlarda artmaktadır.
- (305) Rakiplerin fiili birim ilan fiyatları ile SAHİBİNDEN'in fiili birim ilan fiyatları karşılaştırıldığında bu tablo daha somut olarak ortaya çıkmaktadır. Birim ilan fiyatları bakımından rakiplerin SAHİBİNDEN'e nazaran çok daha düşük fiyatlı bir model kurguladığı yukarıda açıklanmıştır. Ancak 2021'de eş anlı birden fazla sayıda platform kullanan üyeler bakımından, rakiplerden alınan paketlerin üyenin portföyünün elverdiği ölçüde kullanılmaması, üyenin ilgili rakipte fiili olarak yayımladığı ilan başına maliyetini artırmaktadır. Örneğin yıllık en fazla 120 ilan hakkı içeren paketler bakımından, bir kurumsal üye için SAHİBİNDEN'deki ortalama fiili birim ilan maliyeti (.....) TL iken, rakiplerden HEPSİ EMLAK'taki fiili birim ilan maliyeti (.....) TL'ye, EMLAK JET'teki fiili birim ilan maliyeti (.....) TL'ye, ZİNGAT'taki fiili birim ilan maliyeti (.....) TL'ye çıkmaktadır.
- (306) Bu bakımdan, emlak satış/kiralama pazarında faaliyette bulunan kurumsal üyeler rakip platformlardan daha düşük ücretlerle daha yüksek kapasiteli ilan paketi satın alabilmektedir. Ancak kurumsal üyeler açısından SAHİBİNDEN'in vazgeçilmez ticari ortak niteliği ve geniş kullanıcı ağı dolayısıyla üyeler ilanlarını ilkin SAHİBİNDEN'e girmeyi tercih etmekte ve hem rakip hem de üyelerden gelen beyanlara göre bu ilanları aynı şekilde rakip platformlarda yayımlamamakta ve/veya güncel tutmamaktadır. Rakip platformlardan satın alınan ilan paketlerini SAHİBİNDEN'e nazaran daha az kullanmaları ise, SAHİBİNDEN'in pazar gücü karşısında düşük fiyat modeliyle pazarda tutunmaya çalışan rakiplerin ilan başına ortalama fiili fiyatlarının daha yüksek olmasına sebep olmakta, dolayısıyla rakiplerin SAHİBİNDEN karşısında düştüğü dezavantajlı durum daha büyük hale gelmektedir.
- (307) Bunlara ek olarak, eş anlı platform kullanım durumlarına göre üyelerin yıllar itibarıyla platformlarda yayınladıkları ilan sayıları ve fiilen yayınlanan her bir ilan için ödenen ortalama fiyat bilgilerine aşağıdaki tablolarda yer verilmektedir. Tüm platformlar içinde en fazla üyeye sahip platform SAHİBİNDEN olduğu için eş anlı kullanım durumları SAHİBİNDEN esas alınarak gösterilmiştir.

Tablo 28: 2021 Yılında Eş Anlı Olarak SAHİBİNDEN ve HEPSİ EMLAK Kullanan Üyelerin Platformlarda Yayınladıkları Toplam İlan Sayısı ve Ortalama Fiilî Birim İlan Fiyatı (FBİF)

Platformlar	HEPSİ EMLAK		SAHİBİNDEN		EMLAK JET		ZİNGAT		EMLAK SİTEM		SATIŞ GARANTİ	
	Toplam İlan	Ort. FBİF TL	Toplam İlan	Ort. FBİF TL	Toplam İlan	Ort. FBİF TL	Toplam İlan	Ort. FBİF TL	Toplam İlan	Ort. FBİF TL	Toplam İlan	Ort. FBİF TL
SHBN HPSE	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)								
SHBN HPSE EMLJ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)						
SHBN HPSE EMLJ EMLS	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)			(.....)	(.....)		
SHBN HPSE EMLJ STŞG	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)					(.....)	(.....)
SHBN HPSE EMLS	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)					(.....)	(.....)		
SHBN HPSE STŞG	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)							(.....)	(.....)
SHBN ZNGT HPSE	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)			(.....)	(.....)				
SHBN ZNGT HPSE EMLJ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)				
SHBN ZNGT HPSE EMLJ EMLS	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)		
SHBN ZNGT HPSE EMLJ STŞG	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)			(.....)	(.....)
SHBN ZNGT HPSE EMLS	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)			(.....)	(.....)	(.....)	(.....)		
SHBN ZNGT HPSE EMLS STŞG	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)			(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
SHBN ZNGT HPSE STŞG	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)			(.....)	(.....)			(.....)	(.....)
Toplam/Ortalama	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: EAAD ve Raportörler Tarafından Yapılan Hesaplamalar

(308) Yukarıda yer verilen tablodan da görüleceği üzere, HEPSİ EMLAK ve SAHİBİNDEN platformlarını eş anlı kullanan üyeler 2021 yılında HEPSİ EMLAK'ta (.....) ilan yayınlarken SAHİBİNDEN platformunda toplam (.....) ilan yayınlamışlardır. Fiilî olarak yayınladıkları her bir ilan için ödenen ortalama fiilî birim ilan fiyatlarına bakıldığında ise HEPSİ EMLAK'ta yayınlanan her bir ilanın üyelere maliyeti ortalama (.....) TL, SAHİBİNDEN'de yayınlanan her bir ilan için bu tutar (.....) TL'dir. Her ne kadar yukarıdaki tablo HEPSİ EMLAK ve SAHİBİNDEN platformlarını eş anlı kullanan üyelere yönelik olsa da söz konusu üyelerin aynı zamanda başka platformlarda da üyeliklerinin bulunması sebebiyle aynı tabloda diğer platformlara da yer verilmiştir. Tablonun "*Platformlar*" başlıklı birinci sütununda kısaltmalarıyla yer verilen platformlar üyeler tarafından eş anlı olarak kullanılan platformları ifade etmektedir. Örneğin, "SHBN HPSE EMLJ" olarak yer verilen durum, yalnızca söz konusu üç platformu eş anlı kullanan üyelerin bu üç platformda yayınladıkları ilanlara yönelik bilgileri göstermektedir. Platformlara üyelik durumları her bir çapraz eşleşmede (örn. SAHİBİNDEN ve HEPSİ EMLAK) çeşitli üyelik kombinasyonları doğuracağı için Tablo 29'da olası kombinasyonlardan birine yer verilen söz konusu bilgiler aşağıdaki tablolarda yalnızca toplam ve ortalama birim fiyatlar üzerinden sunulmaktadır.

Tablo 29: Eş Anlı Olarak SAHİBİNDEN ve HEPSİ EMLAK Kullanan Üyelerin Platformlarda Yayınladıkları Toplam İlan Sayısı ve Ortalama Fiilî Birim İlan Fiyatı (FBİF)

Platform	2019		2020		2021	
	Toplam İlan	Ort. FBİF TL	Toplam İlan	Ort. FBİF TL	Toplam İlan	Ort. FBİF TL
SAHİBİNDEN	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
HEPSİ EMLAK	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
EMLAK JET	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ZİNGAT	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
EMLAK SİTEM	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
SATIŞ GARANTİ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: EAAD ve Raportörler Tarafından Yapılan Hesaplamalar

Tablo 30: Eş Anlı Olarak SAHİBİNDEN ve ZİNGAT Kullanan Üyelerin Platformlarda Yayınladıkları Toplam İlan Sayısı ve Ortalama Fiilî Birim İlan Fiyatı (FBİF)

Platform	2019		2020		2021	
	Toplam İlan	Ort. FBİF TL	Toplam İlan	Ort. FBİF TL	Toplam İlan	Ort. FBİF TL
SAHİBİNDEN	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ZİNGAT	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
HEPSİ EMLAK	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
EMLAK JET	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
EMLAK SİTEM	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
SATIŞ GARANTİ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: EAAD ve Raportörler Tarafından Yapılan Hesaplamalar

Tablo 31: Eş Anlı Olarak SAHİBİNDEN ve EMLAK JET Kullanan Üyelerin Platformlarda Yayınladıkları Toplam İlan Sayısı ve Ortalama Fiilî Birim İlan Fiyatı (FBİF)

Platform	2019		2020		2021	
	Toplam İlan	Ort. FBİF TL	Toplam İlan	Ort. FBİF TL	Toplam İlan	Ort. FBİF TL
SAHİBİNDEN	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
EMLAK JET	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
HEPSİ EMLAK	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ZİNGAT	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
EMLAK SİTEM	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
SATIŞ GARANTİ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: EAAD ve Raportörler Tarafından Yapılan Hesaplamalar

Tablo 32: Eş Anlı Olarak SAHİBİNDEN ve EMLAK SİTEM Kullanan Üyelerin Platformlarda Yayınladıkları Toplam İlan Sayısı ve Ortalama Fiilî Birim İlan Fiyatı (FBİF)

Platform	2019		2020		2021	
	Toplam İlan	Ort. FBİF TL	Toplam İlan	Ort. FBİF TL	Toplam İlan	Ort. FBİF TL
SAHİBİNDEN	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
EMLAK SİTEM	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
HEPSİ EMLAK	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
EMLAK JET	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ZİNGAT	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
SATIŞ GARANTİ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: EAAD ve Raportörler Tarafından Yapılan Hesaplamalar

Tablo 33: Eş Anlı Olarak SAHİBİNDEN ve SATIŞ GARANTİ Kullanan Üyelerin Platformlarda Yayınladıkları Toplam İlan Sayısı ve Ortalama Fiilî Birim İlan Fiyatı (FBİF)

Platform	2019	2019	2020	2020	2021	2021
	Toplam İlan	Ort. FBİF TL	Toplam İlan	Ort. FBİF TL	Toplam İlan	Ort. FBİF TL
SAHİBİNDEN	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
SATIŞ GARANTİ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
HEPSİ EMLAK	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
EMLAK JET	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ZİNGAT	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
EMLAK SİTEM	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

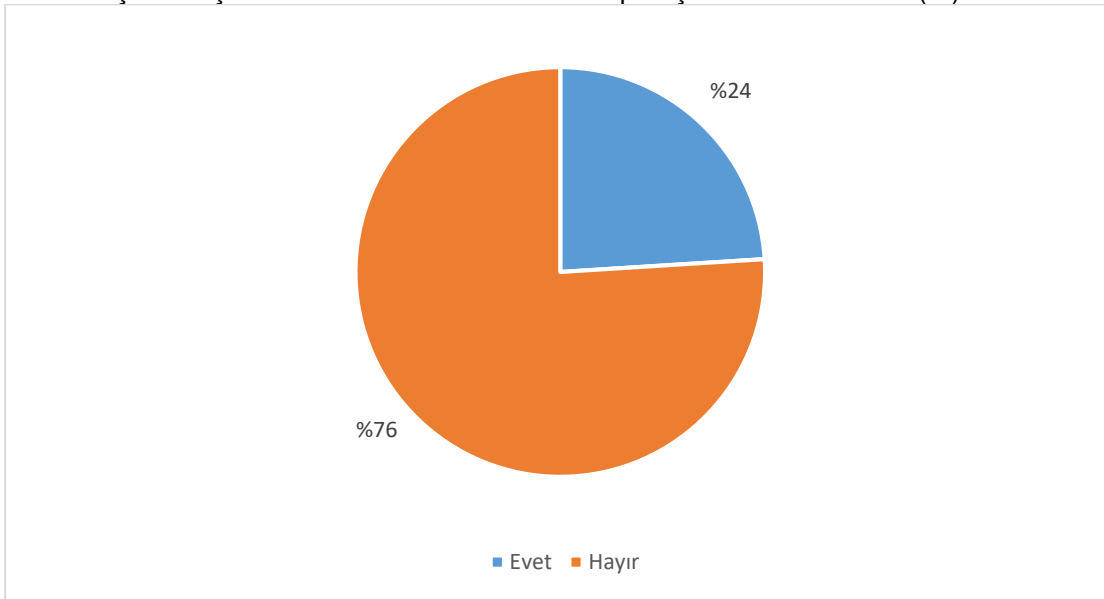
Kaynak: EAAD ve Raportörler Tarafından Yapılan Hesaplamalar

- (309) Yukarıdaki tablolardan, 2021 yılında SAHİBİNDEN ile HEPSİ EMLAK'ı eş anlı olarak kullanan üyelerin SAHİBİNDEN'de yayınladıkları ilan sayısının HEPSİ EMLAK'takinin neredeyse (.....) katı olduğu, SAHİBİNDEN ile ZİNGAT'ı eş anlı olarak kullanan üyelerin 2021 yılında SAHİBİNDEN'de yayınladıkları ilan sayısının ZİNGAT'takinin neredeyse (.....) katı olduğu, SAHİBİNDEN ile EMLAKJET'i eş anlı olarak kullanan

üyelerin 2021 yılında SAHİBİNDEN’de yayımladıkları ilan sayısının EMLAKJET’tekinin neredeyse (.....) katı olduğu, SAHİBİNDEN ile EMLAK SİTEM’i eş anlı olarak kullanan üyelerin 2021 yılında SAHİBİNDEN’de yayımladıkları ilan sayısının EMLAK SİTAM’dekinin neredeyse (.....) olduğu ve son olarak SAHİBİNDEN ile SATIŞ GARANTİ’yi eş anlı olarak kullanan üyelerin 2021 yılında SAHİBİNDEN’de yayımladıkları ilan sayısının SATIŞ GARANTİ’dekinin neredeyse (.....) katı olduğu izlenebilmektedir.

- (310) Ancak bu farklılığın, yukarıda rakipler bakımından yer alan toplam ilan sayılarının da park yeri modeli sebebiyle gerçeği yansıtmayabileceği değerlendirilmektedir. Nitekim emlakçılara yönelik düzenlenen ankette, platformlarda yayımladıkları ilanları güncel olması, üst sıralarda gözükmesi vb. amaçlarla silip baştan yükleyip yüklemedikleri sorulmuş olup ilgili soruya cevap sağlayan 436 emlakçıdan 105’i bu soruya evet yanıtını vermiştir.

Grafik 1: Çevrim İçi İlan Platformlarındaki İlanları Silip Baştan Yükleme Oranı (%)



- (311) Platformlardaki ilanlarını silip yeniden yükleyen emlakçılara hangi platformlarda bunun mümkün olduğu sorulmuştur. Emlakçılar yanıtlarında genellikle bütün platformlarda bunun mümkün olduğunu belirtse de, bazı emlakçılar

- Doping paketi satmak amacıyla SAHİBİNDEN’in buna izin vermediğini,
- SAHİBİNDEN’de ilanını silip yeniden yüklediklerinde arama sonuçlarında ilanlarını hala üst sırada göremediğini,
- HEPSİ EMLAK’ta “ilanımı güncelle” kısmı olduğundan bunun mümkün olduğunu ancak SAHİBİNDEN’de bunu gerçekleştiremediklerini,
- Söz konusu davranışı fark eden platformların ilanı sıralamada arkaya ittiğini

belirtmiştir. HEPSİ EMLAK ile yapılan çevrim içi görüşmede, üyelerin geçmişte bu yola başvurabildiği, ancak yıllar içinde geliştirdikleri algoritmalar ile bu uygulamaları çok büyük oranda engelledikleri, bununla birlikte bir ilanın bir başka ilanla aynı olup olmadığının tespitinin çok güç olduğu belirtilmiştir. Dolayısıyla emlakçıların oldukça sınırlı bir kısmının aynı ilanı güncel göstermek ya da ilanın üst sırada yer almasını sağlamak için SAHİBİNDEN dışındaki teşebbüslerde tekrar tekrar girebildiği anlaşılmaktadır.

- (312) SAHİBİNDEN bazında eş anlı üyelik durumlarına göre yayınlanan toplam ilan sayılarına ve ortalama fiyatlara yönelik yukarıda yer verilen tablolar doğrultusunda;
- SAHİBİNDEN ile rakip platformlardan herhangi birini eş anlı olarak kullanan üyelerin tüm yıllarda SAHİBİNDEN’de daha fazla ilan yayınladıkları,
 - HEPSİ EMLAK, ZİNGAT, EMLAK JET, EMLAK SİTEM ve SATIŞ GARANTİ ile karşılaştırılınca ilgili platformları kullanan üyelerin bu platformlara kıyasla SAHİBİNDEN üzerinden üç yıl için ortalama %(.) daha¹⁰⁵ fazla ilan yayımlandığı,
 - SAHİBİNDEN platformunda yayınlanan ilanların ortalama fiili birim fiyatının her zaman diğer platformların ortalama birim fiyatlarının üzerinde olduğu

anlaşılmaktadır.

- (313) Yukarıda yapılan hesaplamalarla benzer şekilde vasıta ilanları bakımından yapılan hesaplamalara bir sonraki bölümde yer verilecektir.

I.5.2.1.5.2. Vasıta Satış Faaliyetlerine Yönelik Çevrim İçi Platform Hizmeti Emlakçılarının Çevrim İçi Platform Hizmeti Pazarındaki Davranışları

- (314) Yukarıdaki bölümde emlak ilanlarına yönelik olarak yapılan hesaplamalar benzer şekilde vasıta ilanları bakımından da yapılmıştır. Bu bağlamda öncelikle SAHİBİNDEN, ARABAMCOM, ARABA SEPETİ ve SATIŞ GARANTİ’nin vasıta alım satımı alanında faaliyet gösteren üye sayılarına ve üyelerin eş anlı platform kullanım oranlarına yer verildikten sonra, üyelerin paket kullanım oranları, paket tercihleri, paketlerin birim ilan fiyatları ile SAHİBİNDEN ve en az bir diğer platform kullanan üyelerin bu platformlarda yayımladıkları ilan sayılarına yönelik yapılan hesaplamalara değinilecektir.

I.5.2.1.5.2.1. Teşebbüslerin Üye Sayıları ve Eş Anlı Platform Kullanım Oranı

- (315) Teşebbüslerin vasıta ilanı yayımlayan üyelerine yönelik sundukları veriler incelendiğinde en fazla üyeye sahip teşebbüsün SAHİBİNDEN olduğu anlaşılmaktadır. SAHİBİNDEN’in sahip olduğu üye sayısı kendisine en yakın rakibi olan ARABAMCOM’un üye sayısının yaklaşık (.) olduğu görülmüştür.

Tablo 34: Teşebbüslerin Vasıta Alım Satımı Alanında Faaliyet Gösteren Üye Sayıları

Teşebbüs	2019	2020	2021
SAHİBİNDEN	(.)	(.)	(.)
ARABAMCOM	(.)	(.)	(.)
ARABA SEPETİ	(.)	(.)	(.)
SATIŞ GARANTİ	(.)	(.)	(.)
Toplam Üye Sayısı ¹⁰⁶ (Sütun Toplamını Göstermez)	(.)	(.)	(.)

Kaynak: EAAD tarafından yapılan hesaplamalar

- (316) Üyelerin aynı anda kaç platform ile çalıştıklarını ve her bir teşebbüsün sahip olduğu üyelerin kaçının yalnızca kendileriyle çalıştığını tespit edebilmek amacıyla eş anlı platform kullanım oranı hesaplanmıştır. Bu bağlamda Tablo 35’ten de görüleceği üzere üyelerin yaklaşık %(.) yalnızca bir platform ile çalışmayı tercih ettikleri anlaşılmaktadır. Birden fazla platformu aynı anda kullanan üyelerin toplam üyeler

¹⁰⁵ İlgili oran her bir tablo bakımından yıl bazında SAHİBİNDEN’de yayımlanan ilan sayısı ile rakipte yayımlanan ilan sayısı arasındaki farkın SAHİBİNDEN’de yayımlanan ilan sayısına oranı ile elde edilmiştir. Daha sonra ilgili yılların her bir tablo bakımından aritmetik ortalaması alınmış ve bir ortalama değer elde edilmiştir. Son olarak elde edilen bu ortalama değerler rakip sayısına aritmetik oranlanmıştır.

¹⁰⁶ İlgili yılda il ve ilçe ayrımlı toplam üye sayısını gösterir.

içindeki oranı, diğer bir deyişle eş anlı kullanım oranı ise yıllar itibarıyla yaklaşık % (.....) civarındadır.

Tablo 35: Üye Olunan Platform Sayısına Göre Dağılımlar ve Eş Anlı Platform Kullanım Oranı

Üye Olunan Platform Sayısı	2019		2020		2021	
	Üye Sayısı	Oran (%)	Üye Sayısı	Oran (%)	Üye Sayısı	Oran (%)
1	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
2	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
3	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
4	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Toplam	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Eş Anlı Platform Kullanım Oranı	(.....)		(.....)		(.....)	

Kaynak: EAAD tarafından yapılan hesaplamalar

- (317) Bununla birlikte, teşebbüslerin sahip oldukları toplam üye sayısı içinde, bu üyelerin oran olarak ne kadarının yalnızca kendileriyle çalıştığını gösteren tablo aşağıda sunulmaktadır. Bu tablo incelendiğinde SAHİBİNDEN'e ait üyelerin yaklaşık % (.....) yalnızca SAHİBİNDEN ile çalıştığı, diğer teşebbüslerde ise bu oranın en fazla % (.....) civarında olduğu görülmektedir.

Tablo 3625: Yalnızca Kendileriyle Çalışan Üyelerin Toplam Üyeleri İçindeki Oranı (%)

Teşebbüs	2019		2020		2021	
	Yalnızca Kendileriyle Çalışan Üye Sayısı	Toplam Üyelerine Oranı (%)	Yalnızca Kendileriyle Çalışan Üye Sayısı	Toplam Üyelerine Oranı (%)	Yalnızca Kendileriyle Çalışan Üye Sayısı	Toplam Üyelerine Oranı (%)
SAHİBİNDEN	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ARABAMCOM	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ARABA SEPETİ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
SATIŞ GARANTİ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: EAAD tarafından yapılan hesaplamalar

- (318) Diğer teşebbüslerin SAHİBİNDEN ile ortak üye sayılarına bakıldığında ise yıllar itibarıyla en fazla ortak üyeye sahip teşebbüsün ARABAMCOM olduğu anlaşılmaktadır. SAHİBİNDEN platformunu kullanmakla birlikte en az bir diğer platformda üyeliği bulunan teşebbüslerin tüm üyeler içindeki oranları ise eş anlı platform kullanım oranına yakın bir şekilde % (.....) civarında seyretmektedir.

Tablo 37: Diğer Teşebbüslerin SAHİBİNDEN ile Ortak Üye Sayıları

Teşebbüs	2019	2020	2021
ARABAMCOM	(.....)	(.....)	(.....)
ARABA SEPETİ	(.....)	(.....)	(.....)
SATIŞ GARANTİ	(.....)	(.....)	(.....)
SAHİBİNDEN ve En Az Bir Diğer Rakip Platform Kullanan Üye Sayısı	(.....)	(.....)	(.....)
Toplam Üye Sayısına Oranı (%)	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: EAAD tarafından yapılan hesaplamalar

1.5.2.1.5.2.2. İl Bazında ve Ölçek Bazında Eş Anlı Platform Kullanım Oranları

- (319) Üyelerin illere göre dağılımına bakıldığında, üyelerin yaklaşık % (.....); İstanbul, Ankara, İzmir ve Kocaeli'nde faaliyet gösterdiği görülmektedir. En fazla üyenin faaliyet gösterdiği İstanbul'un payının da % (.....) civarında olduğu anlaşılmıştır.

Tablo 38: Üyelerin İllere Göre Dağılımı

Şehirler	2019		2020		2021	
	Üye Sayısı	Oranı (%)	Üye Sayısı	Oranı (%)	Üye Sayısı	Oranı (%)
İstanbul	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Ankara	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
İzmir	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Kocaeli	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Diğer İller	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Toplam	(.....)	100,00	(.....)	100,00	(.....)	100,00

Kaynak: EAAD tarafından yapılan hesaplamalar

- (320) Üyelerin eş anlı platform kullanım durumunun İstanbul, Ankara, İzmir, Kocaeli ve diğer iller bakımından bir farklılık arz edip etmediğinin tespit edilmesi amacıyla eş anlı platform kullanım oranları ayrıca il bazında da hesaplanmıştır. Bu hesaplama yapılırken Türkiye geneli için yapılan hesaplama benzer şekilde, bir ilde eş anlı platform kullanan üyelerin sayısı o ildeki toplam üye sayısına oranlanmıştır. Aşağıdaki tablodan da görüleceği üzere İstanbul, Ankara, İzmir ve Kocaeli’nde eş anlı kullanım oranı %(.....) geçmemektedir. Bu illerin ve diğer illerin eş anlı kullanım oranlarının ortalamalarına bakıldığında ise Türkiye geneli için hesaplanan eş anlı kullanım oranına benzer şekilde yine %(.....) civarında oldukları tespit edilmiştir. Dolayısıyla İstanbul, Ankara, İzmir ve Kocaeli bakımından eş anlı kullanım oranlarının diğer illerden farklılaşmadığı değerlendirilmektedir.

Tablo 39: İllere Göre Üyelerin Eş Anlı Platform Kullanım Oranları (%)

İl	2019	2020	2021
İstanbul	(.....)	(.....)	(.....)
Ankara	(.....)	(.....)	(.....)
İzmir	(.....)	(.....)	(.....)
Kocaeli	(.....)	(.....)	(.....)
Ortalama	(.....)	(.....)	(.....)
Diğer İller Ortalama	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: EAAD tarafından yapılan hesaplamalar

- (321) Bununla birlikte, eş anlı platform kullanım durumu, üyelerin faaliyet ölçeklerine göre ayrıca hesaplanarak büyük ve küçük ölçekli üyeler bakımından eş anlı kullanım durumu arasında bir fark olup olmadığı ortaya konmaya çalışılmıştır. Bu kapsamda iki farklı ölçek tanımlanarak hesaplanan eş anlı kullanım oranlarına Tablo 40’ta yer verilmektedir. Ölçeklerin belirlenmesinde esas alınan metodoloji emlak ilanlarıyla ilgili bölümde anlatıldığından ayrıca burada değinilmeyecektir.

Tablo 40: Ölçeklerine Göre Üyelerin Eş Anlı Platform Kullanım Oranı (MH)

Ölçek-1 Yıllık Max. İlan Sayısı	2019		2020		2021	
	MH (%)	Üye Sayısı	MH (%)	Üye Sayısı	MH (%)	Üye Sayısı
0-25	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
26-50	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
51-100	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
101-150	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
151-200	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
201-250	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
251-500	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
501 ve Üstü	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Ölçek-2 İlan Harcaması	2019		2020		2021	
	MH (%)	Üye Sayısı	MH (%)	MH (%)	Üye Sayısı	MH (%)
Küçük Ölçekli	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Orta Ölçekli	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Büyük Ölçekli	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Kaynak: EAAD tarafından yapılan hesaplamalar						

(322) Yukarıdaki tablo incelendiğinde emlak ilanlarıyla ilgili bölümde ulaşılan sonuçlarla benzer şekilde, faaliyet ölçeğinin büyüdüğü durumda eş anlı platform kullanım oranlarının arttığı görülmektedir. 2021 yılı için bakıldığında, ilan harcamaları bakımında yapılan ölçeklendirmede, pazarın %(.....) oluşturan küçük ölçekli işletmelerin %(.....), pazarın %(.....) oluşturan orta ölçekli işletmeleri %(.....), pazarın %(.....) oluşturan büyük ölçekli işletmelerin ise %(.....) aynı anda birden fazla platform kullandığı gerçekleştirildiği görülmektedir. Satın alınan ilan sayısı bakımından yapılan ölçeklendirmede de pazarın %(.....) en fazla yıllık 25 ilan hakkı satın aldığı, bu kesimin birden fazla platform kullanma oranının ise %(.....) ile sınırlı kaldığı gözlemlenmektedir. Benzer şekilde 2021'de pazarın %(.....) yıllık 26-50 arası ilan hakkı satın aldığı, bu kesimin aynı anda birden fazla platform kullanım oranının ise %(.....) ile sınırlı kaldığı anlaşılmaktadır.

(323) Eş anlı platform kullanım durumu ile ölçek büyüklüğü arasındaki pozitif ilişki, yayımlanan maksimum ilan sayılarının bir platform kullananlar ile birden fazla platform kullananlar arasında karşılaştırılması durumunda da net bir şekilde ortaya çıkmaktadır. Aşağıdaki tabloda da yer verildiği üzere, herhangi bir platformda yayımlanan maksimum ilan sayılarının ortalaması eş anlı platform kullananlar bakımından her zaman daha yüksektir. Bu bilgilere ayrıca il bazında da Tablo 42'de yer verilmektedir.

Tablo 41: Herhangi Bir Platformda Yayımlanan Maksimum İlan Sayılarının Ortalaması

Yıl	Bir Platform Kullananlar	Eş Anlı Platform Kullananlar
2019	(.....)	(.....)
2020	(.....)	(.....)
2021	(.....)	(.....)
Kaynak: EAAD tarafından yapılan hesaplamalar		

Tablo 4226: İl Bazında Herhangi Bir Platformda Yayımlanan Maksimum İlan Sayılarının Ortalaması

Şehir	2019		2020		2021	
	Bir Platform Kullananlar	Eş Anlı Kullananlar	Bir Platform Kullananlar	Eş Anlı Kullananlar	Bir Platform Kullananlar	Eş Anlı Kullananlar
İstanbul	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Ankara	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
İzmir	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Kocaeli	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Diğer İller	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: EAAD tarafından yapılan hesaplamalar

- (324) Sonuç olarak, pazarın küçük ve/veya orta ölçekli kesimini temsil eden önemli bir bölümünün veri taşımanın engellenmesi eyleminden kalan kesime nazaran daha fazla etkilenmesinin muhtemel olduğu değerlendirilmektedir. Bu açıdan veri taşımanın mümkün olduğu senaryoda hâlihazırda tek platform kullanan önemli bir kesimin birden fazla platform kullanmalarının önünün açılacağı, böylelikle platformlar arası rekabetin önünün açılacağı değerlendirilmektedir.

I.5.2.1.5.2.3. Üyelerin Paket Tercihleri, Paket Kullanım Oranları ve Ortalama Fiyatlar

- (325) 2021 yılı itibarıyla eş anlı platform kullanan üyeler bakımından üyelerin hangi paketleri tercih ettikleri, bu paketlerin birim ilan fiyatları ve üyelerin ortalama bu paketlerin ne kadarını kullandığını gösteren paket kullanım oranlarına Tablo 43'te yer verilmektedir¹⁰⁷.

¹⁰⁷ ARABA SEPETİ tarafından sunulan verilerde paketlerin içerdiği ilan sayısı her zaman "sınırsız" olarak yer aldığından bu hesaplamaların ARABA SEPETİ için yapılması mümkün olmamıştır. Ayrıca ARABAMCOM tarafından sunulan verilerin de EMLAK JET verilerine benzer şekilde aylık bazda sunulduğu anlaşıldığından söz konusu veriler 12 ile çarpılarak hesaplama yapılmıştır.

23-39/754-263

Tablo 43: 2021 Yılında Eş Anlı Platform Kullanan Üyelerin Paket Tercihleri, Paketlerin Ortalama Birim İlan Fiyatları (BİF) ve Ortalama Fiili Birim İlan Fiyatları (FBİF) ile Paket Kullanım Oranları (PKO)

Paket İçeriği (Yıllık İlan Sayısı)	SAHİBİNDEN				ARABAMCOM				SATIŞ GARANTİ			
	Üye Oranı (%)	PKO (%)	Ort. BİF (TL)	Ort. FBİF (TL)	Üye Oranı (%)	PKO (%)	Ort. BİF (TL)	Ort. FBİF (TL)	Üye Oranı (%)	PKO (%)	Ort. BİF (TL)	Ort. FBİF (TL)
a.0-120	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
b.121-300	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
c.301-420	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)			
d.421-600	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
e.601-900	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)			
f.901-1200	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)			
g.1201-2400	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
h.2401-6000	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Toplam/Ort.	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: EAAD ve Raportörler Tarafından Yapılan Hesaplamalar

- (326) Yukarıda yer alan tabloda ilk etapta, 2021’de SAHİBİNDEN üyelerinin (.....) yıllık en fazla 120 ilan hakkı (aylık 10 ilan) satın aldığı, ARABAMCOM üyelerinin ise %(.....)’sinin 0-120 arası ilan hakkı satın almayı tercih ettiği, SATIŞGARANTİ’nin üyelerinin ise %(.....)’ünün ise yıllık en fazla 300 ilan hakkı satın aldığı gözlemlenmektedir. SAHİBİNDEN’in en çok satılan paketlerinin aylık 5-10’luk paketler olduğu, ARABAMCOM’un en çok satılan paketlerinin aylık 10’luk paketler olduğu, buna karşın SATIŞGARANTİ’nin 10-25’lik paket olduğu anlaşılmaktadır.
- (327) İkinci olarak, bir üstteki paragrafta aktarılan en çok satın alınan ilan paketlerinin fiiliyatta ne kadar kullanıldığına bakılacaktır. Bu bakımdan SAHİBİNDEN’de yıllık en fazla 120 ilan içeren paketin %(.....)’ünün, yıllık 120-300 arası ilan hakkı (aylık 10-25 ilan) içeren paketin %(.....)’sinin kullanıldığı görülmektedir. SAHİBİNDEN’in diğer paketlerinde de paket kullanım oranları genel olarak bu seviyede gerçekleşmiştir. Bu oranlar ARABAMCOM’da %(.....) aralığına kadar düşmektedir. ARABAMCOM’da yıllık en fazla 120 ilan hakkı içeren paket fiiliyatta %(.....) oranında, yıllık 121-300 arası ilan hakkı (aylık 10-25 ilan) içeren paket fiiliyatta %(.....) oranında kullanılmıştır. Bu oranlar SATIŞ GARANTİ’de ise çok daha ciddi bir düşüş göstermekte olup yıllık 121-300 arası ilan hakkı (aylık 10-25 ilan) içeren ve en çok satılan paket fiiliyatta %(.....) oranında kullanılmıştır. Aylık 5-10’luk paketi ise %(.....) oranında kullanılmıştır.
- (328) Sonuç olarak 0-120’lik paketin pazarın en büyük iki oyuncusu bakımından da en fazla tercih edilen paket aralığı olduğu, ancak SAHİBİNDEN paketleri ortalamada %(.....) civarında bir kullanıma sahipken ARABAMCOM’da bu oran %(.....) ile sınırlı kalmaktadır. Ayrıca tüm paket gruplarında SAHİBİNDEN tarafından uygulanan fiyatların diğer teşebbüslerin fiyatlarının üzerinde olduğu da açıktır.
- (329) Bunlara ek olarak satılan diğer paketlerin de kullanım oranlarını göz ardı etmemek adına eş anlı platform kullanan üyelerin paket kullanım oranları tüm üyeler ve paket kullanım tercihlerine göre ağırlıklı ortalamaları alınarak aşağıda yıllar itibarıyla gösterilmiştir. Tablo 44’te verilen paket kullanım oranlarının ortalaması hesaplanırken yukarıdaki tablolarda “a-i” arasında sınıflandırılan paketlerin üyeler tarafından tercih edilme durumları, ortalamaların hesaplanmasında her bir yıl için ayrı ayrı olmak üzere ağırlık olarak kullanılmıştır.

Tablo 44: Birden Fazla Platform Kullanan Üyelerin Paket Kullanım Oranları

Paket Tercihlerine Göre Ağırlıklı Ortalama (%)			
Teşebbüs	2019	2020	2021
SAHİBİNDEN	(.....)	(.....)	(.....)
ARABAMCOM	(.....)	(.....)	(.....)
SATIŞ GARANTİ	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: EAAD ve Raportörler Tarafından Yapılan Hesaplamalar

- (330) Yukarıdaki tablo incelendiğinde, SAHİBİNDEN’den alınan paketlerdeki kullanım oranlarının her bir yıl ölçeğinde, rakiplerinden fazla olduğu saptanmaktadır. SAHİBİNDEN’in paket kullanım oranları %(.....) seviyelerinde değişmekteyken ARABAMCOM’da bu oran 2019’da %(.....) seviyesinden gittikçe artarak (yaklaşık (.....) puan) 2021’de %(.....) seviyesine gelmiştir. SATIŞ GARANTİ’de ise bu oran %(.....) seviyesinde sınırlı kalmaktadır.
- (331) İlâveten Tablo 45’te platformların sunduğu ilan paketlerinin fiyatları karşılaştırılmaktadır. İlgili her bir ölçekte satılan paketlerden elde edilen gelirin paketlerin içerdiği ilan hakkı sayısına oranlanarak elde edilen ortalama birim ilan fiyatlarına bakıldığında, tüm paketlerde SAHİBİNDEN’in uyguladığı fiyatların

rakiplerine göre daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Yıllık en fazla 120 ilan hakkı içeren paketlerde SAHİBİNDEN'in ortalama ilan fiyatı ilan başına (.....)TL iken bu ARABAMCOM için (.....)TL ve SATIŞ GARANTİ için (.....)TL'dir.

- (332) Teşebbüslerin ilan paketlerinin liste fiyatları da rakiplerin kurguladığı fiyatlandırmaların açıkça görülebilmesi bakımından yol göstericidir. Aşağıdaki tabloda SAHİBİNDEN ile kendisinden sonra en yüksek birim ilan fiyatlarına sahip olan rakibi ARABAMCOM'un üyelik paketlerinin liste fiyatları karşılaştırılmaktadır.

Tablo 45: SAHİBİNDEN ve Vasıta Kategorisindeki En Yakın Rakibi ARABAMCOM'un Liste Fiyatlarının Kıyaslanması (2021)

SAHİBİNDEN Paket Türü	SAHİBİNDEN Liste Fiyatı (TL) ¹⁰⁸	ARABAMCOM Paket Türü	ARABAMCOM Liste Fiyatı (TL) ¹⁰⁹
10	(.....)	10	(.....)
25	(.....)	30	(.....)
100	(.....)	250	(.....)

Kaynak: Teşebbüsler tarafından sunulan cevabi yazılar ve raportör hesaplamaları.

- (333) Yukarıdaki tabloda SAHİBİNDEN ile kendisinden sonra en yüksek birim ilan fiyatlarına sahip olan rakibi ARABAMCOM'un üyelik paketlerinin liste fiyatları karşılaştırılmaktadır. Tablodan görüleceği üzere;

- SAHİBİNDEN'in 10'luk paketinin fiyatı ARABAMCOM'un fiyatından (.....) kat,
- SAHİBİNDEN'in 25'lik paketinin fiyatı ARABAMCOM'un fiyatından (.....) kat,
- SAHİBİNDEN'in 100'lük paketinin fiyatı ARABAMCOM'un fiyatından (.....) kat

fazladır.

- (334) Dördüncü olarak satılan ilan haklarının tümünün kullanılmadığı, dolayısıyla yayımlanan ilan sayısına göre ilan başına fiiliyatta katlanılan maliyetin daha yüksek olduğu belirtilmelidir. Bu durumu ölçümlemek adına Tablo 12'de yayımlanabilecek ilan hakkı yerine fiiliyatta yayımlanan ilan sayısının o ilanlar için ödenen ücretlere oranlandığı ortalama "fiili" birim ilan fiyatları hesaplanmıştır. Ortaya çıkan tabloda, üyelerin fiiliyatta yayımladıkları ilan başına katlandıkları maliyetler bakımından SAHİBİNDEN ile rakipler arasındaki açığın çok daha çarpıcı hale geldiği gözlemlenmektedir. Örneğin SAHİBİNDEN'de yıllık en fazla 120 ilan hakkı içeren paket bakımından birim ilan fiyatı (.....)TL iken fiili birim ilan fiyatı (.....)TL'ye, (.....) katına çıkmaktadır. Buna karşın en yakın rakip ARABAMCOM'un yıllık en fazla 120 ilan hakkı içeren paketi bakımından birim ilan fiyatı (.....)TL iken fiili birim ilan fiyatı (.....)TL'ye, (.....) katına çıkmaktadır. Bu karşılaştırma SAHİBİNDEN ve rakipleri için tüm paket aralıkları bazında yapıldığında, SAHİBİNDEN'in ilan başına fiyatları (.....) ile (.....) kat arasında değişen oranlarda artmaktayken, ARABAMCOM'un ilan başına fiyatları (.....) ile (.....) kat arasında değişen oranlarda artmaktadır.

- (335) Bu bakımdan, vasıta satış pazarında faaliyette bulunan kurumsal üyeler rakip platformlardan daha düşük ücretlerle daha yüksek kapasiteli ilan paketi satın alabilmektedir. Ancak kurumsal üyeler açısından SAHİBİNDEN'in vazgeçilmez ticari ortak niteliği ve geniş kullanıcı ağı dolayısıyla üyeler ilanlarını ilkin SAHİBİNDEN'e girmeyi tercih etmekte ve hem rakip hem de üyelere gelen beyanlara göre bu ilanları aynı şekilde rakip platformlarda yayımlamamakta ve/veya güncel tutmamaktadır.

¹⁰⁸ SAHİBİNDEN birinci bölgedeki kurumsal üyelerine sunduğu paket fiyatları dikkate alınmıştır.

¹⁰⁹ ARABAMCOM'un "Gold" paketi kapsamında kurumsal üyelerine sunduğu paket fiyatları dikkate alınmıştır.

Rakip platformlardan satın alınan ilan paketlerini SAHİBİNDEN'e nazaran daha az kullanmaları ise, SAHİBİNDEN'in pazar gücü karşısında düşük fiyat modeliyle pazarda tutunmaya çalışan rakiplerin ilan başına ortalama fiili fiyatlarının daha yüksek olmasına sebep olmaktadır. Dolayısıyla rakiplerin SAHİBİNDEN karşısında düştüğü dezavantajlı durum çok daha büyük hale gelmektedir.

- (336) Bunlara ek olarak, eş anlı platform kullanım durumlarına göre üyelerin yıllar itibarıyla platformlarda yayınladıkları ilan sayıları ve fiilen yayınladıkları her bir ilan için katlandıkları ortalama maliyet (FBİF) bilgilerine aşağıdaki tablolarda yer verilmektedir. Tüm platformlar içinde en fazla üyeye sahip platform SAHİBİNDEN olduğu için eş anlı kullanım durumları SAHİBİNDEN esas alınarak gösterilmiştir.

Tablo 46: 2021 Yılında Eş Anlı Olarak SAHİBİNDEN ve ARABAMCOM Kullanan Üyelerin Platformlarda Yayınladıkları Toplam İlan Sayısı ve Ortalama Fiili Birim İlan Fiyatı (FBİF)

2021	ARABAMCOM		SAHİBİNDEN		ARABASEPETİ		SATIŞ GARANTİ	
	Toplam İlan	Ort. FBİF (TL)	Toplam İlan	Ort. FBİF (TL)	Toplam İlan	Ort. FBİF (TL)	Toplam İlan	Ort. FBİF (TL)
SHBN ARBCM	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)				
SHBN ARBCM ARBSPT	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)		
SHBN ARBCM ARBSPT STŞG	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
SHBN ARBCM STŞG	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)			(.....)	(.....)
Toplam/Ortalama	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

- (337) Yukarıda yer verilen tablodan da görüleceği üzere, ARABAMCOM ve SAHİBİNDEN platformlarını eş anlı kullanan üyeler 2021 yılında ARABAMCOM'da (.....) ilan yayınlarken SAHİBİNDEN platformunda toplam (.....) ilan yayınlamışlardır. Fiil olarak yayınladıkları her bir ilan için ödenen ortalama fiili fiyatlara bakıldığında ise ARABAMCOM'da yayınlanan her bir ilanın üyelere maliyeti ortalama (.....)TL, SAHİBİNDEN'de yayınlanan her bir ilan için bu tutar (.....)TL'dir. Tablo 43'te bir kombinasyonuna yer verilen söz konusu bilgiler aşağıdaki tablolarda yalnızca toplamlar ve ortalama birim fiyatlar üzerinden üç yıl için sunulmaktadır.

Tablo 47: Eş Anlı Olarak SAHİBİNDEN ve ARABAMCOM Kullanan Üyelerin Platformlarda Yayınladıkları Toplam İlan Sayısı ve Ortalama Fiili Birim İlan Fiyatı (FBİF)

Platform	2019		2020		2021	
	Toplam İlan	Ort. FBİF (TL)	Toplam İlan	Ort. FBİF (TL)	Toplam İlan	Ort. FBİF (TL)
SAHİBİNDEN	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ARABAMCOM	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ARABA SEPETİ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
SATIŞ GARANTİ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: EAAD ve Raportörler Tarafından Yapılan Hesaplamalar

Tablo 48: Eş Anlı Olarak SAHİBİNDEN ve ARABA SEPETİ Kullanan Üyelerin Platformlarda Yayınladıkları Toplam İlan Sayısı ve Ortalama Fiili Birim İlan Fiyatı (FBİF)

Platform	2019		2020		2021	
	Toplam İlan	Ort. FBİF (TL)	Toplam İlan	Ort. FBİF (TL)	Toplam İlan	Ort. FBİF (TL)
SAHİBİNDEN	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ARABA SEPETİ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ARABAMCOM	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
SATIŞ GARANTİ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: EAAD ve Raportörler Tarafından Yapılan Hesaplamalar

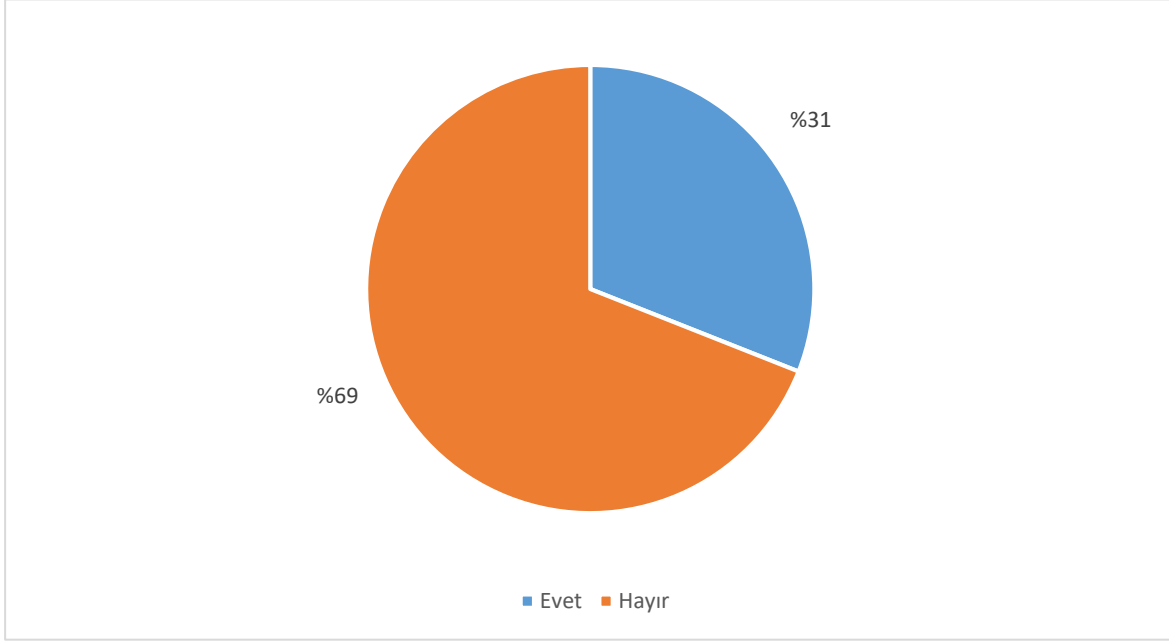
Tablo 49: Eş Anlı Olarak SAHİBİNDEN ve SATIŞ GARANTİ Kullanan Üyelerin Platformlarda Yayınladıkları Toplam İlan Sayısı ve Ortalama Fiili Birim İlan Fiyatı (FBİF)

Platform	2019		2020		2021	
	Toplam İlan	Ort. FBİF (TL)	Toplam İlan	Ort. FBİF (TL)	Toplam İlan	Ort. FBİF (TL)
SAHİBİNDEN	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
SATIŞ GARANTİ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ARABAMCOM	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ARABA SEPETİ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: EAAD ve Raportörler Tarafından Yapılan Hesaplamalar

- (338) Yukarıdaki tablolardan, 2021 yılında SAHİBİNDEN ile ARABAMCOM'u eş anlı olarak kullanan üyelerin SAHİBİNDEN'de yayınladıkları ilan sayısının ARABAMCOM'dakinin yaklaşık (.....) katı olduğu, SAHİBİNDEN ile ARABA SEPETİ'ni eş anlı olarak kullanan üyelerin 2021 yılında SAHİBİNDEN'de yayınladıkları ilan sayısının ARABA SEPETİ'nin neredeyse (.....) katı olduğu ve son olarak SAHİBİNDEN ile SATIŞ GARANTİ'yi eş anlı olarak kullanan üyelerin 2021 yılında SAHİBİNDEN'de yayınladıkları ilan sayısının SATIŞ GARANTİ'dekinin neredeyse (.....) katı olduğu izlenebilmektedir.
- (339) Ancak yukarıda, emlakçılar bakımından yapılan değerlendirmeler galericiler için de geçerlidir. Bu kapsamda galericilere yönelik düzenlenen ankette, platformlarda yayınladıkları ilanları güncel olması, üst sıralarda gözükmesi vb. amaçlarla silip baştan yükleyip yüklemedikleri sorulmuş olup yanıt sağlayan 318 galericiden 99'u bu soruya evet yanıtını vermiştir.

Grafik 2: Çevrim İçi İlan Platformlarındaki İlanları Silip Baştan Yükleme Oranı (%)



- (340) Platformlardaki ilanlarını silip yeniden yükleyen galericilere hangi platformlarda bunun mümkün olduğu sorulmuştur. Galerici yanıtlarında genellikle bütün platformlarda bunun mümkün olduğunu belirtse de bazı galericiler SAHİBİNDEN’de bunun ancak güncelleme ve üst sıralara ilişkin dopinglerle mümkün olduğunu ve aksi hallerde SAHİBİNDEN’in engellemelerinin olduğunu belirtmiştir. “Evet” olarak dönen yanıtların bir kısmının bu uygulamanın SAHİBİNDEN platformunda da mümkün olduğu kabulünü içerdiği anlaşılmıştır. Ancak her şekilde galericilerin sınırlı bir kısmının bu yola başvurabildiği anlaşılmaktadır.
- (341) SAHİBİNDEN bazında eş anlı üyelik durumlarına göre yayınlanan toplam ilan sayılarına ve ortalama fiyatlara yönelik yukarıda yer verilen tablolar doğrultusunda;
- SAHİBİNDEN ile diğer platformları eş anlı olarak kullanan üyelerin tüm yıllarda SAHİBİNDEN üzerinden daha fazla ilan yayınladıkları,
 - ARABAMCOM, ARABA SEPETİ ve SATIŞ GARANTİ ile karşılaştırılınca ilgili platformları kullanan üyelerin bu platformlara kıyasla SAHİBİNDEN üzerinden üç yıl için ortalama % (.....)¹¹⁰ daha fazla ilan yayımlandığı,
 - SAHİBİNDEN platformunda yayınlanan ilanların fiili ortalama birim fiyatının her zaman diğer platformların fiili ortalama birim fiyatlarının üzerinde olduğu anlaşılmaktadır.

I.5.2.1.5.3. Çevrim İçi Platform Hizmeti Pazarlarının ve Bu Pazarlardaki Kurumsal Üyelerin Davranışlarının Analiz Sonucu

- (342) Yukarıda verilen hesaplamalar ve açıklamalar ışığında,
- Emlak/Gayrimenkul alanında ilan yayımlayan üyeler ile vasıta alanında ilan yayımlayan üyelerin büyük bir çoğunluğunun yalnızca bir platform ile çalışmayı

¹¹⁰ İlgili oran her bir tablo bakımından yıl bazında SAHİBİNDEN’de yayımlanan ilan sayısı ile rakipte yayımlanan ilan sayısı arasındaki farkın SAHİBİNDEN’de yayımlanan ilan sayısına oranı ile elde edilmiştir. Daha sonra ilgili yılların her bir tablo bakımından aritmetik ortalaması alınmış ve bir ortalama değer elde edilmiştir. Son olarak elde edilen bu ortalama değerler rakip sayısına aritmetik oranlanmıştır.

tercih ettikleri, bu bağlamda emlak/gayrimenkul alanında eş anlı kullanım oranının %(.....) civarında olduğu, bu oranın vasıta alanında ilan yayımlayan üyeler bakımından %(.....) civarında olduğu,

- Her iki faaliyet alanında da SAHİBİNDEN'in üye sayısının en yakın rakiplerinin üye sayısının yaklaşık (.....) katı olduğu ve SAHİBİNDEN üyelerinin yaklaşık %(.....) yalnızca SAHİBİNDEN ile çalışmayı tercih ettikleri, bu oranın rakipler bakımından %(.....) civarlarında olduğu,
- Her iki faaliyet alanında da üyelerin yaklaşık yarısının İstanbul, Ankara, İzmir ve Kocaeli'nde faaliyet gösterdiği, il bazında hesaplanan eş anlı kullanım oranlarının her iki faaliyet alanında da iller arasında çok fazla değişim göstermediği, ancak ölçek bazında bakıldığında bir üyenin faaliyet ölçeğinin büyüdüğü durumlarda eş anlı kullanım oranlarının da artış gösterdiği, bu sebeple büyük ölçekli üyelerin birden fazla platform kullanma oranlarının küçük ölçekli üyelere göre daha yüksek olduğu,
- SAHİBİNDEN üyelerinin paket kullanım oranlarının her iki faaliyet alanında da diğer platform üyelerine ait paket kullanım oranlarından kayda değer ölçüde daha yüksek olduğu,
- SAHİBİNDEN'in ortalama birim ilan fiyatlarının en yakın rakiplerinin birim ilan fiyatlarından yaklaşık (.....) kat daha yüksek olduğu,
- SAHİBİNDEN'in ortalama fiili birim ilan fiyatlarının en yakın rakiplerinin fiili birim ilan fiyatlarından yaklaşık (.....) kat daha yüksek olduğu

sonucuna ulaşılmıştır.

I.5.2.1.6. Veri Taşımanın Engellenmesi İddiasına Yönelik Değerlendirme

- (343) Veri taşımanın engellenmesi iddiası kapsamında yukarıda, yerinde inceleme belgeleri aktarılmış, SAHİBİNDEN ile kurumsal üyeleri arasındaki kurumsal üyelik sözleşmeleri incelenmiş, rakiplerin, kurumsal üyelerin ve bu üyelerin dernek veya oda gibi oluşumlarının görüşlerine başvurulmuş ve söz konusu taraflardan bilgi talep edilmiştir. Elde edilen bilgiler, pazardaki aksaklıkları ve sözleşme ve yerinde inceleme belgelerine konu olan uygulamaların etkilerini ortaya koymak üzere çalışılmıştır. EAAD'nin desteğiyle kurumsal üyelerin pazardaki fiili davranışları analiz edilmiştir. Nihayetinde, SAHİBİNDEN'in birinci yazılı savunması ve ayrıca söz konusu teşebbüsten elde edilen bilgi ve açıklamaların da desteğiyle varılan sonuçlar aşağıda aktarılmaktadır.

I.5.2.1.6.1. Yerinde İnceleme Belgeleri ve Sözleşmeler Çerçevesinde Veri Taşımanın Engellenmesinin Değerlendirmesi

- (344) Değerlendirmenin ilk ayağını, mevcut soruşturmanın açılmasına dayanak teşkil eden SAHİBİNDEN'in kurumsal üye sözleşmelerinin ilgili maddelerinin ortaya çıkardığı rekabet sorunları oluşturmaktadır. Sözleşmenin ilgili maddeleri, maddelerin düzenlenmeyi hedeflediği amaç doğrultusunda iki grupta değerlendirilmektedir.
- (345) Öncelikle "(Kurumsal Üye, Sahibinden'in ve/veya başka bir üçüncü şahsın aynı veya şahsi haklarına, kişisel verilerine, malvarlığına tecavüz teşkil edecek nitelikteki)¹¹¹ Portal dâhilinde bulunan resimleri, metinleri, görsel ve işitsel imgeleri, video klipleri,

¹¹¹ Bu ifade kurumsal üyelik sözleşmelerinin "Kullanım Koşulları" başlık ekindeki 4.3. maddede yer almamaktadır.

dosyaları, veritabanları, katalogları ve listeleri çoğaltmayacağını, kopyalamayacağını, dağıtmayacağını, işlemeyeceğini, (başka veritabanına aktarmayacağını veya bu nitelikte sonuçlar doğurabilecek şekilde Portal'a yüklemeyeceğini)¹¹²; gerek bu eylemleri ile gerekse de başka yollarla Sahibinden ile doğrudan ve/veya dolaylı olarak rekabete girmeyeceğini kabul ve taahhüt etmektedir.” ifadesini içeren ana sözleşmelerin 5.1.6 maddesi ile ek sözleşmelerde yer verilen 4.3 ve 4.13. maddelerinin bir yandan platforma yönelik Kurumsal Üyenin, SAHİBİNDEN'in ve/veya başka bir üçüncü şahsın aynı veya şahsi haklarına, kişisel verilerine, malvarlığına tecavüz teşkil edecek nitelikteki gibi kötü niyetli müdahaleleri hedeflediği anlaşılmaktadır.

- (346) Maddelerin hedeflediği bu amaca karşın, ilk olarak, bu maddelerde geçen *“Sahibinden'in ve/veya başka bir üçüncü şahsın aynı veya şahsi haklarına, kişisel verilerine, malvarlığına tecavüz teşkil edecek nitelikteki...”* ifadesinin geniş yorumlanarak bu nitelikte olmayan eylemleri yasaklama amacıyla kullanılabilmesi risk dâhilinde görülmektedir.
- (347) İkinci dikkat çeken husus, anılan maddelerde sınırlanan ya da yasaklanan eylemlerin sadece platformdaki verinin¹¹³ bütünü ya da önemli/belirli bir kısmı için değil kurumsal üyelerin kendi verilerini de içerecek şekilde geniş kapsamlı olmasıdır. Hatta sözleşme ekinin 4.3. maddesinde bu sınırlama “her türlü” veriyi işaret edecek şekilde düzenlenmiştir.
- (348) Üçüncü dikkat çeken husus *“...başka veritabanına aktarmayacağını veya bu nitelikte sonuçlar doğurabilecek şekilde Portal'a yüklemeyeceğini...”* ifadesinden anlaşıldığı üzere, sınırlamaların ya da yasakların yalnız platformdan üçüncü bir kanala veri taşınması yanı sıra, üçüncü bir kanaldan platforma veri yüklenmesini de içermesidir. Bu ifadelerden SAHİBİNDEN platformunun üyelerin kendi web sitesi, platformu, MLS sistemi gibi kanallarından ya da rakip platformlardan da SAHİBİNDEN platformuna toplu ya da otomatik veri aktarımının engellendiği anlaşılmaktadır.
- (349) Konuya ilişkin olarak rakiplerden (.....) ile yapılan görüşmede, SAHİBİNDEN'den ilan verilerinin çekilmesinin engellenmesi üzerine, entegratörlerin kurumsal üyenin kendi sistemi ile (.....) arasındaki kurulan sisteme, diğer deyişle kendi sistemlerine girdikleri ilanları SAHİBİNDEN sistemine aktarma yoluna girdikleri ve ardından bu uygulamanın SAHİBİNDEN tarafından engellendiği belirtilmiştir.
- (350) İlk bakışta konuya ilişkin olduğu yönünde izlenim veren yerinde incelemede elde edilen Belge-2'de ise, Kocaeli Emlakçılar Odası'nın (KEO) 27.01.2020 tarihinde www.keo.com.tr alan adlı internet sitesi üzerinde, Dijital Emlak Odası adı altında bir sistem oluşturdıkları, üyelerin zaman kazanımı veya kolaylık sağlayacağı konularda işbirliklerine önem verildiği, Tapu Kadastro Genel Müdürlüğü'nün web tapu uygulamasında pilot il olarak liderlik yaptıkları, kurdukları sistemin emlak odası tarafından yönetildiği, kayıt dışı emlakçılıkla mücadele açısından sistemi sadece odaya kayıtlı emlak ofislerinin ve danışmanlarının kullanabildiği, bu sistem ile emlak ofisi, portföy, müşteri yönetimi ve dijital pazarlama gibi çeşitli dijital yönetim araçları ve fonksiyonlarının sunulduğu, sistemin altyapısının RE-OS tarafından sağlandığı anlatılmaktadır. Oda tarafından, HEPSİ EMLAK, EMLAK JET ve ZİNGAT platformlarıyla entegre olan KEO dijital emlak odası sistemine, SAHİBİNDEN'de

¹¹² Bu ifade yalnızca kurumsal üyelik sözleşmelerinin ana metnindeki 5.1.6. maddede yer almaktadır.

¹¹³ Portal dâhilinde bulunan resimler, metinler, görsel ve işitsel imgeler, video klipler, dosyalar, veritabanları, kataloglar ve listeler olarak sıralanmaktadır. Bu bölümde söz konusu unsurlar kısaca veri olarak anılacaktır.

yayımlanacak ilanlara entegrasyon izni verilmesi talep edilmekte, SAHİBİNDEN'in trafik ve gelir ile ilgili olası kaygıları karşısında sistemde SAHİBİNDEN tarafındaki ek kullanımların (doping vb gibi) satın alınması için sistem ekranlarında yönlendirmelerin yapılabileceği ifade edilmektedir. SAHİBİNDEN'in ise talebi reddetme amacıyla "karşı cevap" hazırlama niyetinde olduğu görülmektedir.

- (351) Belge-2'nin lafzından bir emlak odasının ilanlarını önce kendi kurdukları MLS sistemine girdikleri, ardından bu ilanları RE-OS'un sağladığı altyapı ile diğer kanallara aktarabildiği anlaşılmaktadır. Bu yönde bir uygulamanın fiiliyatta var olması halinde, SAHİBİNDEN'in sahip olduğu pazar gücünü, pazarın yoğunlaşmış yapısından kaynaklanan platformlar arası sınırlı rekabeti emlakçılar lehinde değiştirebilecek bir potansiyelden bahsedilebileceği değerlendirilmektedir. Hatta yukarıda resmedilen SAHİBİNDEN'e karşı üyelerin alıcı gücü elde edemediği tablonun da, emlakçılar lehine değişebileceği değerlendirilmektedir. Hatta bu halde salt SAHİBİNDEN'e karşı değil, diğer aracı platformlara karşı da emlakçıların güç elde etmesi, böylece ilan paket ücretleri bakımından rekabetin daha gelişmesi mümkün olabilecektir. Bölgesel çapta da olsa tüm emlakçıların aynı anda ilanlarını ilkin SAHİBİNDEN yerine MLS gibi kendi tercih ettikleri başka bir oluşuma girmeleri halinde, yine yukarıda işlenen giriş ve büyüme engellerinin önü açılabilir. Ancak, fiili durumda üyeler bakımından kullanıcı ataleti ve SAHİBİNDEN'den vazgeçilmez ticari ortak olmasının bir sonucu olarak söz konusu aksaklıklar aşılammamaktadır. Nitekim internet üzerinden yapılan inceleme ve oda ile yapılan telefon görüşmesinden, KEO'nun belgede bahsettiği sistemin de rekabete olumlu katkı sağlayabileceği değerlendirilen MLS sistemi ile aynı olmadığı anlaşılmıştır. Söz konusu sistemde ilanların odanın kurduğu MLS sisteminde değil, RE-OS'un oluşturduğu alt yapı ve veri tabanında birleştiği ifade edilmiştir. Kullanıcı ile platformlar arasında yeni bir kademe oluşturularak ilanların yeni bir aracı tarafından toplanıp platformlar gibi entegre mecralara dağıtılması senaryosu, önaraştırmada RE-OS'un birlikte işlerlik talebinin reddedilmesi iddiaları altında incelenmiş ve bu iddialar 30.09.2021 tarih ve 21-46/655-325 sayılı Kurul kararı ile reddedilmiştir.
- (352) Birinci grupta derlenen yukarıdaki maddelere yönelik dördüncü dikkat çekici husus, 5.1.6 ve 4.3 maddelerinde geçen "... gerek bu eylemleri ile gerekse de başka yollarla Sahibinden ile doğrudan ve/veya dolaylı olarak rekabete girmeyeceğini kabul ve taahhüt etmektedir." ifadesinin eş anlamlı platform kullanmanın engellenmesi, üyelerin kendi kanalları üzerinden SAHİBİNDEN ile rekabet etmesini engelleyecek ve hatta yalnız SAHİBİNDEN platformunun kullanılmasını sağlamak üzere fiili münhasırlık oluşturmasını sağlayacak nitelikte olduğu değerlendirilmektedir. Maddenin kurgu amacının platforma yönelik kötü amaçlı müdahaleleri önlemek olduğu kabul edilse de, bu hedeften bağımsız olarak madde, genel bir rekabet etmeme yükümlülüğü içermektedir. İlgili maddenin yorum ve uygulaması "...a tecavüz teşkil edecek nitelikteki" ifadesinin geniş yorumlanması riskiyle de birleştiğinde, söz konusu rekabet sorunlarının potansiyeli daha da artmaktadır.
- (353) Yerinde incelemede veya paydaşlardan elde edilen bilgilerde 'doğrudan' rakip platformla çalışılmaması ya da SAHİBİNDEN'le rekabet edilecek web sitesi/platform vb. kanallar kurulmaması yönünde bir uygulama tespit edilmemiştir. Rakiplerden (.....) de benzer yönde beyanlarda bulunmuştur. Teşebbüs SAHİBİNDEN'in "benim platformumda verdiğiniz ilanları başka yere taşıyamazsınız" şeklinde doğrudan bir kısıtlamasının bulunmadığını, ancak her durumda, ilan girişlerinin her bir platform için

manuel olarak tek tek yapılmasının çok uzun süreler alabildiği, bu nedenle de fiili olarak ilanların başka platformlarda yayınlanması çok güç hale geldiğini ifade etmiştir.

- (354) Bu çerçevede, sözleşmenin yukarıda aktarılan veri taşınmasını engellemeye yönelik ilgili maddelerinin ve uygulamadaki buna yönelik kısıtlamaların 'dolaylı' olarak rakip platformlarla çalışılmaması ve SAHİBİNDEN'le rekabet edilmemesi sonucunu doğurup doğurmadığı, sözleşmenin ikinci grupta derlenen maddeleriyle birlikte aşağıda detaylıca sorgulanacaktır.
- (355) İkinci grupta derlenen sözleşme maddeleri ise, kötü amaçlı müdahalelerin ötesinde kurgulandığı anlaşılan

“Sahibinden, Kurumsal Üye’lerin sadece ilanların içeriklerini öğrenme amacıyla ilanları görüntülemesine ve Sahibinden Arayüzü’nü kullanmasına izin vermekte olup, bunun dışında bir amaçla veri tabanı üzerinden belirli bir sayıda veya bütününe yönelik olarak ilanlara ulaşmaya çalışılması, ilanların kısmen veya tamamen kopyalanması, bunların başka mecralarda doğrudan veya dolaylı olarak yayımlanması, derlenmesi, işlenmesi, başka veritabanlarına aktarılması, bu veritabanından üçüncü kişilerin erişimine ve kullanımına açılması, Sahibinden üzerindeki ilanlara link verilmesi de dahil olmak üzere benzer fiillerin işlenmesine Sahibinden tarafından izin verilmemekte ve rıza gösterilmemektedir. Bu tür fiiller hukuka aykırı olup Sahibinden’in gerekli talep, dava ve takip hakları saklıdır.”

hükmünü içeren ana sözleşmelerdeki 5.1.7 madde ile ek sözleşmelerde yer verilen 4.14, 4.15. ve 4.18. maddeleridir. Bu maddeler ile üyelerin ilanları aktarması, kopyalaması ve bu amaçla yapacağı diğer eylemler, SAHİBİNDEN yazılı izni olmadıkça, her ne yolla olursa olsun yasaklanmaktadır. Bu yasaklama veri aktarılan kanalın geleneksel kanal ya da çevrim içi kanal olup olmamasına, kurumsal üyenin kendi kanalı, rakip platformlar ya da diğer üçüncü taraf kanallar olup olmamasına, aktarımın ilanların bir kısmını ya da bütününe içerip içermemesine bakılmaksızın her halde geçerlidir. SAHİBİNDEN platformu üzerinde yayımlanan ilanlar ve SAHİBİNDEN arayüzü, özne ilanının sahibi olan kurumsal üye dahi olsa, yalnız ilan içeriğini öğrenme [görme/okuma] amacıyla görüntülenebilmekte ve kullanılabilir. Birinci grupta derlenen maddelerde olduğu gibi burada da getirilen sınırlama veri kurumsal üyenin bizzat platforma girdiği veri olsa da geçerlidir. Keza bu sınırlama verinin sahibinin aktarıma izin vermesinden, aktarımı verinin sahibinin talep etmesinden bağımsızdır.

- (356) Yerinde incelemelerde elde edilen Belge-5, Belge-6, Belge-7 ve Belge-8 bu tespitleri doğrular niteliktedir. Belge-5 ve Belge-6’da SAHİBİNDEN çalışanları arasında 2017 yılında (.....) üyelerine sunduğu “sahibinden.com ilanlarını aktar” şeklinde bir bölüm ile SAHİBİNDEN ilanlarını kendi platformuna aktardığı, bu ilan aktarımının kurumsal üyelerinin SAHİBİNDEN’deki kullanıcı bilgilerini (ad ve şifre) (.....)’ne sağlaması yoluyla gerçekleştiği, kurumsal üyelerin onayıyla gerçekleşmesi sebebiyle bunun bir bilişim suçu teşkil etmediği konu edilmektedir. (.....).

- (357) Dahası, teşebbüs çalışanları söz konusu olaya karşı kurumsal üyeler üzerinden de önlem alma yoluna gitmektedirler. Kurumsal üyelik sözleşmesinin 4.1.2, 5.1.3¹¹⁴,

¹¹⁴ SAHİBİNDEN ve kurumsal üyeleri arasında imzalanan sözleşmelerin 5.1.3. maddesinde “Kurumsal Üye’lerin, “Üyelik Hesabı’na girişte kullandıkları “kullanıcı adı” ve “şifre”nin güvenliğini sağlamaları, münhasıran ve münferiden kendileri tarafından kullanılmasını temin etmeleri, üçüncü kişilerden saklamaları tamamen kendi sorumluluğundadır. Bu konuda ihmal veya kusurlarından dolayı diğer Üye’lerin ve/veya “SAHİBİNDEN’in ve/veya üçüncü kişilerin uğradığı veya uğrayabileceği maddi ve/veya manevi her tür zararlardan “Kurumsal Üye” sorumludur.” hükmü yer almaktadır.

5.1.5.¹¹⁵ ve 5.1.7. maddeleri çerçevesinde, ilan aktarımı için kullanıcı adı ve şifre paylaştıkları ve ilanlarının aktarılmasına bu şekilde imkân sağladıkları için (.....) görülmektedir. Esasında sözleşmenin 5.1.3. ve 5.1.5. maddeleri kurumsal üyelerin “kullanıcı adı ve şifrelerinin güvenliğini sağlamalarının ve yalnız kendileri tarafından kullanılmasının, üçüncü kişilerden saklamalarının” tamamen kendi sorumluluğunda olduğunu, bu konuda ihmal veya kusurlarından dolayı diğer üyelerin ve/veya SAHİBİNDEN’in ve/veya üçüncü kişilerin uğradığı veya uğrayabileceği maddi ve/veya manevi her tür zararlardan kendilerinin sorumlu olduğunu, SAHİBİNDEN’in yazılı onayı olmadan hak ve yükümlülüklerini kısmen veya tamamen herhangi bir üçüncü kişiye devredemeyeceklerini düzenlemektedir. Aksi halde sözleşmenin 4.1.2. maddesi uyarınca gerekçe göstermeksizin ya da bildirimde bulunmaksızın üyeliklerine son verilebilmektedir. Ancak belgede görüleceği üzere SAHİBİNDEN yetkilileri, (.....) planlamaktadır. Hatta (.....) yolu önerilmektedir. Dolayısıyla SAHİBİNDEN’in kurumsal müşterilerinin veri taşımalarını sağlamak için bulunduğu girişimleri hem teknik hem de yasal yöntemlerle engellemeye çalıştığını göstermektedir.

- (358) Belge-6, SAHİBİNDEN kurumsal üyelik sözleşmesinin 5.1.7 maddesi üzerinden (.....) tarafından sunulan ilan aktarma hizmeti gibi rakip platformların SAHİBİNDEN üzerinden veri taşıması karşısında SAHİBİNDEN kurumsal müşterilerine sorumluluk yüklediğini, SAHİBİNDEN yetkililerinin (.....) önerdiğini, SAHİBİNDEN Hukuk Direktörü’nün ise aldığı görüşlere göre; (.....) hususlarını aktardığını göstermektedir. Bu kapsamda Belge-6, rakip platformlar vasıtasıyla verilerini rakip platformlara taşımaya çalışan kurumsal müşterilerini sözleşmesel yolla engellediğini/cezalandırdığını, veri taşımaya aracılık eden rakipleri ise teknik yöntemlerle engellediğini göstermektedir.
- (359) Keza Belge-7’de (.....) tarafından 2019 yılında (.....) kurumsal müşterilerinin diğer ilan platformlarında yayımlanan ilanlarını (.....) aktarabilmesi için geliştirdiği “Toplu İlan Aktarımı” hizmeti konuşulmaktadır. Belgedeki yazışmalarda (.....) tarafından kurumsal üyenin (mağaza sahibi) (.....) sağladığı SAHİBİNDEN’deki mağaza adresinin gerçekten ilgili üyeye ait olup olmadığının kontrol edildiği, aktarım işlemine (.....) moderatörlerinin onayının ardından geçildiği ifade edilmektedir. Ayrıca belge, SAHİBİNDEN yetkililerinin söz konusu hizmet kapsamında SAHİBİNDEN’den (.....) aktarılan ilanlara ilişkin fotoğraflarda yer alan “*Sahibinden*” filigranının silinip silinmediği hususunu araştırdığını, SAHİBİNDEN’den (.....) aktarıldığı düşünülen ilanlarda bazı kısımların eksik olarak aktarıldığının tespit edildiğini göstermektedir.
- (360) Görüldüğü üzere sözleşmede aktarılan sınırlamalar üyenin rızası/onayı/talebi dâhilinde dahi olsa geçerli bulunmaktadır. Ayrıca sözleşmeye göre üyelerin üçüncü taraflarla kullanıcı bilgilerini paylaşması, hesabını üçüncü taraflara kullandırması yasaktır.
- (361) Belge-8, SAHİBİNDEN yetkililerinin (.....) ve (.....) alan adlı internet sitesinde yayımlanan ilanların SAHİBİNDEN’den aktarıldığını tespit ettiğini, “(.....)”nin aynı zamanda SAHİBİNDEN üyesi olduğunu ve SAHİBİNDEN’de kendisine ait araçlara ilişkin ilanlar yayımladığını, (.....) alan adlı internet sitesinde yayımlanan ilanların ise SAHİBİNDEN kurumsal üyelerine ait ilanlar olduğunu, (.....), SAHİBİNDEN

¹¹⁵ SAHİBİNDEN ve kurumsal üyeleri arasında imzalanan sözleşmelerin 5.1.5. maddesinde “*Kurumsal Üye*”, “*SAHİBİNDEN’in yazılı onayı olmadan mevcut “Üyelik Sözleşmesi”ni veya bu “Üyelik Sözleşmesi”nin kapsamındaki hak ve yükümlülüklerini kısmen veya tamamen herhangi bir üçüncü kişiye devredemez.*” hükmü yer almaktadır.

yetkililerinin (.....) tespit etmeye çalıştıklarını, ancak bu tür eylemleri gerçekleştirenlerin (.....), SAHİBİNDEN yetkililerinin (.....)¹¹⁶ ihtimalinin tartışıldığını göstermektedir.

- (362) Anılan belgelerin haricinde yerinde inceleme esnasında teşebbüs tarafından, veri taşımanın engellenmesi konusunda “SAHİBİNDEN altyapısında birden çok güvenlik ürününün yer aldığı, (.....) dile getirilmiştir. Teşebbüsün bu amaçla, (.....) üzerinde çalıştıkları tespit edilmiştir. Teşebbüsün yapmış olduğu açıklama ve yerinde incelemede elde edilen belgelere göre SAHİBİNDEN’in veri taşımayı engelleyebilmek için birçok önlem aldığı, söz konusu önlemleri geliştirdiği, ancak (.....) anlaşılmaktadır. Diğer yandan, rakip platformlardan elde edilen bilgilerden (.....) yayımlanan ilanların sınırlı olduğu gözlemlenmiştir.¹¹⁷
- (363) Bu bakımdan, ikinci grupta derlenen sözleşme maddeleri kurumsal üyelerin SAHİBİNDEN platformuna girdikleri verileri, gerek kendileri gerekse rakip platformlar gibi üçüncü taraflar aracılığıyla, gerek kendi web sitelerine gerekse de üçüncü tarafların ilan kanallarına taşınmasını/aktarmasını sınırlamaktadır. Bu sınırlama kurumsal üyelerin rakip platformlara geçişini zorlaştırmakta, bu bakımdan dolaylı olarak rakip platformlarla çalışılmamasına yol açmaktadır. Benzer şekilde, bu sınırlama üyelerin kendi kanalları ya da platformlar haricindeki üçüncü taraf ilan kanallarının gelişmesine engel olabilecek, bu bakımdan rekabet etmeme yükümlülüğü gibi bir etki oluşturabilecek niteliktedir.
- (364) SAHİBİNDEN birinci yazılı savunmasında bugüne kadar veri taşınması için bir talepte bulunulmadığını ileri sürmüştür. Yerinde incelemede elde edilen belgelerden Belge-1, Belge-2 ve Belge-3’te, her ne kadar salt bir veri taşıma talebi olmasa da talep edilen entegrasyonun bir parçası olarak veri taşınması hususu da gündeme gelmiştir. Ayrıca, rakiplerin belirttiği entegratör firmalar aracılığıyla SAHİBİNDEN’e ilettikleri entegrasyon taleplerinin de içerisinde veri taşımayı barındırdığı söylenebilecektir. Ancak bunlar bir yana, yukarıda aktarılan Belge-5, 6, 7 ve 8 gerek rakiplerin gerekse üyelerin veri taşıma amacıyla tarama, link kopyalama gibi yollara girdiğini, bu eylemlerin fiiliyatta birer veri taşıma talebi niteliğini haiz olduğu, SAHİBİNDEN’in bu tarafları tespit ederek sisteme erişmelerini engellemesinin ya da bu taraflara uyarı göndermesinin ise bu talepleri reddetme anlamına geldiği değerlendirilmektedir.
- (365) SAHİBİNDEN birinci yazılı savunmasında ayrıca, ilan ile veri arasında fark olduğu, ilanın kullanıcı tarafından sunulan verilerin ve SAHİBİNDEN tarafından ilana konu vasıta/taşımanın tarifi için girilmesi istenen unsurların SAHİBİNDEN’in ticari iş yapış şekli çerçevesinde bir araya getirilmesi ile ortaya çıkan bir ürün olduğu, SAHİBİNDEN web sitesinde yayımlanan bir ilanın, görünüm şekli ve sair nitelikleri bakımından SAHİBİNDEN’e ait bir iş ürünü olduğu, verinin ise ilanı oluşturan unsurlardan biri olduğu, ilanın “veri + (SAHİBİNDEN, ZİNGAT gibi) ilanı yayımlayanın iş yapış şekli” unsurlarının bir araya gelmesi ile oluştuğu, bu sebeple kurumsal üyelik sözleşmesinin 5.1.7. maddesi kapsamında verinin değil ilanın nirengi noktası olarak alındığı, kullanıcıların kendi verilerini (örneğin fotoğraflarını) bir başka yerde yayımlamalarını/kullanmalarını veya ilgili taşınmaz /vasıtaya dair bir başka mecrada başka bir ilan vermesini hiçbir surette konu almayan yahut engellemeyen bir hüküm olduğu ileri sürülmüştür. Teşebbüs tarafından yine, ilanın kendisinin kısmen veya

¹¹⁶ Yukarıda “SAHİBİNDEN ile Üyeleri Arasında İmzalanan Sözleşmeler” başlıklı 1.5.1.2. bölümde detaylarına yer verildiği üzere ilgili madde SAHİBİNDEN kurumsal üyelerinin *crawling*, *scraping* vb. yöntemlerle kendilerine ait ilan bilgilerini de kapsayacak bir şekilde SAHİBİNDEN’den veri aktarımını yasaklamaktadır.

¹¹⁷ Örneğin (.....) bu yolla günlük yaklaşık (.....) ilan taşıdığını ifade etmiştir.

tamamen kopyalanmasının, ilanın SAHİBİNDEN dışında mecralarda yayımının veya ilanının (herhangi bir tereddüdün önlenmesine binaen ilanının kendisinin onun muhteviyatında olan bir “verinin” değil) derlenmesinin, ilanının işlenmesinin SAHİBİNDEN aleyhine haksız rekabet oluşturacağı, bu nedenle ilgili hükmün bir ilanının oluşturulmasında kullanılan verinin de hiçbir surette ilan sahibi tarafından kullanılamayacağı ve sair şekilde kaleme alınmadığı, hükmün kapsamının sadece ve sadece ilan ile sınırlı tutulduğu belirtilmiştir. Bu kapsamda Soruşturma Bildirimi’nde yer alan “*üyelerin taşıyamayacağı veriler için platforma kendi girdikleri ilan verileri ile genel olarak Sahibinden veri tabanı arasında bir ayırım sağlanmamaktadır.*” değerlendirmesine katılmanın mümkün olmadığı ve ilgili maddede verilerin değil ilanının konu edildiği belirtilmiştir. Teşebbüs tarafından 5.1.7. maddenin verilerin taşınmayacağı hususunda bir düzenleme içermediği, hatta hükümde taşıma ibaresinin dahi geçmediği, maddenin sadece ilanların (i) kısmen veya tamamen kopyalanması, (ii) bunların (“ilanların”) başka mecralarda doğrudan veya dolaylı olarak yayımlanması, derlenmesi, işlenmesi, başka veri tabanlarına aktarılması, bu veri tabanından üçüncü kişilerin erişimine ve kullanımına açılması, "SAHİBİNDEN" üzerindeki ilanlara link verilmesi de dâhil olmak üzere benzer fiillerin işlenmesini konu aldığı vurgulanmıştır.

- (366) Söz konusu savunmaya katılmak mümkün olmamaktadır. Zira ne sözleşme maddeleri ne de uygulama bu savunmayı doğrulayabilmektedir. Sözleşme maddelerine bakıldığında, başta 5.1.6. ve 4.3. maddeler ilanının değil doğrudan “*Portal dâhilinde bulunan resimleri, metinleri, görsel ve işitsel imgeleri, video klipleri, dosyaları, veritabanları, katalogları ve listeleri*”n taşınmasını konu etmektedir. Keza 5.1.7. madde ile benzer hedefleri içerdiği için ikinci grupta incelenen 4.1.4 madde, içeriğin yalnızca görüntülenme amacıyla kullanılmasına izin vermekte, aksi yönde kullanımları ise yasaklamaktadır. İçerik ise sözleşmenin tanımlar kısmında açıklandığı üzere portalda yayımlanan ve erişimi mümkün olan her türlü bilgi, yazı, dosya, resim, video, rakam vb. görsel, yazımsal ve işitsel imgeleri ifade etmektedir. İkinci grupta incelenen 4.18. madde de yine veri tabanı veya bu veri tabanında yer alan “bilgilerin” taşınmasını yasaklamaktadır. Dolayısıyla bir an için ilan ile verinin aynı olmadığı varsayılsa dahi, sözleşme maddeleri verinin kendinin de taşınmasını yasaklamaktadır.
- (367) Uygulamaya bakıldığında ise, veri taşıyan rakiplerin SAHİBİNDEN’in ürettiği, katma değer sağladığı bir veri ya da özellikten ziyade kurumsal üyelerin SAHİBİNDEN platformuna girdiği ilan bilgilerini (kısaca veri) tarayıp rakibin kendi platformunda platformun özgün ara yüzüne sadık kalarak aktardığı gözlemlenmektedir. Zira veri taşıyan rakiplere SAHİBİNDEN’in aksi yönde bir şikâyeti ile karşılaşılmamıştır. Örneğin Belge-5 ve Belge-6’da teşebbüsün hukuk çalışanları arasında (.....)’nin veri taşıma uygulamasına hukuki yoldan müdahale edilemeyeceği değerlendirilmiştir. Ne zaman ki Belge-8’de SAHİBİNDEN filigranlı fotoğrafların taşımaya konu edilmesi söz konusu olmuştur, o zaman konu marka hakkının ihlali ya da haksız rekabet çerçevesinde değerlendirilmiştir. Buna karşın, SAHİBİNDEN savunmasında, SAHİBİNDEN platformu ile ZİNGAT platformunun ara yüzlerini görsellerle karşılaştırarak her iki teşebbüsün sitesindeki taşınmazın tarif/gösterilme şeklinin farklı olduğunu belirtmiştir¹¹⁸.

¹¹⁸ Aşağıda “1.5.2.1.7. Veri Taşımanın Sağlanabileceği Olası Bir Yöntem” başlıklı bölüm altında görüleceği üzere, veri taşıma için önerilen yöntemde de SAHİBİNDEN’in iş yapış şekline müdahale ya da SAHİBİNDEN’in iş yapış şeklini başka mecralara aktarma söz konusu olmamakta, taşımaya konu olan ancak ve ancak kurumsal üyenin platforma girdiği veri ile sınırlı kalmaktadır.

- (368) Sonuç itibarıyla, kurumsal üyelik sözleşmesinin kurumsal üyeler ile SAHİBİNDEN arasında akdedildiği belirtilmelidir. Dolayısıyla sözleşmelerden yukarıda aktarılan maddelerin ilk olarak kurumsal üyelerin eylemlerini sınırlamaya yönelik olduğu söylenebilecektir. Bununla birlikte uygulamada, SAHİBİNDEN platformu üzerindeki ilan verilerinin taranması ya da kazınması gibi eylemleri gerçekleştiren esas tarafların kurumsal üyeler değil platformlar olduğu gözlemlenmektedir. Kimi örneklerde bu eylemlerin kurumsal üyelerin onayı ya da yönlendirmesi sonucu gerçekleştirildiği gözlemlenirken kimi örneklerde ise bu eylemlerin ilan verisi sahiplerinin onayı olmaksızın korsan entegrasyon olarak adlandırılabilir amaçlarla gerçekleştirildiği görülmektedir. Yerinde incelemede elde edilen Belge-6'dan özellikle ilk örnekteki uygulamalara karşı SAHİBİNDEN'in kurumsal üyelik sözleşmelerinde bir önlem alma yoluna gittiği görülmektedir. Nitekim belgedeki "Aşağıdaki maddeler (.....)¹¹⁹ nin yapmaya çalıştığı şeylere izin vermemesi yönünde Kurumsal Üyelere sorumluluk yüküyor" ifadesi bu tespiti destekler niteliktedir. Bu kapsamda SAHİBİNDEN, esasında kurumsal üyelik sözleşmelerinin tarafı olmayan üçüncü kişilerin eylemlerine karşı kurumsal üyelere yükümlülük ve yaptırım getirmektedir.
- (369) Yukarıda aktarılan belgeler ve sözleşme maddeleri birlikte değerlendirildiğinde ise, 5.1.7. madde içeriğini ihtiva eden ikinci gruptaki sözleşme maddelerinin esasında kurumsal üyelerin SAHİBİNDEN platformundaki içeriğin belirli bir kısmına ya da bütününe yönelik müdahalelerini engellemek yanı sıra, kendi ilan verilerini de aktardığı yerden bağımsız herhangi bir yere taşımalarını veya taşıtmalarını engellemektedir. 5.1.6. madde içeriğini ihtiva eden birinci gruptaki sözleşme maddeleri ise ikinci gruptaki sınırlamaların aynısını içermekle birlikte, bunların ötesinde sınırlamalar da getirmektedir. Zira maddede açık bir rekabet etmeme yükümlülüğü zikredilmektedir.
- (370) Bununla birlikte, sözleşmede yer alan rekabet etmeme yükümlülüğünün uygulandığına yönelik bir emare elde edilmemiştir. Üyelerin kendi ilan verilerini kendileri kanallarına veya platformlar haricindeki diğer kanallara taşımaları yönünde de yaygın bir uygulamayla karşılaşılmamıştır. Diğer yandan, üyelerin ilan verilerini kendileri ya da rakip platformlar gibi üçüncü kişiler aracılığıyla rakip platformlara taşımalarının engellenmesi yönünde yaygın bir uygulama olduğu tespit edilmiştir. Bu bakımdan sözleşmelerden aktarılan maddelerin özellikle rakip platformlara veri taşınmasını engellemesinin ve uygulamada bu yöndeki eylemlerin üyenin rakip platformlara çoklu erişimini zorlaştırarak fiili münhasırlığa yol açtığı değerlendirilmektedir. Sözleşmenin ilgili maddelerinin ve uygulamadaki buna yönelik kısıtlamaların fiili olarak yalnız SAHİBİNDEN ile çalışma ve SAHİBİNDEN'le başka kanallar üzerinden rekabet edilmeme etkisini doğurup doğurmadığı paydaşlardan elde edilen bilgi ve görüşler çerçevesinde aşağıda detaylıca sorgulanacaktır.

I.5.2.1.6.2. Pazarda Karşılaşılan Aksaklıklar, Zorluklar ve Engellemeler Çerçevesinde Veri Taşımının Engellenmesinin Değerlendirmesi

- (371) Dosya konusu iddialar emlakçıların birden fazla platforma ayrı ayrı ilan girişlerinde yaşadıkları zorluklar üzerine kurgulanmıştır. Bunun üzerine rakiplerin görüşlerine başvurulduğunda, rakipler de benzer yönde beyanlarda bulunmuşlardır. Özetle, söz konusu işleme ayrılacak zamanın veya personelin birer maliyet oluşturduğu, alternatif platformlara ayrı ayrı ilan girilse dahi bunun güncel tutulmadığı, bu sebeple rakiplerin ilan bakanlar karşısında dezavantajlı konuma düştüğü, ilan bakanları yeterince

¹¹⁹ (.....) ifadesi belgenin orijinalinde yer almakta olup (.....) ifade etmektedir.

çekemeyen rakiplerin bu defa kurumsal üyeleri platformlarına çekmek veya bu üyeleri platformlarında tutmak konusunda başarılı olamadıkları belirtilmiştir.

- (372) Bu iddialar üzerine soruşturmada paydaşlarla yapılan bilgi alışverişlerinden, incelenen pazarın yoğunlaşmış yapısı, çift taraflı özelliği, çevrim içi pazar niteliğinden kaynaklanan ilk giren avantajı¹²⁰, kapsam ekonomisi ve ağ etkileri sonucu hem ilan bakan hem de ilan verenler bakımından SAHİBİNDEN'in önemli bir konuma geldiği anlaşılmaktadır. Anılan özellikler teşebbüse pazar gücü olarak dönmekteyken rakiplere pazara giriş ve pazarda büyüme engeli olarak yansımaktadır.
- (373) Paydaşlardan elde edilen bilgilerden, pazardaki aksaklıklar bakımından, SAHİBİNDEN'in marka bilinirliği, geniş kullanıcı ağı ve yarattığı yüksek hacimli trafiğin bir giriş/büyüme engeli teşkil ettiği, bu engelleri aşmak üzere yüksek pazarlama bütçelerine/yatırım harcamalarına ihtiyaç olduğu, hatta SAHİBİNDEN'in sahip olduğu bu avantajlar sonucu tek platformda toplanan ilan verilerinin diğer platformlara aktarılamamasının da bir giriş engeli olduğu anlaşılmaktadır. Gerçekten de, SAHİBİNDEN'in çok taraflı çevrim içi ilan platform hizmetleri pazarının bir tarafını oluşturan kurumsal üyelerin sayısı 2021 yılı itibarıyla emlak kategorisinde en yakın rakibinden (.....) kat, vasıta kategorisinde en yakın rakibinden (.....) kat daha fazladır. Benzer şekilde SAHİBİNDEN'de 2021 yılı itibarıyla emlak kategorisinde yayımlanan bireysel ilan sayısı ((.....)) en yakın rakibinden (.....) kat, vasıta kategorisinde ((.....)) ise en yakın rakibinden (.....) kat fazladır. Ayrıca pazarın nihai tüketici/ilan arayanlar açısından görünümüne ışık tutması amacıyla sayfa görüntülenme sayılarına bakıldığında ise, 2021 yılı itibarıyla SAHİBİNDEN'in emlak kategorisinde en yakın rakibinden (.....) kat, vasıta kategorisinde en yakın rakibinden (.....) kat daha fazla sayfa görüntülenmesi aldığı görülmektedir.
- (374) Keza ağ etkisi karşısında rakiplerce yapılan yatırımlar bakımından, SAHİBİNDEN'in hem emlak hem de vasıta kategorisindeki en yakın rakiplerinin, ilgili faaliyetlerinden elde ettiği gelirlerin üzerinde PSDG'ye sahip olduğu görülmektedir. Ayrıca SAHİBİNDEN'in rakiplerinin PSDG tutarları SAHİBİNDEN tarafından katlanılan PSDG tutarına yakınsamakta, hatta bunu aşmaktadır. Şöyle ki SAHİBİNDEN'in emlak kategorisinde 2021 yılında (.....)TL gelir elde ederken, (.....)TL PSD harcaması yaptığı, en yakın rakibi HEPSİ EMLAK'ın ise (.....)TL gelir elde ederken (.....)TL PSD harcaması yaptığı görülmektedir. Benzer şekilde vasıta kategorisinde SAHİBİNDEN'in 2021 yılında (.....)TL gelir elde ettiği ve (.....)TL PSD harcaması yaptığı görülürken, en yakın rakibi ARABAMCOM'un (.....)TL gelirine karşın (.....)TL PSD harcaması yaptığı görülmektedir. Oranlandığında da vasıta alanındaki rakip teşebbüslerin pazarlama, satış, dağıtım harcamaları gelirlerinin çok daha üstüne çıktığı görülmekte, en yakın rakip (.....) için gelirinin (.....) katı harcamadan bahsedilmektedir. Keza, (.....) örneğinde olduğu gibi gayrimenkul alanındaki rakiplerin pazarlama, satış, dağıtım harcamaları SAHİBİNDEN'in gerçekleştirdiği pazarlama, satış, dağıtım harcamalarını aşabilmektedir.
- (375) Bu harcamalara ek olarak ilan girme işlemlerinin hızlandırılması için zorunlu alanların sadeleştirilmesi, mobil cihazdan ilan yüklemeyi kolaylaştırmak için SMS altyapısı sağlanması, ilandaki görselin hangi odaya ait olduğunun tespit edilerek sadece

¹²⁰ 2000 yılında faaliyetlerine başlayan SAHİBİNDEN emlak kategorisi bakımından çevrim içi ilan platformu hizmetleri pazarına ilk giren teşebbüştür. SAHİBİNDEN'in ilgili pazardaki mevcut rakiplerinin tamamı SAHİBİNDEN'den sonra faaliyetlerine başlamıştır. Vasıta kategorisi bakımından çevrim içi ilan platformu hizmetleri pazarına ise SAHİBİNDEN ile birlikte ARABAMCOM da 2000 yılında giriş yapmıştır. Ancak SAHİBİNDEN çok kategorili bir platform olarak pazara ilk giren niteliğini korumaktadır.

fotoğrafları yükleyerek ilan açıklamalarının otomatik oluşturulmasını sağlayacak yapay zekâ modulünün geliştirilmesi gibi yenilikçi girişimler de etkili bir çözüm olamamaktadır.

- (376) Dahası, emlak ve vasıta alanındaki kurumsal üyelerin aynı ilanı birden fazla platformda ayrı ayrı girmesi, takip etmesi, güncel tutması ve sonlandırmasında yaşadıkları zorluklar, rakip teşebbüsler için bu engelleri daha da artırmaktadır. Nitekim birden fazla platform kullanma saiki olsa veya birden fazla platformdan ilan paketi satın alsa dahi, üyelerin ilan yayımlamadaki ilk tercihi SAHİBİNDEN olmaktadır. İlgili pazarda ilana konu olan ürünlerin gayrimenkul ya da vasıta gibi değeri milyonlar büyüklüğünde olması, emlakçıların ilanların satışa dönmesi halinde yüzde 2-4 arasında komisyon alması, galericiler için de satılan vasıtanın değeri ile orantılı olarak artan bir kar payından söz edilebilmesi, ürünlerin birden fazla emlakçı üzerinden ilana verilebilmesi, söz konusu ilanları bir an evvel satışa çevirebilmek bakımından bir zaman yarışını ortaya çıkarmaktadır. Bunların sonucunda doğal olarak ilan yayımı için ilk tercih edilen platform SAHİBİNDEN olmaktadır. Buna karşın emlakçı ya da galericilerin ilanlarını ikinci platforma girmesi noktasındaki zorluklarla rakip platformlar baş etmek durumunda kalmaktadır.
- (377) Emlakçı ve galericilerin sahadaki yoğun görevlerinin ve/veya ilanın çevrim içi ortama aktarılmasındaki teknolojik aksaklıkların ve/veya emlakçıların kullanıcı ataleti şeklinde adlandırılan davranışlarının karşısında, bir ilanı birden fazla platforma girmelerinin zor olduğu ifade edilmektedir. Ancak tarafların vurguladıkları önemli bir husus, bu sorunların emlakçının/galericinin ilanı rakip platforma girmesi ile de sona erdirilemediği, ilanların güncel tutulmadığı halde tüm çabaların karşılıksız kaldığı, ilan girişinin tek seferlik bir eylemden ziyade ilana ilişkin her bir güncellemeyi ve hatta ilanı sonlandırmayı da içeren bir süreci içeren eylemler bütünüdür ifade ettiği. Hatta Taşınmaz Ticareti Hakkında Yönetmelik ile İkinci El Motorlu Kara Taşıtlarının Ticareti Hakkında Yönetmelik çerçevesinde emlakçı ve galericiler ilanlarında üçüncü kişileri yanıltıcı bilgi ve belge vermemekle yükümlüdür. Aksi halde emlakçıların ve galericilerin yetki belgelerinin iptali söz konusu olabilmektedir. Ayrıca emlakçılar ve galericiler söz konusu yükümlülüklerini yerine getirmediğinde idari para cezası yaptırımıyla karşı karşıya kalabilmektedir. Dolayısıyla ilanların güncelliği yalnız pazardaki rekabet için değil yasal yükümlülüklerin yerine getirilmesi için de önem teşkil etmektedir.
- (378) İlanın girişinin başlangıcından ilanın yayımlanmasına kadar geçen ortalama zamanın 2 dakika ila 14 dakika 20 saniye arasında değişebildiği görülmektedir. Bu aralık SAHİBİNDEN'in yazılı savunmasında belirtilen sürelerle de uyumludur.
- (379) Öte yandan SAHİBİNDEN'in birinci yazılı savunmasında, emlak ve ikinci el vasıta satışının (veya kiralamasının) alelade işlemler olmadığı, çok yüksek bedellerin el değiştirdiği ve komisyonların %4 ile %10 arasında seyrettiği, emlak ofisi ve oto galerilerin gerçekleştirdikleri satış ve kiralamaların belirli bir yüzdesi üzerinden gelir elde ettikleri düşünüldüğünde, ilan girişindeki zorluğu bahane ederek birden fazla ilan mecrasında ilan bilgilerini girmekten imtina etmelerinin bu işletmelerin ticari hayatlarının doğal akışına aykırı olduğu ileri sürülmüştür.
- (380) SAHİBİNDEN'in bahsettiği ilana konu ürünlerin emlakçı ve galericiler için görece yüksek gelir getiren ürünler olduğu, bu ürünleri satışa çevirmek üzere zamanla yarışılan bir rekabet ortamı olduğu değerlendirmeleri makuldür. Bununla birlikte, tam da bu sebeplerle üyeler ilanlarını rakip platformlar bir yana kendi internet sitelerine veya diğer kanallara girmeksizin SAHİBİNDEN'e girmeye meyletmektedirler.

- (381) Dahası, özellikle emlakçıların organizasyon yapısı geleneksel bir işveren-işçi ilişkisinden farklılaşabilmektedir. Emlakçıların çalışma sistemi şirket sahibine ilan portföyü getirerek ofisin ilan ağına katkıda bulunan, bunun karşılığında ofisin yönetim, pazarlama kaynaklarından faydalanan, ofisin adını ve diğer kaynaklarını kullanan emlak danışmanları arasındaki bir işbirliğine dayanabilmektedir. Bu bakımdan platformlardan ilan paketi alımında irade sahibi daha çok ofis sahibiyken bu paketlerin fiili kullanımı emlak danışmanları tarafından gerçekleştirilmektedir. İlan paketi masraflarına kimi uygulamalarda bütünüyle ofis sahibi katlanabilmekte, kimi uygulamalarda ofis sahibi ile emlak danışmanları birlikte katlanmakta, ancak masrafın yarısına yakını ya da daha büyük bir kısmını ofis sahibi üstlenmekte, kalan kısma emlak danışmanları katlanmaktadır. Bu noktada, ofis sahipleri, alternatif platformların sağladıkları hizmet özelindeki faydaların yanı sıra, özellikle SAHİBİNDEN'in fiyatlarını yüksek bulmaları, SAHİBİNDEN karşısında alıcı gücüne sahip olmamaları, rakip platformların rekabetini önemli bulmaları gibi sebeplerle de hususi olarak rakip platformlardan da paket almayı tercih edebilmektedir. Ancak emlak danışmanları ilanını satışa dönüşebilmesi için en kritik mecra olan SAHİBİNDEN'e ilanlarını girdikten sonra bu işlemleri aynı motivasyonla rakip platformlarda da gerçekleştirmekten imtina edebilmektedir. Emlak danışmanlarının katlandıkları ilan masraflarının açıklanan paylaşım sistemi sonucu görece daha düşük hale gelmesi bu durumu daha da tetikleyebilmektedir. Aralarında bir işçi-işveren ilişkisinin bulunmaması sebebiyle ofis sahipleri ne kadar aksi yönde yönlendirme yapsalar da bu ataleti aşamamaktadır.
- (382) Akabinde, SAHİBİNDEN HEPSİ EMLAK'ın reklamlarında ilan girişini iki dakikaya indirdiğinin duyurusunu yaptığından, SAHİBİNDEN üzerinde ilan yayımlayan kullanıcıların ezici çoğunluğunun (10-25 ilan gibi) en küçük paketleri kullandığından, 10 ya da 25 ilanın bir başka ilan platformuna da girilmesinin bir saat bile bulmayacak bir olgu olduğundan ve bu bir saatlik mesai nedeniyle (birçok çalışan gibi haftada 40 saat, ayda 160 saat çalıştığı varsayılan) kullanıcıların bu sebeplerle sahada müşterilere vakit ayıramayabildiklerini iddia etmenin mümkün olmadığından bahsetmiştir.
- (383) Yukarıda değinildiği gibi HEPSİ EMLAK'tan ve diğer rakiplerden ilan girişinin aldığı süreye ilişkin bilgiler ile SAHİBİNDEN'in belirttiği bu süre uyumludur. Ancak etkili bir ilan platformundan ve ilan yayımlama işleminin ilan girişinden ibaret olmadığı da yukarıda değerlendirilmiştir. Nitekim ilan girişi ilanının yayımlanması ile son bulan bir eylemden ziyade, ilanının kaldırılacağı zaman da dahil olmak üzere, süreç boyunca ilan hakkındaki tüm değişikliklerin/güncellemelerin işlenmesini ifade eden bir süreçtir. Hal böyle olunca, ilan girişi ile ilan hakkı sayısının eş değerler olduğunun kabulü hatalı olacaktır.
- (384) Öte yandan, SAHİBİNDEN tarafından kurumsal üyelerin/kullanıcıların, kendileri tarafından SAHİBİNDEN'e girilen verilerinin (görseller veya tanıtıcı yazılar) zaten cep telefonlarında ya da bilgisayarlarında bulunduğu, ilana konu metanın niteliklerini de (3+1, benzinli vb) hızlıca (girilecek ilan sitesinin iş yapış şekline göre istediği sıralama ve formatta) girebildikleri, bu sebeple, *"yazı karakterlerinin uyumsuz olması, fotoğraf ve video formatlarının büyüklüğü ve miktar/süresinin farklı olması, fotoğraf ve/veya videoların farklı platformlara yüklenmesinin zaman alması bakımlarından"* iddia edilen "zorlukların" SAHİBİNDEN'e atfı kabil bir yanının bulunmadığı ifade edilmiştir.
- (385) Üyelerin ilan bilgilerini bir şekilde -sistematik ya da dağınık, ofislerinde ya da ofis dışında, bilgisayar ortamında, basılı olarak ya da telefon üzerinde de olsa- kendi çevrim dışı kanallarında tuttuğu öngörülebilmektedir. Ancak, ilan verilerini XML gibi

birden fazla çevrim içi mecraaya bir seferde aktarılmasını sağlayacak bir formatta tutmanın yaygın olmadığı söylenebilecektir. Bu kapsamda (.....) gibi platformlar kurumsal üyelerinin ilanlarını diğer platformlara aktarabilmesi için (.....) sistemi geliştirmiştir. Her ne kadar rakip platformlar ya da *franchise* çalışan emlak ofisleri ve büyük ölçekli galericiler tarafından ilan girişini kolaylaştırmak amaçlı bu yönde denemeler olduğu görülse de, SAHİBİNDEN gibi vazgeçilmez bir ilan yayım aracı dâhil olmadıkça bu yönde bir sistemin etkin ve dolayısıyla yaygın olmadığı değerlendirilmektedir. Farklı platformlara video, fotoğraf gibi ilan içeriklerini yüklemenin alacağı ek zamanın da üyelerin yaşadıkları zorluklar ve atalette bir unsur olduğu değerlendirilmektedir. Ancak SAHİBİNDEN'in iddia ettiği doğrultuda, yazı karakterlerinin uyumsuz olmasının bu zorluklar veya atalet ile ilişkisinin bulunmadığı değerlendirilmektedir.

- (386) SAHİBİNDEN'in birinci yazılı savunmasında ileri sürülen bir diğer iddia, ilan verilerinin taşımaya konu edilebilecek veriler olmadığına ilişkindir. İlan verilerinin, GDPR, DMA gibi düzenlemelerde ya da OECD, Komisyon gibi tarafların raporlarında veri taşınması hususunda emsal gösterilen durumların aksine, tarihsel olarak biriken ve bunlar aktarılmaksızın başka taraflarla çalışmasını engelleyecek nitelikte olmadığı belirtilmiştir¹²¹. Buna tipik bir örnek olarak Facebook verilmiş, kullanıcıların Facebook gibi sosyal mecralarda tarihsel olarak yıllara sair veri (resim, vb) biriktirdiği, bir başka sosyal medya sağlayıcısına geçmek istemeleri halinde yüzlerce, binlerce resim ve benzeri verinin geçişi engelleyebildiğine değinilmiştir. Buna karşın vasıta verilerinin ortalama 30 gün içinde, emlak verilerinin ise ortalama iki ay içinde yok olduğu, başka bir deyişle, bu süre zarfında ilgili taşınmaz veya vasıtanın satış veya ilanının gerçekleştiği, ilgili ilan yayından kalktığı, bu ilanlardaki veriye ihtiyaç kalmadığı, kullanıcıların yeni ilan yayımladığı ve yeni veriler yüklediği belirtilmiştir. Bu durumun veri sahibini ilgili platforma kilitler nitelikte veriler olmadığını net bir şekilde gösterdiği, başka bir ifadeyle, bir ilan sahibinin girdiği bir veya birden fazla veri yükünün o ilan sahibini adeta SAHİBİNDEN'den ayrılmamaya zorlayan, başka bir ilan platformuna geçmemeye iten bir "demir" (*anchor*) olarak kabul edilmesinin mümkün olmayacağı ifade edilmiştir.
- (387) Teşebbüsün bahsettiği gibi tarihsel olarak birikmiş veriler kullanıcıların alternatif platformlara geçişi bakımından bir kilitlenme etkisi doğurabilmektedir. Bu bakımdan Facebook çok sayıda raporda atıf yapılan bir örnek olarak karşımıza çıkmaktadır. Ancak ne GDPR, ne DMA gibi düzenlemeler, ne OECD ne Komisyon gibi kurumların atıf yapılan raporları kilitlenme etkisinin ancak birikmiş verilerle sağlanacağından bahsetmemektedir. Bilakis farklı bir amacı korumak üzere farklı bir yasal düzenleme olan GDPR birikimli ya da bireysel, gönüllü olarak sağlanan, gözlemlenen ya da çıkarsanan, kişisel ya da anonimleştirilmiş veri bakımından bir sınırlama yapmamaktadır. Ancak atıf yapılan Komisyon raporunda GDPR ile getirilen veri taşınabilirliği hakkının her zaman rekabet sorunlarını çözmekte yeterli olmayabileceği, GDPR'nin daha çok kişisel verinin aktarılmasını sağlamak üzere kurgulandığı ancak çoklu erişimin engellenmesine karşı bir önlem olarak getirilmediği, erişime konu olabilecek verilerin çok çeşitli şekillerde sınıflandırılabilmesi, her bir tür veriye erişim için olası şartların olay özelinde incelikle araştırılması gerektiği konu edilmektedir. OECD raporunda da Facebook, Google gibi platformların sunduğu veri taşıma

¹²¹ SAHİBİNDEN'de birikmiş tek verinin, emlak ofislerinin müşteri bilgileri (müşteri portföyüne ilişkin tüm iletişim bilgileri ile IBAN ve hesap numarası bilgileri vb) olduğu, bu verilerin hâlihazırda kurumsal üyeler tarafından dışarıya aktarılabildiği ifade edilmiştir.

imkânlarına atıf yapılarak taşınan verilere erişimin tek başına rakip ürünlerin girişini sağlamak için yeterli olmayabileceği değerlendirilmektedir.

- (388) Diğer yandan, soruşturma konusu ilan verilerinin uzun dönemler süresince birikmiş veri niteliğinde olmadığına katılmak mümkündür. Yerinde incelemede ilanın ortalama yayımlanma süresinin sorgusu üzerine elde edilen belgelerden 2021 yılı için emlak ve vasıta kategorilerinde her bir ay için o ay ilan sahibi tarafından yayından kaldırılan ilanların ortalama ne kadar süre ile yayında kaldığına yönelik bir çalışma görülmektedir¹²². Bu çalışmada emlak satış kategorisinde kapanan ilan yaşı (.....) ile (.....) gün iken vasıta satış kategorisinde kapanan ilan yaşı (.....) ile (.....) gün arasındadır. Rakiplerden de ilan yaşına ilişkin benzer yönde tahminler edinilmiştir. Zaten bu sebeple geçmişte platforma yüklenmiş verilerin taşınması mevcut dosya açısından elzem bir gereklilik olarak görülmemektedir. Ancak bu dosyada üyelerin SAHİBİNDEN platformuna girdikleri verinin aynı anda diğer platformlara da girilmesi ve bunun güncel tutulmasında yaşanan zorluklar ile SAHİBİNDEN'in vazgeçilmez ve ilk tercih edilen iş ortağı özelliği karşısında, SAHİBİNDEN'e girilen her bir yeni ilan verisinin kullanıcı talep ediyorsa rakip platforma da kolaylıkla taşıyabilmesi konu edilmektedir.
- (389) Bu çerçevede, mevcut soruşturmanın SAHİBİNDEN'in bir metasını rakiplerle paylaşma zorunluluğunu konu edinmediği belirtilmelidir. Soruşturmada taşımaya konu olan veri üyelerin bizatihi kendileri tarafından SAHİBİNDEN platformuna girilen ilan özelliklerini açıklayan verilerdir. Bu verilerin yine kullanıcının isteği doğrultusunda rakip platformlara taşınmasının engellenmesi çoklu erişimin zorlaştırılmasına ve dolayısıyla üyelerin yalnız SAHİBİNDEN ile çalışması ya da rakiplerle çalışmaması yönünde bir fiili münhasırlığa yol açmaktadır. Dolayısıyla dosya konusunu çoklu erişimin zorlaştırılarak münhasırlık yaratılması oluşturmaktadır. Dosya konusu rakibin teşebbüsün veri tabanının bütününe doğrudan erişebilmesini konu edinmemekte, kurumsal üyenin kendi rızasıyla tetiklediği veri taşıma işlemine engel olunmasını konu edinmektedir.
- (390) SAHİBİNDEN birinci yazılı savunmasında ayrıca, ilan girişi ile alakalı olarak kurumsal üyelerin farklı ilan platformlarına geçmesi veya farklı platformları kullanması önünde gerçekte hiçbir fiili engel veya zorluk bulunmadığını, eldeki verilerin de bunu desteklemediğini, SAHİBİNDEN hakkında yürütülen İkinci Aşırı Fiyat soruşturması kapsamında Kurum tarafından yapılan anketi yanıtlayan SAHİBİNDEN kurumsal üyelerinin %81'inin, farklı ilan platformlarını da kullandığını beyan ettiği ve bu bilgiye Soruşturma Bildirimi'nde de yer verildiği, benzer şekilde 2017-2-003 sayılı Soruşturma Raporu'nda *"emlakçı ve galericilerin hâlihazırda diğer sitelerde portföyleri bulunduğundan, ... diğer sitelere geçiş maliyetlerinin yüksek olmayacağı anlaşılmaktadır"* ifadesinin mevcut olduğunu, dolayısıyla veri taşınabilirliğinin engellenmesi kapsamında SAHİBİNDEN'e karşı kötüye kullanma iddiasının ileri sürülemeyeceğini ifade etmiştir.
- (391) 2. Aşırı Fiyat Kararı kapsamında emlakçı ve galericilerin birden fazla platform kullanma eğiliminin tespiti amacıyla bilgi talebi yazısı gönderilen emlakçı ve galericilerin yalnızca 88'i cevabi yazısını Kurum kayıtlarına intikal ettirmiştir. Dolayısıyla önceki Kurul kararında yer alan ve bilgi talebine dayanılarak tespit edilen %81'lik çoklu erişim oranı ilgili pazarın oldukça küçük bir kısmını temsil eden emlakçı ve galericilerin

¹²² Bu veri içinde ilan yaşam süresi sonunda otomatik olarak yayından kalkan ilanlar bulunmamaktadır.

yanıtlarından yola çıkılarak tespit edilmiştir. 3. Aşırı Fiyat Kararında 2.000 adet emlakçı ve 2.000 adet oto galericiye çevrim içi ortamda anket soruları gönderilmiştir. İlgili ankete 160 emlakçı ve 129 oto galerici yanıt vermiştir. Dolayısıyla SAHİBİNDEN'in savunmasında atıf verdiği sonuçlar sınırlı ve özel olarak seçilen bir örneklemeden yalnız ankete katılmak isteyen sınırlı sayıda emlakçı/galericinin yanıtlarına dayanmaktadır. İşbu dosya kapsamında yürütülen önaraştırma sürecinde düzenlenen ankete ise 1.021 adet emlakçı katılmıştır. Ancak bu ankette de bağlantı linki, katılımcı özelinde oluşturulmamış, kimlik doğrulama imkânı sağlamaksızın kamuya açık tek bir link üzerinden anket yanıtları toplanmıştır. Bu bakımdan, önaraştırmada, anketin sayısal sonuçlarından ziyade muhtemel zarar teorilerinin tespiti için kullanılması gerektiği vurgulanmıştır.

- (392) Öte yandan mevcut soruşturma kapsamında ilgili pazarda faaliyette bulunan platformların emlak satış/kiralama ve vasıta satış pazarlarında sahip oldukları toplamda 100 bini aşkın üye üzerinden EAAD'nin de desteğiyle 2021 yılı itibarıyla çoklu erişim oranları emlak için %(.), vasıta için %(.) olarak tespit edilmiştir. Dolayısıyla önceki Kurul kararında yer alan %81'lik çoklu erişim oranının ve pazarın küçük bir bölümünü temsil eden emlakçı ve galerici yanıtlarının mevcut dosya bakımından bağlayıcı olmayacağı değerlendirilmektedir.
- (393) Oysa geçmiş incelemelerdeki anket çalışmalarının açıklanan sınırlarına karşın, mevcut soruşturmada incelenen kurumsal üye sözleşmeleri açıkça veri taşımayı engelleyen maddeler içermekte, hatta rakip platformlarla çalışılmaması yönünde dolaylı olarak münhasırlık sonucunu doğurabilecek nitelikte hükümleri ihtiva etmektedir. Sözleşmelerdeki söz konusu maddelerin rakiplerin faaliyetlerinin zorlaştırılması, rekabetinin sınırlanması ve pazardan dışlanmalarına yol açılması sonucunu doğuracak nitelikte olduğu değerlendirilmektedir. Ek olarak yerinde incelemede elde edilen belgeler de veri taşımanın engellendiğini doğrular niteliktedir. Paydaşlardan alınan görüşler de söz konusu sözleşme maddeleri ve uygulamalar karşısında kurumsal üyelerin birden fazla platform kullanma tercih etmesinde ve bu platformları etkin şekilde kullanmalarında zorluklar olduğu, bu zorluklar ve pazarın diğer özellikleri karşısında rakip platformların pazara girişte ve pazarda büyümede engeller yaşadığı, bu engelleri aşmak adına SAHİBİNDEN dâhiliyeti olmaksızın giriştikleri entegrasyon uygulamalarının başarısız olduğu, SAHİBİNDEN'in entegrasyon sağlamadığı, son olarak rakiplerin SAHİBİNDEN'den ilan verilerini taşıma yoluna meylettikleri, ancak bunun da SAHİBİNDEN tarafından tespit edildiğinde engellendiği, dolayısıyla rakiplerin rekabetlerinin sınırlandırıldığı ve faaliyetlerinin zorlaştığı anlaşılmaktadır.
- (394) Sonuç olarak kurumsal üyelerin birden fazla platforma ayrı ayrı ilan girmesi ve bu ilanları güncel tutması bakımından karşılaştıkları zorlukları bertaraf etmek üzere pek çok yol denenmesi ve bunların etkinsizlikle sonuçlanması¹²³, emlakçı/galericilerin rakip

¹²³ (.) ve (.) zincir emlak ofislerinin internet siteleriyle "doğrudan" entegrasyon sağlamayı denediği ancak (.) beyanına göre ilgili şirketlerin platformlarının istikrarlı olmamaları, sürdürülebilir teknik destek sağlayamamaları nedeniyle bu yöntemden beklediği verimi alamadığı anlaşılmaktadır. Benzer şekilde (.) büyük çaplı galericilerin kendilerine ait internet siteleriyle doğrudan/dolaylı olarak entegrasyon sağladığı ancak pazarın büyük bir kısmını ifade eden galericilerin böyle bir imkâna sahip olmaması nedeniyle söz konusu entegrasyonlardan kaynaklanan ilanların (.) üzerinde yayımlanan ilanların içinde oldukça küçük bir paya sahip olduğu görülmektedir. Son olarak SAHİBİNDEN'in emlak kategorisindeki (.) tek bir arayüzden birden fazla platformda ilan yayımlamayı sağlayan teşebbüslerle (REOS vb.) entegrasyon sağladığı, ancak ilgili teşebbüslerin cevabi yazılarından söz konusu hizmetten bekledikleri ölçüde verim alamadıkları anlaşılmaktadır.

teşebbüslerden veri taşıma yönündeki talepleri karşısında, gerek emlak gerekse vasıta alanındaki rakip teşebbüslerin bir bir veri taşıma yoluna girdikleri görülmektedir¹²⁴. Hatta veri taşımanın bir nevi SAHİBİNDEN ile rekabetin kaçınılmaz bir unsuru haline geldiği anlaşılmaktadır. İşte sözleşmelerdeki ilgili maddelerde yasaklanan uygulamalar tam da rakiplerin başvurdukları/başvurmak durumunda kaldıkları bu son yöntemi engellemektedir.

I.5.2.1.6.3. Paydaşlarda Meydana Getirdiği Etkiler Çerçevesinde Veri Taşımanın Engellenmesinin Değerlendirmesi

- (395) Yukarıda SAHİBİNDEN tarafından gerçekleştirildiği tespit edilen veri taşımanın engellenmesi şeklindeki uygulama temel olarak iki tarafa yönelik doğrudan etki doğurmaktadır. İlk olarak SAHİBİNDEN kurumsal üyelerin rakip platformlara veri taşımasını engellemektedir. İkinci olarak ise üyelerin çevrim dışı ortama, kendi web sitelerine, üyelerin oluşturdukları oda/dernek gibi birliklerin kurduğu platformlara, üyelerin kurabileceği MLS gibi sistemlere de veri taşınması engellenmektedir. Bu engellenmenin ayrıca ilan platformlarının diğer bir tarafını oluşturan bireysel kullanıcılar ve ilan bakanlar gibi taraflarına da dolaylı etkisi bulunmaktadır. SAHİBİNDEN'in veri taşımayı engellemesi yönündeki davranışı aşağıda sırasıyla bu taraflara yönelik etkiler çerçevesinde değerlendirilecektir.

I.5.2.1.6.3.1. Veri Taşımanın Engellenmesinin Rakip Platformlar Üzerindeki Etkileri

- (396) SAHİBİNDEN'in söz konusu engellemelerinin ilan platformlarındaki etkisinin yoklandığı EAAD ile yapılan ekonomik analizin de söz konusu sonuçları desteklediği görülmüştür. Bu analize göre, gerek gayrimenkul alanında gerek vasıta alanında ilan yayımlayan üyelerin büyük çoğunluğu yalnızca bir platform ile çalışmayı tercih etmektedir.
- (397) Gayrimenkul alanında birden fazla platformu eş anlı kullanım oranı %(.....) ile sınırlı kalmaktadır. 2019-2020-2021 yılları için SAHİBİNDEN üyelerinin sırasıyla %(.....), %(.....) ve %(.....) yalnızca SAHİBİNDEN ile çalışmayı tercih etmektedir. Buna karşın rakiplerin üyelerinin yalnız ilgili rakiple çalışma oranı %(.....) civarında kalmaktadır. SAHİBİNDEN'in kurumsal üye sayısının rakiplerine oranla çok daha fazla olması sebebiyle bu farklılığın miktar bakımından ele alınmasında daha fayda görülmektedir. Bu bakımdan, SAHİBİNDEN'in yalnız kendi ile çalışmayı tercih eden üye sayısı ilgili dönem için (.....) arasında seyretmektedir. Buna karşın, en yakın rakip HEPSİEMLAK'ın yalnız bir platformla çalışmayı tercih eden üyelerinin sayısı (.....) olarak gerçekleşmiştir. Bu rakamların diğer rakipler için çok daha düşük olduğu görülmektedir. Söz konusu rakamlar 2019-2021 yılları itibarıyla ZİNGAT için sırasıyla (.....), EMLAKJET için sırasıyla (.....), EMLAK SİTEM için sırasıyla (.....) ve yalnızca SATIŞ GARANTİ için sırasıyla (.....) olarak gerçekleşmiştir. Pazarda 2019-2021 yılları itibarıyla sırasıyla (.....) çevrim içi platform kullanan üye tespit edilmiştir.

¹²⁴ (.....) SAHİBİNDEN kurumsal üyelerinin SAHİBİNDEN platformundaki ilanlarını aktarabilmeleri için (.....) denediği ancak söz konusu yöntemin bu tür veri aktarma metodlarının SAHİBİNDEN tarafından sürekli bir biçimde teknik olarak engellenmeye çalışılması, SAHİBİNDEN'in kendi internet sitesindeki küçük bir HTML değişikliği yapmasının yönetime ilişkin kodların çalışmasını engellemesi gibi sebeplerle verimsiz olduğu anlaşılmaktadır. (.....) kurumsal üyelerinin diğer platformlardaki ilan verilerini aktarabilmesi adına ilk olarak "(.....) sunduğu ancak anılan hizmetin SAHİBİNDEN tarafından teknik olarak engellenmesi neticesinde kullanımdan kaldırıldığı, bunun üzerine (.....) oluşturduğu ve personel istihdam ettiği, bu yöntemle müşterilerinin taleplerini belirli ölçüde karşılayabilse de ilgili ilanlara ait fotoğrafların üzerinde "*Sahibinden*" filigranının bulunması nedeniyle bahse konu yöntemin de istenilen ölçüde verimli olarak çalışmadığı görülmektedir.

- (398) Vasıta alanında ise, birden fazla platformu eş anlı kullanım oranı %(.....) ile sınırlı kalmaktadır. Gayrimenkul alanına göre, vasıta alanında yalnız bir platform kullanan SAHİBİNDEN üyelerinin oranı daha yüksek seyretmiştir. SAHİBİNDEN'in yalnız bir platform kullanan üyelerinin tüm üyeleri içindeki oranı 2019-2021 yılları için sırasıyla %(.....), %(.....) ve %(.....)'dir. Bu oran en yakın rakip ARABAMCOM için %(.....), %(.....) ve %(.....)'dur. ARABA SEPETİ için ise %(.....), %(.....), %(.....)'dir. Rakipler için yalnız bir platform kullanma oranının SAHİBİNDEN'e nazaran düşük kalmasının yanı sıra, incelenen üç yıl içinde gittikçe düştüğü de gözlemlenmektedir. Ancak orandan ziyade yalnız bir platform kullanan üyelerin sayısına bakıldığında, aradaki açık daha belirgin şekilde görülmektedir. SAHİBİNDEN için yalnız bir platform kullanan üyelerinin sayısı (.....), (.....), (.....) iken bu rakamlar en yakın rakip ARABAMCOM için (.....), (.....), (.....) şeklindedir. ARABA SEPETİ için ise (.....), (.....) ve (.....) şeklindedir. SATIŞ GARANTİ'nin rakamları ise dört haneye varamamaktadır. Pazarda 2019-2021 arasında yıllar itibarıyla sırasıyla (.....), (.....) ve (.....) çevrim içi platform kullanan üye tespit edilmiştir.
- (399) Özetle emlak alanında SAHİBİNDEN üyelerinin SAHİBİNDEN dışındaki platformları kullanma oranları 2019-2021 dönemi için sırasıyla %(.....), %(.....), %(.....); vasıta alanında SAHİBİNDEN üyelerinin SAHİBİNDEN dışındaki platformları kullanma oranları %(.....), %(.....), %(.....) ile sınırlı kalmıştır. Elbette bütün üyelerin birden fazla platform kullanma yönünde motivasyonları olduğunu ya da birden fazla platform kullanmanın şart olduğunu değerlendirmek hatalı olacaktır. Bununla birlikte, yapılan incelemede üyelerin birden fazla platform kullanma yönünde motivasyonları olduğu görülmektedir. Rakiplerin büyük çoğunluğunun üyelerin SAHİBİNDEN'deki ilan verilerini kendi platformlarına taşıma yollarına gitmesi, üyelerin rakiplerin bu yöndeki uygulamalarına talep göstermesi, soruşturma kapsamında iletişim kurulan üyelerin/üye birliklerinin verilerinin taşınması yönünde taleplerinin olduğunu iletmesi, kimi hallerde üyelerin yerine rakiplerin satış elemanlarının ilan girme işlemini üstlenmesi, kimi hallerde üyelerin ilan linklerini satış temsilcisi ile paylaşmasının ardından tüm ilanların otomatik olarak değil satış temsilcisi tarafından tek tek sisteme girilerek aktarımın sağlanması bu motivasyonun göstergeleridir. Ek olarak, bu aktarımların SAHİBİNDEN'in engellemeleri sebebiyle sistematik olamaması ya da aktarım sonucu fotoğraf ve video gibi içeriklerde bu aktarımın hiç yapılamaması ya da aktarım gerçekleşse dahi içeriğin kalitesinin düşmesi gibi sorunların açıklanan motivasyonu zedelediği anlaşılmaktadır.
- (400) Birden fazla platform kullanım miktarı ve oranlarının düşük kalmasının yanı sıra, birden fazla platform kullanan bu sınırlı kitlenin ücretine katlanarak satın aldıkları ilan paketlerini kullanım oranları¹²⁵ da pazardaki aksaklık, zorluk ve engellemelerin resmini ortaya koyar niteliktedir.
- (401) Emlak kategorisinde, 2021 yılı itibarıyla eş anlı platform kullanan üyelerin paketlerin üye sayısına göre ağırlıklandırılarak elde edilmiş ortalama paket kullanım oranı SAHİBİNDEN için (.....) iken, HEPSİ EMLAK için (.....), ZİNGAT için (.....) EMLAK JET için (.....), EMLAK SİTEM için (.....) ve SATIŞ GARANTİ için (.....) olarak gerçekleşmiştir. Bu doğrultuda SAHİBİNDEN'in kendisinden sonra en yüksek paket kullanım oranına sahip rakibi ZİNGAT'tan (.....) kat daha fazla paket kullanım oranına sahip olduğu görülmektedir. Bu fark diğer rakiplerde daha da artmaktadır.

¹²⁵ Paket kullanım oranı kurumsal üyelerin yıllık fiilen yayımladığı ilan sayısının, ilgili üyenin satın aldığı paketin içerdiği toplam ilan hakkına bölünmesiyle elde edilmektedir.

- (402) Vasıta kategorisinde ise 2021 yılı itibarıyla eş anlı platform kullanan üyelerin paketlerin üye sayısına göre ağırlıklandırılarak elde edilmiş ortalama paket kullanım oranı SAHİBİNDEN için %(.), ARABAMCOM için %(.) ve SATIŞ GARANTİ için %(.) olarak gerçekleşmiştir. Bu doğrultuda SAHİBİNDEN'in en yakın rakibi ARABAMCOM'a göre (.) daha fazla paket kullanım oranına sahip olduğu görülmektedir. SAHİBİNDEN ve ARABAMCOM platformlarını eş anlı kullanan üyeler bakımından paket kullanım oranlarının yakınsaması dikkat çekse de, daha büyük resimde, üyelerin eş anlı platform kullanma oranlarının %(.) ile sınırlı kaldığının göz ardı edilmemesi gerektiği belirtilmelidir.
- (403) Paket kullanım oranlarının yanı sıra, paket kullanım miktarına bakıldığında da eş anlı platform kullanan üyelerin SAHİBİNDEN'de yayınladıkları toplam ilan sayısının, rakiplerde yayınladıkları toplam ilan sayılarından açık ara yüksek olduğu görülmektedir. Dolayısıyla eş anlı platform kullanan üyelerin ilan portföylerinin ve rakiplerden satın aldıkları paketlerin ilan limitlerinin müsaade etmesine rağmen, SAHİBİNDEN'de çok daha fazla ilan yayınladıkları gözlemlenmektedir.
- (404) Son olarak gerek genel olarak ilan paketlerinin liste fiyatları gerekse paketlerin ortalama birim ilan fiyatları incelendiğinde, tüm rakiplerin SAHİBİNDEN'e nazaran oldukça düşük seviyede fiyatlama yoluna gittikleri görülmektedir. Buna karşın üyelerin rakiplerden aldıkları paketleri kullanım oranlarının SAHİBİNDEN'den aldıkları paketleri kullanım oranlarına göre düşük olması sonucunda, üyelerin fiiliyatta ilan başına katlandıkları maliyet rakiplerde çok daha yüksek kalmakta, bu bakımdan da rakiplerin üye sayısı ya da üyelerinin paket kullanım durumu bakımından sahip oldukları dezavantaj daha da büyük hale gelmektedir. Söz konusu dezavantajın ilanların rakiplerde yayımlansa dahi güncel tutulmaması dikkate alındığında ise çok daha çarpıcı bir hal alacağı öngörülebilmektedir.
- (405) Yukarıda aktarılan bilgi ve değerlendirmeler ışığında, kurumsal üyelerin birden fazla platformda ilan yayımlama yönünde motivasyonlarının olduğu, hatta salt getirecekleri ilave görünürlük, trafik ve alıcı gibi faydaların yanı sıra platformlar arası rekabetin artmasını istedikleri için hususi olarak alternatif platformları da kullandıkları, ancak birden fazla platforma ayrı ayrı ilan girmesi ve bu ilanları güncel tutması bakımından zorluklarla karşılaştıkları, bu zorlukları bertaraf etmek üzere rakiplerin üyelerin kendi kanalları ile platform arasında entegrasyon ve/veya SAHİBİNDEN haricindeki rakip platformlar arası entegrasyon gibi pek çok yol denedikleri ve bunların etkinsizlikle sonuçlandığı, emlakçı/galericilerin rakip teşebbüslerden veri taşıma yönündeki talepleri karşısında, rakip teşebbüslerin ister istemez çeşitli yollarla veri taşıma yoluna girdikleri, hatta veri taşımanın bir nevi SAHİBİNDEN ile rekabetin kaçınılmaz bir unsuru haline geldiği, bu sorunlar karşısında eş anlı platform kullanma oranının sınırlı kaldığı, eş anlı platform kullanan üyeler bakımından da rakip platformları kullanma oranlarının düşük kaldığı, rakip platformların yayınladıkları ilanların güncel tutulmaması karşısında da dezavantajlı konuma düştüğü değerlendirilmektedir.
- (406) İşte SAHİBİNDEN tarafından kurumsal üyelerle akdedilen sözleşmelerde ve uygulamada veri taşınmasına yönelik rakiplere getirilen engellemeler bu sebeple platformlar arası rekabeti kısıtlamaktadır. Bu engellemeler sonucunda kurumsal üyelerin birden fazla platformu kullanmasını zorlaştırmakta, platformların kurumsal üyelere erişimi sınırlanmakta, böylelikle kurumsal üyeler yalnız SAHİBİNDEN ile çalışma durumunda kalmaktadır. Bu da rakiplerin hem kurumsal üye hem de dolayısıyla bireysel üye ve ilan bakanlara erişimini kısıtlayarak kullanıcı ağını

genişletmesini, ölçeğini büyütmesini, pazara girmesini ve pazarda tutunmasını zorlaştırmakta, platformlar arası rekabeti sınırlamaktadır.

- (407) Bu sınırlamalar sonucunda bireysel üyelerin ve ilan bakanların da dolaylı olarak zarar görmesi muhtemeldir. Platformlar arası rekabetin sınırlanması sonucu, platformların inovasyon güdüsü zedelenmekte, yenilikçi ürün/hizmet gelişimi sınırlanmakta, platformlarda sunulan ürün/hizmet çeşitliliği ve kalitesi düşmektedir. Bunun sonucunda hem ilan bakanlar, hem bireysel üyeler, hem de genel olarak platform kullanıcıları olumsuz etkilenebilecektir. Hatta ileri vadede bu taraflara sunulan hizmetlerin de ücretlendirilmesi söz konusu olabilecek, bu açıdan söz konusu taraflar için fiyat dışı unsurlarda olduğu gibi fiyat üzerinden rekabet de sınırlanabilecektir.

I.5.2.1.6.3.2. Veri Taşımının Engellenmesinin Diğer Kanallar Üzerindeki Etkileri

- (408) SAHİBİNDEN tarafından üyelerin çevrim dışı ortama, kendi web sitelerine, üyelerin oluşturdukları oda/dernek gibi birliklerin kurduğu platformlara, üyelerin kurabileceği MLS gibi sistemlere de veri taşınması engellenmektedir. Bununla birlikte, Türkiye’de söz konusu ilan yayım kanalları bulunmamakta ya da faaliyetleri çok sınırlı kalmaktadır.
- (409) İlk olarak, üyelerin kendi web siteleri üzerinden ilan yayımladığı ilgili pazarda sık rastlanılan bir durum değildir. Ancak *franchise* modeliyle çalışan ya da büyük ölçekli olan emlakçıların/galericilerin kendi web sitelerinin olduğu gözlemlenmiştir. Soruşturmada, pazarda platform kullanan yaklaşık 60.000 emlakçının, 40.000-45.000 galericinin olduğu tespit edilmiştir. Bunlardan emlakçılar için *franchise* modeliyle çalışanların gelir bakımından pazarın yaklaşık %(.) oluşturduğu öngörülmektedir. Kaldı ki bu grubun da tümünün kendi internet sitelerini/portallarını kurduğu ve aktif şekilde kullandığı söylenememektedir.
- (410) Benzer şekilde bazı emlakçıların ya da galericilerin kolektif olarak alternatif platformlar oluşturduğu gözlemlenmiştir. Örneğin Ankara’da ATEM tarafından üyelerine ücretsiz hizmet veren www.emlakkutusu.com adında bir bölgesel portal kurulduğu bilinmektedir. Ancak bu kanallar hem sayı hem de faaliyet ölçeği bakımından çok küçük kalmaktadır. Hatta bahsedilen portal hâlihazırda aktif değildir.
- (411) Son olarak, emlakçılar arasında MLS sistemi de alternatif bir kanal olarak ele alınabilecektir. Ancak hâlihazırda ülkemizde bu sistemin uygulamasının yaygın olmadığı anlaşılmaktadır.
- (412) Pazarın hâlihazırdaki durumuna yönelik anılan sebeplerle, SAHİBİNDEN’in veri taşımayı engellemesinin söz konusu kanallar için bu aşamada kayda değer bir etki doğurduğundan söz edilememektedir. Ancak SAHİBİNDEN sözleşmelerindeki bu yöndeki sınırlama özellikle üyenin kendilerinin ya da kurumsal üyelerin dernek/oda vb. oluşumlarının kurduğu kanalların artması ve/veya gelişmesi halinde, muhtemel olumsuz etki meydana getirecek niteliktedir.

I.5.2.1.7. Veri Taşımının Sağlanabileceği Olası Bir Yöntem

- (413) Soruşturma kapsamında veri taşınabilirliğinin ne şekilde, hangi şartlarda sağlanabileceği hususlarında görüş alınması amacıyla Bilişim Teknolojileri Dairesinden (BTD) görüş talep edilmiştir. Veriyi taşınabilir kılmak için platformlar ile üyeler arasında entegratör gerekliliği bulunmayan ve aynı zamanda ihlale son verme ve pazarda oluşan olumsuz etkileri giderebilme bakımından etkili olacağı değerlendirilen olası yöntemler aşağıda aktarılmaktadır:

- (414) İlk olarak kurumsal üyelerin kendi kanallarına veri taşınmasını sağlayabilecekleri dosya indirme yönteminden bahsedilebilecektir. Bu yöntemde, kullanıcının kendi profiline giriş yaptıktan sonra "tüm ilanlarımı/ilanımı indir" diyerek XML, TEXT, JSON, Excel vb. formatlarda tüm ilanlarını bir dosyaya alması mümkün olacaktır. Dosyadaki alanların formatının veri sağlayan tarafından belirlenmesi süreci kolaylaştıracaktır. İlanla ilgili kullanıcının girdiği tüm alanların dosyada bulunması gerekmektedir. İlan fotoğraflarının *base64* vb. formatlara dönüştürülebileceği öngörülmektedir.
- (415) Kurumsal üyelerin bir platformdan (x platformu) diğer ilan platformlarına veri taşınmasını sağlayacak olan ikinci yöntem, kullanıcının (x) platformunda kendi profiline giriş yaptıktan sonra tüm ilanlarımı indir/taşı diyerek (x) platformunun veri sağlayacağı API için gerekli *token* elde etmesini, (x) platformundan arka planda veri çekebilecek API için kodun (x) platformu tarafından üretmesini öngören API yöntemidir. Bu *token* içinde kullanıcının seçtiği ilanların tekil numarası bulunacaktır. Bu kodu, kullanıcının alıp veri taşımak istediği sitede kendi kullanıcısıyla oturum açtıktan sonra aynı sitenin entegrasyon için açtığı alana yapıştırması ile verilerin taşınması sağlanabilecektir.
- (416) Arka planda veri taşımak istenen alternatif platform, (x) platformundan bu kodla o kullanıcıya ait verileri çekebilecektir. Bu yöntemde, API'yi kullanan diğer platformlardaki ilgili ilanları güncel tutmak için, (x) platformuna kendisine gelen API isteklerine belirli aralıklarla cevap verme yükümlülüğü getirilmelidir. SAHİBİNDEN'in teknik alt yapısı ve ilanların güncelleme sıklığı düşünüldüğünde bir gün içinde her ilan başına üç defaya kadar sorgu hakkı tanınması önerilmektedir.
- (417) Bu amaçla (x) platformu, birden çok ilan içeren yayımlama kodlarının yanında ilan tekil numaralarını ilk isteğe karşılık olarak döndürmelidir. İlanı çeken diğer platform ise güncelleme istediğini (x) platformuna yayımlama kodu ile birlikte ilan tekil numarasını da göndererek yapmalıdır. API aracılığı ile istek yapılan ilgili ilanların, (x) platformu üzerinden indirilme süresinin diğer bir deyişle (x) platformu sunucularının veri aktarım hızlarının makul olması beklenmektedir. İlan, (x) platformu üzerinde kullanıcı tarafından kaldırıldığında ilgili ilanın bilgilerini API ile çeken diğer platformun API isteği, ilan silindi olarak cevaplanabilecektir. Bu durumda diğer platform üzerinde de ilgili ilanının kaldırılması beklenmektedir.
- (418) Bu yöntemin özellikle ilan bilgilerinin güncel tutulabilmesi avantajıyla yukarıda tespit edilen rekabet karşıtı etkiler karşısında makul olduğu değerlendirilmiştir. Ayrıca, bu yöntemle ilan sahibinin dışında veriye erişimin görece daha zor olması ve sürekli erişilebilecek bir dosya olmayacağı için veri güvenliği bakımından avantaj sağlayabilecektir. Üretilen yayımlama kodunun herhangi bir yerde paylaşılmamasını sağlamak kullanıcının kendi sorumluluğunda olacaktır. Bununla birlikte, entegrasyon işlemi için teşebbüslerin faaliyetlerini aksatmayacak seviyede sınırlı bir iş gücünün ve uygulama öncesi test ortamının sağlanması gerekebilecektir.
- (419) İlaveten (x) platformu uygulaması üzerinde yer alacak olan "ilanlarımı diğer platformlara taşı" butonunun kullanıcılar tarafından kolaylıkla görülebilecek şekilde, yeterli büyüklükte ve görünürlükte olması gerekmektedir.
- (420) Yukarıda aktarılan yöntem ile kurumsal üyelerin ilan verilerini (i) bütün ilanlarını içerecek şekilde, (ii) yalnız üye tarafından seçilen ilanları içerecek şekilde ya da (iii) yeni girilen bir ilan yayımlanmasının hemen ardından ilgili ilan özelinde oluşturulacak bir yayımlama kodu vasıtasıyla alternatif platformlara taşıyabileceği değerlendirilmektedir. Bunun için arka planda (x) platformu ile diğer platformlar arasında bir iletişim gerekecektir. (x) platformu alternatif teşebbüsler için üye

tarafından izin verilen ilanların aktarımını sağlamak üzere altyapısına erişim izni verecektir. Erişimin ardından ilanları güncel tutmak üzere, alternatif platformlar 'gün içinde her bir ilan için 3 sorgu gibi' kararlaştırılan sıklıklarda (x) platformundaki ilgili verilere yönelik (varsa) değişiklikleri sorgulayabilecektir.

- (421) Taşınan veriler üyelerin (x) platformu platformuna girdiği verilerle sınırlıdır, buna karşın (x) platformu tarafından verilen ürün/hizmet/veriler dâhil değildir. Bu bakımdan fotoğrafların ve videoların üyelerin (x) platformuna yüklediği versiyonla aktarılması esastır. (x) platformunun bu veriler üzerinde yaptığı iyileştirmelerin rakip platformlara aktarılması beklenmemektedir. Keza, söz konusu görsel araçlar üzerine yerleştirilen (x) platformu filigranının da aktarılan verilerde bulunmaması beklenmektedir.
- (422) Bu bakımdan teşebbüste gerçekleştirilen yerinde incelemede SAHİBİNDEN üzerinde yayımlanan ilanlarda yer alan fotoğrafların filigran içermeyen hallerinin ve ilana ilişkin diğer bilgilerin, SAHİBİNDEN sunucularında, ilan yayımdan kaldırılrsa dahi, yayımdan kaldırıldıktan sonra en az altı ay süreyle tutulduğu, bu sürenin sonunda söz konusu verilerin yedek sunuculara aktarıldığı dile getirilmiştir. Ayrıca sunucudaki filigransız fotoğraflara, yani ilan sahibinin ilk yüklediği fotoğraflara ilanını güncellerken erişebildiği belirtilmiştir. Aynı zamanda ilgili fotoğrafların filigranlı ve iyileştirilmiş hallerinin de SAHİBİNDEN'in sunucularında tutulduğu belirtilmiştir. Ek olarak son kullanıcıların, ilanları görüntülerken filigranlı ve iyileştirilmiş fotoğrafları görüntülediği dile getirilmiştir.
- (423) Bu yöntem ile kurumsal üyenin tercih etmesi halinde, yine kurumsal üyenin tercih ettiği ilanlarla sınırlı kalmak üzere, birden fazla platform kullanma motivasyonu olan emlakçı/galericilerin bu motivasyonlarının engellenmesinin önüne geçileceği, alternatif platformlardan ilan paketi alan üyelerin bu paketleri etkin şekilde kullanabilmesinin önünün açılacağı öngörülmektedir. Böylelikle, kurumsal üyelerin alternatif platform kullanamamaktan veya alternatif platformlardan satın aldıkları paketleri kullanamamasından kaynaklı refah kaybının engellenmesi hedeflenmektedir. Aynı zamanda, alternatif platformların kurumsal üyeye erişebilmesinin önündeki sınırlamaların ortadan kalkması, bu sayede artan platformlar arası rekabetin artması, bu rekabetin getireceği daha düşük fiyat, daha yüksek kalite, daha çok çeşitlilik ve inovasyon ile hem kurumsal üyelerin, hem bireysel üyelerin hem de ilan bakanların toplam refahının artması amaçlanmaktadır. Önerilen söz konusu yöntem tespit edilen rekabeti sınırlayıcı uygulamaları ortadan kaldırması ve bundan kaynaklı olumsuz etkileri gidermesi kaydıyla, paydaşların görüşleri doğrultusunda da şekillenebilecektir.
- (424) Açıklanan yöntemin SAHİBİNDEN platformu üzerinden diğer platformlara veri taşındığı örnek uygulama senaryosuna dair oluşturulan görsellere aşağıda yer verilmektedir:

Şekil 3: SAHİBİNDEN Üzerinde İlanlarımı Başka Platformda Yayımla Butonu



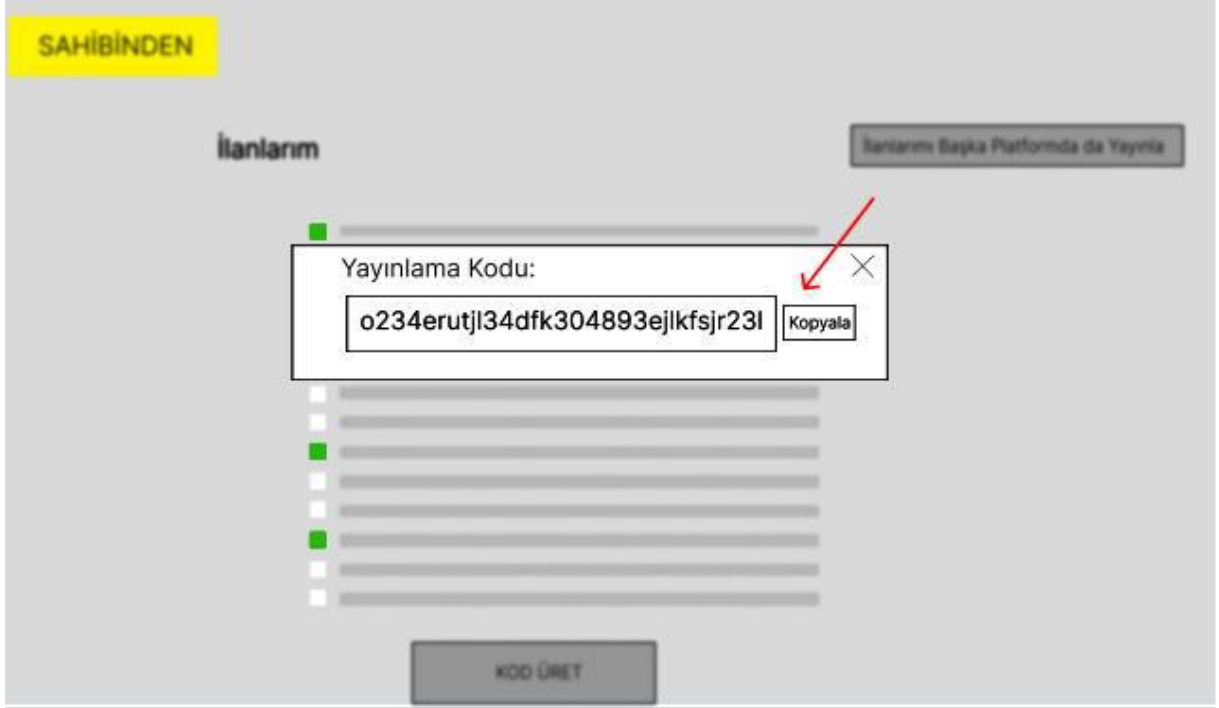
- (425) Şekil 3'te üyenin SAHİBİNDEN platformunda listelediği 'sahibinden kiralık ev ilanı, Sahibinden araba, Sahibinden satılık villa başlıklı' farazi ilanlar yer almaktadır. İlanların sağ tarafına 'İlanlarımı Başka Platformda da Yayımla' butonu yerleştirilmiştir. Bu butonun ayrıca üye yeni bir ilan girdiği sıra karşılaşıcağı 'ilanımı yayımla' butonunun yanına/ardına da yerleştirilmesi, girilen yeni ilanın da doğrudan başka platforma aktarılması için imkân tanıyabilecektir.

Şekil 4: Hangi İlanın Yayımlanacağını Seçilmesi



- (426) Şekil 4'te üye başka platformda yayımlamak istediği ilanlarını seçme imkânı elde etmekte ve bu ilanların başka platforma aktarılabilmesi için kod üretilmesi komutu vermektedir.

Şekil 5: Yayımlama Kodunun Elde Edilmesi



- (427) Şekil 5'te SAHİBİNDEN üyenin seçtiği ilanların aktarılabilmesi için bir yayımlama kodu sağlamakta ve bunun kopyalanmasına imkân vermektedir.

Şekil 6: Diğer Platform Üzerinde SAHİBİNDEN'den Alınan Yayımlama Kodu'nun Girilmesi



- (428) Şekil 6'da üye artık alternatif platformun sitesine gelmekte, burada giriş yapmasının ardından karşılaştığı 'Sahibinden İlanlarımı Burada Yayımla' butonunu tıklamaktadır.

Şekil 7: SAHİBİNDEN İlanYayımlama Kodu'nun Girilmesi

DİĞER PLATFORM İlanlarım Sahibinden İlanlarımı Burada Yayınla

Sahibinden İlan Yayımlama Kodunu Giriniz:

o234erutjl34dfk304893ejlkfsjr23l

Yayınla

(429) Şekil 7'de üye SAHİBİNDEN'den aldığı yayımlama kodunu alternatif platformda ilgili yere kopyalamaktadır.

Şekil 8: SAHİBİNDEN'de Bulunan İlanların Diğer Platformlarda Gösterilmesi

DİĞER PLATFORM İlanlarım Sahibinden İlanlarımı Burada Yayınla

.....sahibinden kiralık ev ilanı.....

.....Sahibinden araba.....

.....Sahibinden satılık villa.....

(430) Şekil 8'de yayımlama kodunun girilmesinin ardından alternatif platform üzerinde de SAHİBİNDEN'de seçilen ilanların listelendiği görülmektedir.

I.5.2.2. Alt Kullanıcı Sınırlamasının Değerlendirilmesi

(431) Dosya kapsamında emlakçılarla yapılan görüşmelerde, çevrim içi ilan platformlarında kurumsal üyelere sunulan ilan paketlerinde alt kullanıcı sayısına ilişkin sınırlamalar olduğu görülmüştür. Daha önce de ifade edildiği üzere, platformdan ilan alımı ile emlakçının/emlak ofisi sahibinin/emlak ofisinin veya galericilerin adına üyelik oluşturulmakta, platformda bu üyelik adına mağaza açılmakta, aynı emlak ofisi/galeri bünyesinde çalışan danışmanlara ise satın alınan ilan paketinin elverdiği ölçüde mağaza altında alt kullanıcı hesabı tanımlanabilmektedir. Dosya kapsamında görüşlerine başvurulmuş olan kurumsal üyeler tarafından

- SAHİBİNDEN tarafından sunulan ilan paketleri özelinde alt kullanıcı hesabı tanımlama yetkisinin farklılaşabileceği, örneğin 100'lük bir ilan paketinde maksimum (.....) kullanıcıya bu hesap tanımlamasının yapılabileceği, (.....) danışmanı olan bir emlak ofisinin tüm danışmanlarına alt kullanıcı hesabı tanımlayabilmesi için mecburen [ilan hakkı bakımından ihtiyacını karşılayacak olan 100'lük ilan paketi yerine] 200'lük ilan paketine yönelmesi gerektiği,
- Emlak ofisinin satın aldığı ilan paketi kapsamında yayımladığı ilan sayısının maksimum ilan sayısına ulaşmadığı halde sırf danışman sayısı sebebiyle daha üst pakete yönlendirilmesinin adil olmadığı,
- Rakip platformlarda da alt kullanıcı sayısı sınırının olduğu, ancak SAHİBİNDEN'deki gibi yeni bir ilan paketine geçme durumunun olmadığı, mevcut ilan paketinde kalınmasına rağmen kullanıcı başına makul bir ücret ödenerek alt kullanıcı sayısının artırılabilirdiği

ifade edilmiştir.

(432) Yukarıdaki iddialar üzerine rakip çevrim içi ilan platformlarına sattıkları ilan paketlerinde alt kullanıcı sınırlamasına yönelik soru yöneltilmiştir. (.....) tarafından ilan paketi bazında alt kullanıcı olarak en fazla (.....) tane danışman tanımlanabileceği, sınırlama teoride olsa da pratikte müşteri memnuniyeti için ücretsiz ek alt kullanıcı tanımlanabileceği ifade edilmiştir. Öyle ki mevcut durumda 100'ün üzerinde danışman tanımladıkları emlak ofisinin bulunduğu ve danışman ekleme için daha önce hiçbir ücretlendirme yapılmadığı da belirtilmiştir. (.....) tarafından satışı gerçekleştirilen ilan paketleri özelinde standart olarak bir alt kullanıcı sınırlamasının bulunduğu, ilan paketlerindeki alt kullanıcı sayılarının bir danışmanın 10-15 ilan yöneteceği tahmin edilerek oluşturulduğu, danışman sayısı arttığında ilan sayısının da artması durumunda üst pakete geçilebileceği ancak alt kullanıcı sayısı artarken ilan sayısının artmaması durumunda bir kereye mahsus olarak (.....)TL'lik ücretlerle mevcuttaki ilan paketine danışman eklemenin de mümkün olduğu belirtilmiştir. (.....) tarafından, ilan paketlerinin şirketlere, şirket yöneticileri ismi esas alınarak satıldığı, paketlerde alt kullanıcı kısıtlamasının bulunduğu, danışman sayısının artması durumunda bir sonraki ilan paketinin satın alınması gerektiği, ücreti mukabilinde veya başka bir yöntemle, satın alınan paketin tanıdığı danışman kontenjanının artırılması yönünde bir ürün/hizmetlerinin olmadığı belirtilmiştir.

(433) (.....) tarafından, herhangi bir şekilde alt kullanıcı sınırlamasının olmadığı, üyelerin ihtiyaç gördükleri sayıda alt kullanıcı oluşturabildikleri, her bir kullanıcı özelinde ihtiyaçları doğrultusunda yetkilendirme yapabildikleri ve ilanların iletişim kişisi olarak atayabildikleri, ekstra hak tanınacak yeni alt kullanıcıların ise platforma herhangi bir maliyetinin bulunmadığı, alt kullanıcı sınırlaması benimsenmesindeki temel mantığın gelir artırımını olabileceği, teknik bir sıkıntıya bağlı olarak sınırlama getirildiğinin

düşünülmediği ifade edilmiştir. (.....) tarafından iş modeli değişikliğine gitmelerinin akabinde ilan listeleme hizmetlerinin olmadığı, hâlihazırda diğer sundukları hizmetler için alt kullanıcı tanımlamadıkları, alt kullanıcı özelliğinin sadece SAHİBİNDEN’de bulunduğu belirtilmiştir.

- (434) Yukarıda aktarılan bilgilerden hareketle vasıta satış pazarında SAHİBİNDEN dışında kalan rakip platformların ilan paketi özelinde alt kullanıcı sınırlamasına gitmediği görülmektedir. Öte yandan emlak satış/kiralama alanında faaliyette bulunan rakip ilan platformları tarafından satışa konu edilen ilan paketleri ve bu paketlerin içerdiği maksimum alt kullanıcı sayısı aşağıdaki tabloda aktarılmaktadır:

Tablo 50: Emlak Satış/Kiralama Pazarında Faaliyette Bulunan Rakip Platformlardaki İlan Hakkı ve Alt Kullanıcı Sınırlamaları

Teşebbüsler	Paket Adı	İlan Hakkı	Danışman Sayısı
EMLAK JET	Prestij Paket, Premium Paket, Baz Paket	35	(.....)
		100	(.....)
		250	(.....)
		500	(.....)
HEPSİ EMLAK	Eko Plus	30	(.....)
	Klasik	30	(.....)
	Klasik Plus	30	(.....)
	Gold	30	(.....)
	Gold Plus	30	(.....)
	Platin	30	(.....)
	Premium	30	(.....)
ZİNGAT	Standart Paket, Süper Paket, Süper Enerjik Paket, Süper Plus Paket, Süper Plus Enerjik Paket, Süper Elit Paket, Süper Elit Enerjik Paket ¹²⁶	20	(.....)
		40	(.....)
		60	(.....)
		80	(.....)
		100	(.....)
		150	(.....)
		200,400,600	(.....)

Kaynak: Teşebbüslerden gelen cevabi yazılar

- (435) Rakip platformların akabinde bu defa SAHİBİNDEN’e, her bir ilan paketi özelinde, alt kullanıcı uygulamasının detaylarına yönelik soru yöneltilmiş olup SAHİBİNDEN tarafından kurumsal mağazalarda mağaza sahibi¹²⁷ ve mağaza sahibinin vermiş olduğu yetki çerçevesinde mağazayı kullanabilen mağaza kullanıcılarının¹²⁸ (alt kullanıcılar) bulunduğu, emlak kategorisinde 2015’te, vasıta kategorisinde ise 2014’te “Aylık Ödemeli Mağaza” isimli belli sayıda ilan içeren ilan paketlerinin kullanıma sunulmaya başlanmasından itibaren paketin içerdiği ilan sayısına göre değişen adetlerde alt kullanıcı sayısına ilişkin düzenleme/sınırlama uygulamasına geçildiği belirtilmiştir.
- (436) Bu kapsamda, vasıta kategorisinde faaliyet gösteren kurumsal mağazalar/müşteriler için 2021 yılına ilişkin alt kullanıcı sayısına yönelik sınırlamalar aşağıdaki tabloda yer almaktadır:

¹²⁶ Söz konusu paketlerin tümünde 20 ila 600 arasında ilan hakkı bulunmaktadır. İlgili paketlerin ihtiva ettiği ilan hakkı aralığı tüm paketler bakımından aynı olup karşılığında tanımlanan maksimum alt kullanıcı hakları ilgili tabloda gösterilmektedir.

¹²⁷ www.sahibinden.com sitesine bilgilerini girerek “Mağaza” satın alım işlemi tamamlamış olan “Kurumsal Hesap Sahibi”dir.

¹²⁸ “Mağaza Sahibi”nin vermiş olduğu yetki çerçevesinde “Mağaza”yı kullanabilen ve “Kurumsal Hesap Sahibi”nin tabi olduğu tüm kurallara uymakla yükümlü olan gerçek kişidir.

Tablo 51: SAHİBİNDEN Vasıta Kategorisine İlişkin Alt Kullanıcısı Sayıları

Vasıta Mağazası İlan Paketi	Alt Kullanıcı Sayısı	Toplam Kullanıcı Sayısı (Mağaza Sahibi + Alt Kullanıcı)
5	(.....)	(.....)
10	(.....)	(.....)
15	(.....)	(.....)
25	(.....)	(.....)
35	(.....)	(.....)
50	(.....)	(.....)
75	(.....)	(.....)
100	(.....)	(.....)
200	(.....)	(.....)
Kaynak: Cevabi yazı		

- (437) Öte yandan 5 Kasım 2020 tarihine kadar emlak kategorisinde faaliyet gösteren kurumsal mağazaların, “Aylık Ödemeli Mağaza”larında 200’lük İlan Paketi kullanmaları durumunda mağaza sahibine ek olarak (.....) adede kadar, diğer ilan paketlerinde ise (.....) adede kadar alt kullanıcı tanımlanabildiği, ayrıca bir marka altında faaliyet gösteren *franchise* emlak ofislerinde çok sayıda danışman çalıştığı için, (i) bir marka altında faaliyet gösteren *franchise* emlak ofisi olmak ve (ii) bu ofis altında çalışan kayıtlı gayrimenkul danışmanı sayısının (.....) ve üzerinde olması koşullarının sağlanması şartıyla (.....) adede kadar alt kullanıcı tanımlama imkânı sunulabildiği belirtilmiştir.
- (438) SAHİBİNDEN tarafından ifade edildiği üzere, 5 Kasım 2020 tarihinden itibaren geçerli olan alt kullanıcı sayılarına ilişkin düzenlemede¹²⁹ ise içerdiği aylık ilan adedi bakımından her bir paket için kaç adet kullanıcının yeterli ve makul olduğu; (.....) formülü ile hesaplanmaya başlanmıştır. İlan girişlerinin firmanın sadece pazarlama/satıştan sorumlu çalışanlarının yapması durumu ve mağaza sahibinin/mağaza yetkilisinin ilan vermeyip ilanları takip etmek amacıyla kullanıcı

¹²⁹ SAHİBİNDEN tarafından Temmuz 2020 döneminde emlak kategorisindeki mağazalar üzerinde bir anket/araştırma yapılmasına karar verildiği, yapılan anket sonucuna dayanarak kullanıcı başına ortalama (.....) emlak portföyü (pazarlamasını yapmaya çalıştığı gayrimenkul adedi) olduğu kabul edilmiştir. Ayrıca, yapılan ankette/araştırmada fazla mağaza kullanıcısı olan mağazaların büyük çoğunluğunda işten ayrılan kullanıcıların mağaza sahipleri tarafından silinmesinin unutulduğu fark edilmiştir. Bu nedenle, son 6 ayda sahibinden.com platformuna giriş yapmayan mağaza kullanıcıları “Pasif Kullanıcı” olarak tanımlanmış olup, kullanıcı sayısından bağımsız tüm emlak mağazalarının mağaza sahiplerine 2 Kasım 2020 tarihinde Bana Özel ekranlarında bilgilendirme yapılmış ve 5 Kasım 2020 tarihinde pasif olan kullanıcılar, mağaza kullanıcısı olmaktan çıkarılmıştır. 5 Kasım 2020 tarihinden sonra, emlak mağazaları için taahhüt yenileme tarihlerinde tekrar kontroller yapılarak “pasif” durumda mağaza kullanıcıları olması durumunda taahhüt yenileme anında da mağaza kullanıcıları arasından çıkarılmıştır. Bu durum, taahhüt yenileme tarihlerinden 30 gün önce mağaza sahibine “Taahhüt Yenileme Bilgilendirmesi” konulu e-posta ile bildirilmiştir. Taahhüt yenileme tarihlerinde pasif kullanıcıları silinmesine rağmen yeni limitlerin üzerinde kullanıcısı olan mevcut mağazaların kullanıcı sayısı, taahhüt yenileme anında tanımlı olan kullanıcı sayısına eşit olacak şekilde sabitlenmiştir. Bu mağazalar mevcut kullanıcılarından daha fazla sayıda kullanıcı limiti içeren üst paketlerden birine geçiş yapmaları durumunda bu sabitleme sona ermektedir ve geçmiş oldukları paketin kullanıcı sayısı kadar kullanıcı tanımlayabilmektedirler.

olarak mağazaya giriş yapmak isteyebileceği öngörüsüyle ek iki adet kullanıcıya daha izin verilerek esneklik sağlanmıştır.

- (439) Bunun neticesinde, nihai formül mağaza sahibi ile birlikte (.....) şeklinde belirlenmiştir. Bu kapsamda; emlak kategorisinde faaliyet gösteren mağazalar için 5 Kasım 2020 tarihi itibarıyla¹³⁰ geçerli olan alt kullanıcı sayıları aşağıdaki tabloda yer almaktadır:

Tablo 52: SAHİBİNDEN Emlak Kategorisine İlişkin Alt Kullanıcı Sayıları

Emlak Mağazası İlan Paketi	Alt Kullanıcı Sayısı	Toplam Kullanıcı Sayısı (Mağaza Sahibi + Alt Kullanıcı)
10	(.....)	(.....)
25	(.....)	(.....)
35	(.....)	(.....)
50	(.....)	(.....)
75	(.....)	(.....)
100	(.....)	(.....)
200	(.....)	(.....)
Kaynak: Cevabi yazı		

- (440) SAHİBİNDEN tarafından alt kullanıcı sayısına ilişkin olarak yapılan düzenlemenin gerekçeleri ise gayrimenkul danışmanlarının yönettiği ortalama portföy büyüklüğüne göre belirlenmiş makul adetlerde kullanıcı tanımlamalarını sağlamak ve olası kötüye kullanma davranışlarının ortaya çıkmasını engellemek olarak sıralanmıştır. Bu kapsamda emlak kategorisinde portföy büyüklüğüne ilişkin olarak 5 Kasım 2020 öncesindeki uygulamada alt kullanıcı sayısı limitleri çerçevesinde gerçekleşen kullanımlar incelendiğinde, üyelerin büyük çoğunluğunun ilgili limitlerin çok altında kullanıcı ile çalıştığı, ilan paketlerindeki ilan sayılarına göre davrandıkları SAHİBİNDEN tarafından gözlemlenmiştir¹³¹. Bunun üzerine SAHİBİNDEN tarafından düzenleme yapma ihtiyacının görüldüğü ve 5 Kasım 2020 tarihi itibarıyla uygulamaya alınan alt kullanıcı sayılarının belirlendiği ifade edilmiştir.
- (441) İlâveten olası kötüye kullanmalar bakımından da Taşınmaz Ticareti Hakkında Yönetmelik'te 14 Ekim 2020 tarihinde yapılan değişiklik sonucunda, internet ortamında taşınmaz ticaretine yönelik ilan verilmesine aracılık eden ilan platformlarına 1 Ocak 2021 tarihinden itibaren yetki belgesi olmayan emlak danışmanı işletmelere üyelik açmama yükümlülüğü getirildiği, mağaza kullanıcısı sayılarının fiili kullanımları aşacak şekilde yüksek olmasının, yetki belgesi olmayan kullanıcıların ayrı üyelik oluşturmadan söz konusu düzenlemeye aykırı bir şekilde ilan vermesine yol açabileceği, her ne kadar yönetmelikteki değişiklik "sözleşmeli işletme"¹³² tanımı getirmiş olsa da bu sözleşmeli işletmeler için de ayrıca yetki belgesi alması şartı arandığı, sözleşmeli işletmelerin mağaza kullanıcısı olarak, yeni üyelik açmadan ilan yayımlamasına neden olabileceğinden yönetmeliğe aykırı bir durum oluşabileceği, söz konusu risklerin minimal seviyelerde tutulabilmesini teminen kullanıcı sayılarının fiilen kullanıcı başına ortalama portföy sayısı ile uyumlu olacak şekilde makul seviyelerde tutulmasının SAHİBİNDEN tarafından uygun görüldüğü ifade edilmiştir.

¹³⁰ 5 Kasım 2020 tarihinden itibaren açılan yeni emlak mağazaları için yeni limitler belirtilen tarihte geçerli olmuştur. 5 Kasım 2020 tarihinden önce mevcut olan mağazalar için ise yeni limitler mevcut taahhüt dönemlerinin sona ermesi ile birlikte taahhüt yenileme tarihlerinden itibaren geçerli olmuştur.

¹³¹ SAHİBİNDEN tarafından; (.....) tespit edilmiştir.

¹³² Sözleşmeli işletme Taşınmaz Ticareti Hakkında Yönetmelik'in "Tanımlar" başlıklı 4. maddesinde "sözleşmeye dayalı olarak bir işletmenin yönetim, organizasyon ve pazarlama teknolojileri gibi konularda desteğini almak suretiyle o işletmenin iş yerinde taşınmaz ticaretiyle iştiğal eden ticari işletmeler ile esnaf ve sanatkar işletmeleri" olarak tanımlanmaktadır.

- (442) Tüm bu aktarılanlar karşısında, öncelikle SAHİBİNDEN tarafından satışa sunulan ilan paket ücretleri ile alt kullanıcı sınırlamasının birlikte incelenmesi yerinde olacaktır. Tablo 53'ten görüldüğü üzere vasıta satış pazarında satışa sunulan 5'lik ilan paketinde (.....), 10 ve 15'lik ilan paketlerinde (.....), 25'lik ilan paketinde (.....), 35'lik ilan paketinde (.....), 50'lik ilan paketinde (.....), 75'lik ilan paketinde (.....), 100'lük ilan paketinde 10 ve 200'lük ilan paketinde ise (.....) alt kullanıcı hakkı tanımlanmaktadır.
- (443) Emlak kategorisinde ise 5 Kasım 2020 tarihinden önce uygulamada olan modelde, 200'lük ilan hakkı içeren bir pakette (.....) adede kadar, diğer ilan paketlerinde (100'lük, 75'lik vb.) ise (.....) adede kadar alt kullanıcı tanımlanabildiği, ayrıca *franchise* emlak ofislerinin emlak danışmanı sayısının (.....) ve üzerinde olması şartıyla (.....) adede kadar alt kullanıcı tanımlama imkânı sunulduğu belirtilmiştir.
- (444) 5 Kasım 2020'den sonra uygulamaya alınan yeni alt kullanıcı sınırlamasında ise 10'luk paket için (.....), 25'lik paket için (.....), 35'lik paket için (.....), 50'lik paket için (.....), 75'lik paket için (.....), 100'lük ilan paketi bakımından (.....); 200'lük ilan paketi bakımından (.....) alt kullanıcıya izin verildiği ve alt kullanıcı sayılarının 5 Kasım 2020 tarihi öncesi uygulamaya göre neredeyse yarı yarıya düşürüldüğü görülmektedir.
- (445) Bu doğrultuda, SAHİBİNDEN tarafından sunulan bilgi ve belgeler incelendiğinde standart mağazalara yönelik olarak 1. ve 4. bölgelerdeki ücretlendirme politikası¹³³ ve alt kullanıcı sınırlaması arasındaki ilişkinin vasıta satış pazarı için daha rahat ortaya konulabilmesi bakımından aşağıdaki tablolar hazırlanmıştır:

Tablo 5327: SAHİBİNDEN'in 1. Bölge Vasıta İlan Paket Fiyatları ve Alt Kullanıcı Sayıları (2021)

Aylık İlan Limiti	Bölge	Alt Kullanıcı Sayısı	Aylık Paket Ücreti
5	1	(.....)	(.....)
10	1	(.....)	(.....)
15	1	(.....)	(.....)
25	1	(.....)	(.....)
35	1	(.....)	(.....)
50	1	(.....)	(.....)
75	1	(.....)	(.....)
100	1	(.....)	(.....)
200	1	(.....)	(.....)

Kaynak: Cevabi yazı

- (446) Tablodan da görüleceği üzere, 2021 yılı için standart mağaza için 15'lik ilan paketleri 1. bölge bakımından (.....)TL olarak fiyatlandırılırken 25'lik ilan paketleri (.....)TL olarak fiyatlandırılmaktadır. 2021 yılı için 10'luk ilan paketinde tanımlanan (.....) adet alt kullanıcı sayısı aşıldığında mağaza, bir üst paket olan 25'lik pakete yönlendiğinde bir alt kullanıcı tanımlayabilmek için aylık (.....) TL fark ödemek zorunda kalacaktır. Diğer taraftan 2021 yılı için standart mağaza için 100'lük ilan paketleri 1. bölge bakımından (.....)TL olarak fiyatlandırılırken 200'lük ilan paketleri (.....) TL olarak fiyatlandırılmaktadır. 2021 yılı için 100'lük ilan paketinde tanımlanan (.....) adet alt

¹³³ En yüksek ve en düşük fiyatları içermesi sebebiyle 1. ve 4. bölge örnek alınmıştır.

kullanıcı sayısı aşıldığında mağaza, bir üst paket olan 200'lük yönlendiğinde (.....) alt kullanıcı hakkı elde edebilmek için aylık (.....)TL fark ödemek zorunda kalacaktır.

Tablo 284: SAHİBİNDEN'in 4. Bölge Vasıta İlan Paket Fiyatları ve Alt Kullanıcı Sayıları (2021)

Aylık İlan Limiti	Bölge	Alt Kullanıcı Sayısı	Aylık Paket Ücreti
5	4	(.....)	(.....)
10	4	(.....)	(.....)
15	4	(.....)	(.....)
25	4	(.....)	(.....)
35	4	(.....)	(.....)
50	4	(.....)	(.....)
75	4	(.....)	(.....)
100	4	(.....)	(.....)
200	4	(.....)	(.....)

Kaynak: Cevabi yazı

- (447) Tablodan da görüleceği üzere, 2021 yılı için standart mağaza için 15'lik ilan paketleri 4. bölge bakımından (.....) TL olarak fiyatlandırılırken 25'lik ilan paketleri (.....)TL olarak fiyatlandırılmaktadır. 2021 yılı için 10'luk ilan paketinde tanımlanan (.....) adet alt kullanıcı sayısı aşıldığında mağaza, bir üst paket olan 25'lik pakete yönlendiğinde bir alt kullanıcı tanımlayabilmek için aylık (.....) TL fark ödemek zorunda kalacaktır. İlâveten 2021 yılı için standart mağaza için 100'lük ilan paketleri 4. bölge bakımından (.....)TL olarak fiyatlandırılırken 200'lük ilan paketleri (.....)TL olarak fiyatlandırılmaktadır. 2021 yılı için 100'lük ilan paketinde tanımlanan (.....) adet alt kullanıcı sayısı aşıldığında mağaza, bir üst paket olan 200'lük yönlendiğinde (.....) alt kullanıcı hakkı elde edebilmek için aylık (.....)TL fark ödemek zorunda kalacaktır.
- (448) SAHİBİNDEN tarafından sunulan bilgi ve belgeler incelendiğinde standart mağazalara yönelik olarak 1. ve 4. bölgelerdeki ücretlendirme politikası¹³⁴ ve alt kullanıcı sınırlaması arasındaki ilişkinin emlak satış/kiralama pazarı için daha rahat ortaya konulabilmesi bakımından aşağıdaki tablolar hazırlanmıştır:

Tablo 55: SAHİBİNDEN'in 1. Bölge Emlak İlan Paket Fiyatları ve Alt Kullanıcı Sayıları (2021)

Aylık İlan Limiti	Bölge	Alt Kullanıcı Sayısı	Aylık Paket Ücreti
10	1	(.....)	(.....)
25	1	(.....)	(.....)
35	1	(.....)	(.....)
50	1	(.....)	(.....)
75	1	(.....)	(.....)
100	1	(.....)	(.....)
200	1	(.....)	(.....)

Kaynak: Cevabi yazı

- (449) SAHİBİNDEN tarafından sunulan bilgi ve belgeler incelendiğinde (Belge-186), 2021 yılında standart mağaza için 10'luk ilan paketlerinin fiyatlarının 1. bölge bakımından (.....) TL olarak; 25'lik ilan paketlerinin ise (.....) TL olarak fiyatlandırıldığı anlaşılmaktadır. Ancak bu durumda 2021 yılı için 10'luk paket kullanan ve ilan paketinde tanımlanan (.....) adet alt kullanıcı sayısını aşan bir mağaza, bir üst paket

¹³⁴ En yüksek ve en düşük fiyatları içermesi sebebiyle 1. ve 4. Bölge örnek alınmıştır.

olan 25'lik pakete yönlendirildiğinde ek (.....) alt kullanıcı hakkı için aylık (.....) TL fark ödemek zorunda kalacaktır. Diğer yandan, 2021 yılı için standart mağaza için 100'lük ilan paketleri 1. bölge bakımından (.....)TL olarak, 200'lük ilan paketleri (.....)TL olarak fiyatlandırılmaktadır. Bu durumda 2021 yılı için 100'lük paket kullanan ve ilan paketinde tanımlanan (.....) alt kullanıcı sayısını aşan bir mağaza, bir üst paket olan 200'lük yönlendiğinde (.....) daha alt kullanıcı hakkı elde edebilmek için aylık (.....)TL fark ödemek zorunda kalacaktır.

Tablo 56: SAHİBİNDEN'in 4. Bölge Emlak İlan Paket Fiyatları ve Alt Kullanıcı Sayıları (2021)

Aylık İlan Limiti	Bölge	Alt Kullanıcı Sayısı	Aylık Paket Ücreti
10	4	(.....)	(.....)
25	4	(.....)	(.....)
35	4	(.....)	(.....)
50	4	(.....)	(.....)
75	4	(.....)	(.....)
100	4	(.....)	(.....)
200	4	(.....)	(.....)
Kaynak: Cevabi yazı			

(450) SAHİBİNDEN tarafından sunulan bilgi ve belgeler incelendiğinde, 2021 yılında standart mağaza için 10'luk ilan paketlerinin fiyatlarının 4. bölge bakımından (.....) TL olarak; 25'lik ilan paketlerinin ise (.....) TL olarak fiyatlandırıldığı anlaşılmaktadır. Ancak bu durumda 2021 yılı için 10'luk paket kullanan ve ilan paketinde tanımlanan (.....) adet alt kullanıcı sayısını aşan bir mağaza, bir üst paket olan 25'lik pakete yönlendirildiğinde ek (.....) alt kullanıcı hakkı için aylık (.....) TL fark ödemek zorunda kalacaktır. İlave, 2021 yılı için standart mağaza için 100'lük ilan paketleri 4. bölge bakımından (.....)TL olarak fiyatlandırılırken 200'lük ilan paketleri (.....)TL olarak fiyatlandırılmaktadır. Bu durumda 2021 yılı için 100'lük paket kullanan ve ilan paketinde tanımlanan (.....) adet alt kullanıcı sayısını aşan bir mağaza, bir üst paket olan 200'lük yönlendiğinde (.....) tane daha alt kullanıcı hakkı elde edebilmek için aylık (.....)TL fark ödemek zorunda kalacaktır.

(451) SAHİBİNDEN tarafından Taşınmaz Ticareti Hakkında Yönetmelik uyarınca olası kötüye kullanmaları önlemek bu uygulamaya bir gerekçe olarak ileri sürülmüştür. Yönetmelik uyarınca yetki belgesi olmayan emlak danışmanı işletmelere üyelik açmama yükümlülüğü getirildiği belirtilmiştir. Ancak bu gerekçenin alt kullanıcı sınırlamasıyla ilişkisi kurulamamaktadır. Zira Yönetmeliğin 12. maddesi ile platformlar için ilanlarda yetki belgesi numarası, yetki belgesindeki işletme adı veya unvanı vb. bilgilere yer vermek, işletme ve sözleşmeli işletmelerin üyeliğinden önce Bakanlığın internet sayfası veya Bilgi Sisteminden yetki belgesi kontrolü yaparak yetki belgesine sahip olmayan işletme ve sözleşmeli işletmeleri üye yapmamak şeklinde yükümlülük getirilmiştir. Bu bakımdan emlak danışmanı tüzel kişilik (sözleşmeli işletme) niteliğini haiz olsa dahi, platforma getirilen yükümlülük bu kişilerin sayısına yönelik kısıtlama değil, bu kişilerin yetki belgelerini kontrol ederek ilanlarını yayımlamak şeklindedir. Dolayısıyla bahse konu yetki belgesinin tüm emlak danışmanları için değil işletmeler bakımından öngörüldüğü, platformun yetki belgesi olmayan işletmelere üyelik açmaması yükümlülüğünün emlak danışmanlarına yönelik bir alt kullanıcı sınırının getirilmesi ile ilişkili olmadığı anlaşılmaktadır.

(452) Yönetmelik'te SAHİBİNDEN'in ileri sürdüğü gibi sözleşmeli işletmelerin mağaza kullanıcısı olarak, yeni üyelik açmadan ilan yayımlamasına yönelik bir hüküm

görülmemiştir. Bilakis Yönetmelik'te "işletme" haricinde "sözleşmeli işletme" tanımının yapılmasının emlak ofisleri ile çalışan tüzel kişi niteliği haiz emlak danışmanlarını ifade ettiği değerlendirilmektedir. Bu bakımdan da emlak ofislerinin çalıştığı sözleşmeli işletmecilerin sayısının sınırlanması da anlamlı ve Yönetmelik'le ilişkili bulunmamaktadır.

- (453) Ayrıca ilgili Yönetmeliğin "Mesleki yeterlilik belgesi" başlıklı 10. maddesinin birinci fıkrası ile sorumlu emlak danışmanları için Seviye 5, emlak danışmanları için ise Seviye 4 mesleki yeterlilik belgesine sahip olması zorunluluğu getirilmiştir. Dolayısıyla emlak danışmanları için mesleki yeterlilik belgesine sahip olmanın ilan verebilmek için yeterli olduğu anlaşılmaktadır. Amaç şayet ilan paketlerinin kayıtsız emlakçılara kullanılmaması ise, bunun takibini yapmak için mesleki yeterlik belgeleri ayırt edici olarak kullanılabilmesi mümkün görülmektedir. Bu bakımdan iddia konusu kötüye kullanımların önüne geçmek ya da yasal sorumlulukların yerine getirilmesi noktasında SAHİBİNDEN'in şimdiki uygulamadan daha az sınırlayıcı yöntemlere başvurabilmesinin de mümkün olduğu değerlendirilmektedir. Emlak ofisi tarafından alt kullanıcı tanımlanmak istendiğinde, ilgili alt kullanıcıların emlak ofisi bünyesinde faaliyet gösteren ve mesleki yeterlilik belgesine sahip olan emlak danışmanları veya yetkili sözleşmeli işletme olup olmadıklarına dair belge talep etmesi ve bunları yetki belgesi olmaksızın ilan vermeye çalışan kimselerden ayırt etmesi mümkündür.
- (454) SAHİBİNDEN alt kullanıcı sınırlamasına ikinci bir gerekçe olarak da gayrimenkul danışmanlarının yönettiği ortalama portföy büyüklüğüne göre belirlenmiş makul adetlerde kullanıcı tanımlamalarını sağlamak öne sürülmüştür. Öncelikle makul adetlerde kullanıcı tanımlamasının ardındaki rasyonel gerekçe anlaşılammıştır. Bu sorgulama pazarda yapılan araştırmalarda da karşılık bulamamıştır. Nitekim (.....) ilan paketlerine alt kullanıcı eklenmesi durumunun platforma herhangi bir maliyet yaratmayacağı ve teknik anlamda sorun çıkarmayacağını ifade etmiştir. Diğer taraftan, danışmanların yönettiği portföy tahmininin ortalamalarına göre kurgulanan bu sistemin her şekilde ortalamanın altında portföye sahip olan danışmanlar/ofisler için maliyet yarattığı açıktır.
- (455) Bir an için bu gerekçelerin makul olduğu kabul edilse dahi, ek alt kullanıcıya ihtiyaç olması durumunda üyelerin daha fazla ilan içeren paketlere yönlendirilerek daha fazla ücret ödemek durumunda bırakılması da anlaşılammaktadır. Mevcut senaryoda, ihtiyaç halinde yeni alt kullanıcı eklenmesi/tanımlanması, ücretli veya ücretsiz üyenin ihtiyaçları özelinde alt kullanıcı sayısının uyarlanması da imkân tanınmamaktadır. Oysa rakiplerden elde edilen bilgilerden de görüldüğü üzere, mevcut ilan paketine sabit ve cüzi bedellerle veya ücretsiz bir şekilde alt kullanıcı eklenebilmektedir. Buna karşın, SAHİBİNDEN'in uygulamasında kurumsal üyeler ilan portföyü bakımından ihtiyaçları olmadığı halde sadece danışman sayıları arttığı için bir üst pakete yönlendirilerek daha fazla ücret ödemek durumunda bırakılmaktadır. Dolayısıyla, SAHİBİNDEN tarafından değişiklik yapılan alt kullanıcı uygulamasının haklı gerekçelere dayandığı varsayılsa dahi ilgili sorunu giderme noktasında bulunan çözümün kullanıcıları bir üst pakete yönlendirmek olması orantılı görünmemektedir. Alt kullanıcı sınırlaması ile üyeler portföy kapasitelerine göre ihtiyaç duymamalarına rağmen, salt alt kullanıcıların ihtiyaçlarını karşılayabilmek için daha büyük ilan paketleri almak durumunda bırakılabilecektir.
- (456) Soruşturma Raporunun tebliğ edilmesi aşamasına kadar elde edilen ve yukarıda aktarılan bilgiler çerçevesinde, sınırlı kaynaklarla faaliyet gösteren ve ilan harcamalarının büyük bir kısmını SAHİBİNDEN'e ayıran emlak ofislerinin ihtiyaçları

olmamasına rağmen alt kullanıcı sınırı dolayısıyla üst paketlere yönlendirilmeleri, böylelikle SAHİBİNDEN'e daha fazla ödeme yapmak zorunda bırakılmaları, birden fazla platform kullanmak üzere rakip ilan platformlarına aktarabilecekleri kaynaklarının sınırlandırıldığı, bu yolla rakip ilan platformlarına dezavantaj yaratıldığı, rakip platformlardan ilan satın alabilecek/satın alma motivasyonu olan üyelerin rakiplerden ilan satın almasını engelleyebileceği ve bu açıdan veri taşımanın engellenmesinde olduğu gibi fiili münhasırlığa yol açabileceği şüphesini ortaya çıkarmıştır. Dolayısıyla alt kullanıcı sınırlamasının da veri taşımanın engellenmesine benzer etkiler meydana getirdiği şüphesi oluşmuştur.

- (457) Söz konusu şüphe karşısında, teşebbüsün ikinci yazılı savunması ile Ek Görüş aşamasında gerçekleştirilen yerinde incelemeden, soruşturma tarafı teşebbüsten ve rakiplerden elde edilen bilgiler ve üyelere yönelik gerçekleştirilen anket üzerine varılan tespitler ise aşağıda "1.6.1.8. Alt Kullanıcı Sınırlamasına İlişkin İkinci Yazılı Savunmalara Yönelik Değerlendirme" başlığı altında aktarılmıştır.

1.5.2.3. Dopingli İlanların Şeffaf Şekilde Yayınlanmadığı İddialarının Değerlendirmesi

- (458) Dosya kapsamında

- Dopingli ilanların görünümüne bakılması üzerine "Üst Sıradayım", "Güncelim" ve "Fiyatı Düşenler" dopinglerinin kullanıldığı ilanların reklamlı olduğunun anlaşılamayabileceği,
- "Fiyatı Düşenler" sekmesinde yer alan ilanların yalnız "Fiyatı düşenler" dopingini satın alan ilanlardan ibaret olup olmadığının belirsiz olduğu, bu dopingi almaksızın fiyatı düşürenlerin söz konusu sekmede yayımlanıp yayımlanmadığının anlaşılmadığı, yayımlanmakta ise bunların ne şekilde sıralandığının da açık olmadığı,
- İlan bakanlar açısından doğal sonuçlar ile söz konusu dopingli ilanları ayırt etmenin mümkün olmadığı/olmayabileceği, ilanların/reklamaların sıralamalarını belirleyen temel parametrelerin açık şekilde ilan bakanın erişimine sunulmadığı

iddialarına yer verilmiştir. Öneraştırmada da (.....) yetkilisi tarafından sözlü olarak hangi ilanların reklamlı/dopingli olduğunun anlaşılmadığı, bunun emlak danışmanları arasındaki rekabeti sınırladığı iddia edilmiştir. Dosya kapsamında masaüstü cihaz kullanılarak <https://www.sahibinden.com/> adresi üzerinden yapılan incelemede de ilanımı güncelle dopingi gibi uygulamaların başlı başına şeffaflık sorununa yol açıp açmadığı, bu reklam uygulaması ile kullanıcının platformun sayfasından/uygulamasından beklediği/kullanıcıya platform ile sunulan temel hizmetin içeriğinin çarpıtılmasına yol açılıp açılmadığı anlaşılmamış, bu durumun sorgulanma ihtiyacı ortaya çıkmıştır.

- (459) SAHİBİNDEN tarafından gönderilen cevabi yazıda dopingler; ilanları ön plana çıkartmaya, benzerlerinden ayırttırmaya yarayan ve böylelikle ilanın daha fazla görüntülenmesini sağlayan SAHİBİNDEN'in ek hizmet ürünü olarak tanımlanmıştır. Doping ürünlerinin tamamen opsiyonel ek ürünler olduğu, kurumsal üyelere satışı yapılan ilan paketlerinin ayrılmaz veya zaruri bir parçası olmadığı açıklanmıştır. Dopingin yeni ilan girişi esnasında uygulanabileceği gibi, yayımdaki ilan için de satın alınıp uygulanabildiği ifade edilmiştir.

(460) SAHİBİNDEN’de dokuz farklı doping çeşidi bulunduğu, kullanıcıların ihtiyaçlarına uygun doping/dopingleri seçerek ilanına uygulayabildikleri belirtilmiştir. Aşağıda dokuz doping çeşidi hakkında SAHİBİNDEN tarafından sunulmuş açıklamalara yer verilmiştir:

- **Üst Sıradayım:** SAHİBİNDEN sitesinde bir ilanın yeni ilanlar yayıma alındıkça ve ilan zamanı geçtikçe arama listelerinde arka sıralara düşebildiği, Üst Sıradayım dopingi almış ilanların arama listelerinin en üst bölümünde kalarak (sadece Gelişmiş Sıralama seçeneğinde) diğer ilanlardan öncelikli listelenip daha fazla görüntülenebildiği belirtilmiştir. Bu dopingin, ilan görüntüleyen kişilerin karşısına çıkan ekranda sağ üst köşede sıralanan görüntüleme menülerinden sadece “Gelişmiş Sıralama” görüntüleme opsiyonunda işlevsel olduğu, tüketicilerin bu görüntüleme menülerinden “fiyata göre (en düşük / en yüksek)”, “tarihe göre (en eski/en yeni)” veya “adrese göre (A-Z/Z-A)” görüntüleme seçenekleri kullanması halinde doping sıralamasının etkinliğini yitirdiği ifade edilmiştir.
- **Güncelim:** Kullanıcıların ilan giriş tarihinin eskidiğini düşündüğü, satmaktan/kiralamaktan vazgeçip yayımdan kaldırdığı ilanı tekrar yayıma almak istediği durumlarda Güncelim dopingi alınarak ilan tarihinin yenilenebileceği belirtilmiştir. Güncelim dopingi ile ilanın tarihi, dopingin alındığı gün olarak güncellenmektedir. Güncelim hizmet ücreti tek kullanım için olup aynı ilan için ancak 24 saat sonra ikinci defa Güncelim satın alınabilmektedir.
- **Küçük Fotoğraf:** Küçük Fotoğraf dopingi sayesinde ilanların web arama listelerinde fotoğrafla yer aldığı ve fotoğrafsız ilanlardan ayrıştığı belirtilmektedir.
- **Ana sayfa Vitriini:** Ana sayfa Vitriini dopingi kullanılan ilanların SAHİBİNDEN’in ana sayfasında yer aldığı belirtilmiştir.
- **Acil Acil:** Acil Acil dopingi almış bir ilanın ana sayfa sol menüde yer alan Acil Acil özel kategorisinde yer aldığı, arama listelerinde Acil Acil etiketiyle diğer ilanlardan ayrıştığı belirtilmiştir.
- **Kalın Yazı & Renkli Çerçeve:** Kalın Yazı & Renkli Çerçeve dopingi almış ilanların ilan arama listelerinde kalın harflerle yazılı ilan başlığı ve renkli çerçeveye yer aldığı belirtilmiştir.
- **Detaylı Arama Vitriini:** Detaylı Arama Vitriini dopingi almış bir ilanın SAHİBİNDEN ana sayfasında yer alan “Detaylı Ara” linkini tıklayarak kriterli arama yapmak isteyen alıcılara ulaştığı belirtilmiştir.
- **Fiyatı Düşenler:** Fiyatı Düşenler dopingi almış bir ilanın ana sayfa sol menüde yer alan Fiyatı Düşenler özel kategorisinde yer aldığı, arama listelerinde Fiyatı Düştü etiketiyle diğer ilanlardan ayrıştığı belirtilmiştir¹³⁵.
- **Arama Sonuç Vitriini:** Mart 2016-Ocak 2017 döneminde kullanılan bir doping türü olan Arama Sonuç Vitriininin kullanıldığı ilanlarda emlak kategorisinde kategori seçimi tamamlandıktan sonra ilanın bulunduğu il-ilçe; vasıta ilanlarında marka seçimi gerçekleştirildikten sonra arama listelerinin üzerinde ayrıcalıklı bir ilanda sergilendiği belirtilmiştir.

(461) SAHİBİNDEN tarafından gönderilen birinci yazılı savunmada, doping kullanan ilanların “reklamı” olarak telakki edildiğinin veya dopingin bir reklam uygulaması olarak kabul edildiğinin anlaşıldığı, ancak bu yaklaşımın gerek öz gerek ise terminoloji bakımından

¹³⁵ Soruşturma devam ederken 26.09.2022 tarihinde <https://www.sahibinden.com/doping-tanitim/adreste-yer-olan-doping-turleri-incelendiğinde> “Fiyatı Düşenler” dopingine yer verilmediği görülmektedir.

hatalı olduğu, bir çevrim içi ilan mecrası olan SAHİBİNDEN'in iş yapış şekilleri arasında dopingin bir reklam olarak kabul edilmediği, reklamlı, sponsorlu ürün gibi terminolojinin, ürün alım satımına aracılık etmeyen ve genel bir arama motoru da olmayan SAHİBİNDEN için geçerli olmadığı, dopingin kendisinin reklam veya tanıtım ürünü olan ilanları ön plana çıkartmaya, benzerlerinden ayırttırmaya yarayan ve böylelikle ilanın daha fazla görüntülenmesini amaçlayan bir ek hizmet ürünü olduğu ifade edilmiştir.

- (462) İlâveten doping uygulamasının tüketiciler üzerinde menfi herhangi bir yanı olmasının mümkün olmadığı, hatta bazı durumlarda tüketicilerin aradıklarına daha kolay ulaşmalarına imkân sağlayabildiği ve tüketicilerin kendi karışlarına standart olarak çıkan gelişmiş sıralamanın yanı sıra diledikleri sıralamayı istedikleri şekilde yapılandırabildikleri, dolayısıyla "ilanların/reklamaların sıralamalarını belirleyen temel parametrelerin açık şekilde ilan bakanın erişimine sunulmadığı" iddiasının veya buna istinaden doğan bir endişenin haklı olmayabileceği belirtilmiştir.
- (463) 29.12.2022 tarihinde yapılan yerinde incelemede Güncelim ve Üst Sıradayım dopingleri hakkında yerinde detaylı açıklama alınmıştır. SAHİBİNDEN tarafından hâlihazırda yayımda olan bir ilan için güncelim dopingi kullanıldığında ilan tarihinin dopingin kullanıldığı tarih olacak şekilde kalıcı olarak güncellendiği, paket içinde yer alan güncelim dopingi ile ücret karşılığı alınan güncelim dopinginin sıralama skoru üzerinde yarattığı etki bakımından birbirinden farklı olduğu, ayrı satın alınan ücretli güncelim dopinginin sıralama skoruna etkisinin, paket içinde yer alan güncelim dopingine nazaran daha etkili olduğu, ancak bu uygulamanın 2018 yılında kaldırıldığı ifade edilmiştir.
- (464) Ek olarak SAHİBİNDEN yetkilileri tarafından Güncelim dopingi dışındaki dopinglerde faydalanma süresi bittiğinde, ilgili ilanın sıralamada doping kullanılmadan önceki sırasına döndüğü, Güncelim dopingi için durumun farklı olduğu, Güncelim dopinginin ilanın yayıma alınma tarihini doping kullanım tarihi olarak kalıcı olarak değiştirdiği ifade edilmiştir.
- (465) Ayrıca yerinde incelemede, Güncelim dopingi kullanılan ilanların, doping kullanmaksızın aynı tarihte yayımlanan ilanlarla aynı koşullara tabi olduğu, ancak aşağıda ifade edileceği üzere bazı davranışların SAHİBİNDEN algoritması tarafından cezalandırıldığı belirtilmiştir. Şöyle ki emlak ve vasıta kategorilerinde kurumsal üyelerin yayımladığı ilanların varsayılan yayımda kalma süresinin 30 gün olduğu, bu süre bitmeden ilanın silinip 24 saat içerisinde yeniden yüklenerek ilan tarihinin güncel hale getirilmesi istendiğinde veya 30 günlük yayım süresi dolması nedeniyle yayımdan kaldırılan ilanın silinerek 24 saat içerisinde yeniden yüklenerek ilan tarihinin güncel hale getirilmesi istendiğinde; ilanın sıralama skorunu negatif etkileyecek "(.....)" parametresinin etkin olduğu ifade edilmektedir. Söz konusu parametreye ilişkin açıklamalar aşağıdaki şekilde tutanağa eklenmiştir:

(.....TİCARİ SIR.....)

- (466) İlgili yerinde incelemede Üst Sıradayım dopingine ilişkin olarak ise aşağıdaki açıklamalarda bulunulmuştur:

(.....TİCARİ SIR.....)

- (467) Bahse konu yerinde incelemede BTD tarafından dopingli ilan ile organik ilan arasındaki ilişkinin tespiti amacıyla sıralamaya etki eden örnek bir kod parçası incelenerek doping kullanımının varsayılan sıralamaya etki edecek kodlar ihtiva etmediği tespit edilmiştir. Ayrıca dopingli ilan ile organik ilan arasındaki ilişki ve varsayılan sıralama algoritmasının çalışma yöntemi hakkında SAHİBİNDEN tarafından sağlanan yanıtlar aşağıda aktarılmaktadır.
- (468) Varsayılan sıralama algoritmasındaki temel etkenin "(.....)"¹³⁶ olduğu, bu değer (.....)¹³⁷ değerini gösterdiği, (.....) dile getirilmiştir. Söz konusu parametrelerin (.....) sıralama skoruna etki ettiği beyan edilmiştir. Bahsedilen (.....) yerinde inceleme sırasında alınmıştır. Dolayısıyla (.....) dayandığı anlaşılmaktadır.
- (469) Teşebbüs tarafından ayrıca ilan sıralamasında hem web sitesinde hem mobilde kullanılan çeşitli sıralama tipleri ve parametreleri bulunduğu, (tarih, fiyat, il/ilçe vb.) emlak ve vasıta için; varsayılan sıralamanın çok önemli olmayabileceği, kullanıcıların çoğunlukla arama filtrelerinin kullandığı ve tüm ilanlara arka sayfada kalsa bile bakabildiği ifade edilmiştir.
- (470) Yukarıdaki açıklamalar çerçevesinde SAHİBİNDEN'in sunduğu doping uygulamaları farklı amaçlara hizmet etmeleri nedeniyle yöneltilen iddialar her bir doping türü bakımından ayrı ayrı değerlendirilecektir.
- (471) 29.12.2021 tarihinde SAHİBİNDEN'de gerçekleştirilen yerinde incelemede elde edilen belgelerden ve SAHİBİNDEN yetkililerinin açıklamalarından SAHİBİNDEN platformunda ilanların organik sıralamasını etkileyen en önemli faktörün ilan yayımlanma tarihi olduğu anlaşılmaktadır. Şöyle ki platformda en yakın tarihte yayımlanan ilanlar, ilan arama sayfalarının üst sıralarında yer alırken yeni ilanlar platformda yayımlandıkça ilanın sıralaması gerilemektedir.
- (472) Güncelimi dopingi temelde ilan sahiplerinin ilan yayımlanma tarihini güncelleyerek ilanının görünürlüğünü artırmasını ve ilanların halen aktif olduğunu ilan arayanlara göstermesini sağlamaktadır. İlan arayanlar için "t anında" güncelimi dopingi kullanmış bir ilan ile "t anında" herhangi bir doping kullanılmaksızın ilk defa yayımlanan bir ilanı ayırt etmesini sağlayacak herhangi bir ibare bulunmamaktadır. Güncelimi dopingi yalnızca "t-1 anında" yayımlanan bir ilanın, ilan görüntüleyenler bakımından "t anında" yayımlanmış gibi görüntülenmesine sebep olmaktadır.
- (473) Üst sıradayım dopingi ise ilanların kullanıcıların varsayılan ayar olan "Gelişmiş Sıralama" seçeneğiyle ilanları listelediği durumda, organik olarak (yayımlanma tarihine göre) sıralanan ilanların üstündeki bir alanda görüntülenmesini sağlamaktadır. Üst sıradayım dopingi kullanan ilanlar ve organik olarak sıralanan ilanlar arasında "Siz de ilanınızın yukarıda yer almasını istiyorsanız tıklayın" ifadesiyle ayırım bulunmaktadır¹³⁸. Nitekim 29.12.2021 tarihinde gerçekleştirilen yerinde incelemede SAHİBİNDEN tarafından "(.....)" hususları ifade edilmiştir. Aşağıdaki görselde Üst sıradayım dopingi kullanan ilanlar kırmızı çerçeveyle, organik sıralanan ilanlar ise yeşil çerçeveyle işaretlenmiştir.

¹³⁶ (.....)

¹³⁷ 1 Ocak 1970'ten (01/01/1970) beri geçen saniye sayısına denilen sayısal veri tipidir. (Bkz. https://tr.wikipedia.org/wiki/Unix_zaman, Erişim Tarihi: 15.09.2022)

¹³⁸ Güncelimi dopingini kullanan ve yeni yayımlanan ilanlar bu ifadenin yer aldığı satırın altında sıralanmaktadır.

Şekil 9: Üst Sıradayım Dopingine İlişkin Ekran Görüntüsü

The screenshot displays a real estate website interface. On the left, there are several filter sections: 'Takaslı' (Tradeable) with radio buttons for 'Evet' (Yes) and 'Hayır' (No); 'İlan Tarihi' (Listing Date) with radio buttons for 'Son 24 saat', 'Son 3 gün içinde', 'Son 7 gün içinde', 'Son 15 gün içinde', and 'Son 30 gün içinde'; 'Fotoğraf, Video' (Photo, Video) with checkboxes for 'Videoolu ilanlar', '3 Boyutlu Tur'a sahip ilanlar', and '360 Derece Fotoğraflı ilanlar'; and 'Harita' (Map) with a checkbox for 'Harita ile göster'. The main area shows a list of properties with columns for image, title, area, room count, price, date, and location. The properties listed are:

Image	Title	Area	Room Count	Price	Date	Location
	ÇANKAYA BEYTEPE 6+1 LÜKS DAİRELERİMİZDE KATTA VILLA KEYFİ	325	6+1	7.650.000 TL	10 Eylül 2022	Merkez Beytepe Mah.
	SON FIRSAT RAKİPSİZ 2+1	108	2+1	2.670.000 TL	08 Eylül 2022	Merkez Beytepe Mah.
	ANKARA,ÇANKAYA,AYRANCI TİREBOLU SOKAKTA SATILIK 3+1 DAİRE	150	3+1	2.300.000 TL	07 Eylül 2022	Ayrancı Ayrancı Mh.
	ARYADAN BAHÇELİDE 4+1 3 BANYO-GİYİNME ODALI ULTRALX SIFIR DUBLEX	220	4+1	5.750.000 TL	06 Eylül 2022	Bahçelievler Bahçelievler Mh.
	AYRANCI REŞAT NURİ SOKAKTA 3,5+1 DAİRE	135	3,5+1	1.765.000 TL	04 Eylül 2022	Ayrancı Ayrancı Mh.
	YUKARI AYRANCI'DA SATILIK 2+1 BAHÇE KATI	90	2+1	1.100.000 TL	05 Ekim 2022	Ayrancı Ayrancı Mh.
	Beytepe Restorium Sahibinden Satılık 7+1 Dupleks Daire	450	7+1	8.500.000 TL	05 Ekim 2022	Merkez Beytepe Mah.

At the bottom, there is a search bar with the text 'Siz de ilanınızın yukarıda yer almasını istiyorsanız [tıklayın.](#)' and a 'Kelime ile filtrele' section with a search box and a 'Daha fazla seçenek göster' button. A blue 'Ara' button is also present.




- (474) Bununla birlikte ilan arayanların Gelişmiş Sıralama dışında ilanları listelemek istemesi halinde (fiyata göre en düşük, tarihe göre en eski/en yeni, adrese göre en yakın vb.) Üst sıradayım dopingi işlevini kaybetmektedir. Üst sıradayım dopingi 1, 2 ve 4 hafta süreyle kullanılabilir. Güncelime dopingine benzer şekilde ilan arayanların Üst sıradayım dopinginin kullanıldığı ve kullanılmadığı ilanlar arasında ayırım yapmasını sağlayacak herhangi bir ibare bulunmamaktadır.
- (475) Reklamcılığın, mal veya hizmetlere talep yaratmak veya var olan talebi artırmak amacıyla iletişim araçlarında yer ve zaman satın alma faaliyeti olarak tanımlandığı düşünüldüğünde SAHİBİNDEN'de yayımlanan ilanların "reklam" olarak nitelendirilebileceği değerlendirilmektedir. Nitekim çevrim içi reklamcılık terminolojisinde SAHİBİNDEN ve benzeri ilan platformlarında yayımlanan ilanlar "listeleme reklamları" (*classified ads*) adı altında bir reklam türü olarak tanımlanmaktadır. İlan verenler bakımından rekabetin temelde "ilanlarının daha görünür olması" için gerçekleştiği düşünüldüğünde Güncelime ve Üst sıradayım dopinglerinin ilan sahiplerine rekabetçi avantaj sağladığı aşikârdır. Bununla birlikte ilgili dopinglerin hem ilan verenler hem de ilan arayanlar için faydalı sonuçlar doğurması mümkündür. Örneğin bir ilan veren, söz konusu ilanının fiyatını düşürdüğünde ve ilan arayanların yeni fiyat üzerinden ilanı değerlendirmesini istediğinde Güncelime dopingini kullanabilecektir.
- (476) Tüm ilan sahiplerinin Güncelime ve Üst Sıradayım dopinglerinden eşit koşullarda yararlanabilme hakkına sahip olduğu göz önüne alındığında söz konusu dopinglerin ilan verenler arasındaki rekabeti kısıtlayıcı sonuçlar doğurmadığı değerlendirilmektedir. Belge-11, SAHİBİNDEN kurumsal üyelerinin "Güncelime" ve "Üst Sıradayım" dopinglerinin ilan verenler tarafından eş zamanlı kullandıkları durumlarda ilan verenlerin söz konusu dopinglerden bekledikleri verimi alamadıklarını, konuyla ilgili

şikayetlerini SAHİBİNDEN'e ilettiklerini, problemin emlakçılar arası rekabetin üst düzey olduğu konumlarda doping kullanımının ilanların sıralamasını anlık olarak değiştirdiğini, SAHİBİNDEN yetkililerinin bu soruna ilişkin çözüm üretmeye çalıştığını göstermektedir. Ek olarak SAHİBİNDEN'in çevrim içi ilan platformu olarak en temel motivasyonlarından birinin yeni ilanların SAHİBİNDEN'de yayımlanması, ilan arayanların karşılaşacağı ilan çeşitliliğinin artması yönünde olacağı değerlendirilmektedir¹³⁹. Bu kapsamda SAHİBİNDEN'in yeni yayımlanan ilanların aleyhine ve adı geçen dopingleri kullanan ilanların lehine davranmak yönünde bir güdüsünün mevcut olmadığı değerlendirilmektedir.

(477) Güncelim ve Üst Sıradayım dışındaki dopinglerin tümünde ilanı dopingsiz ilanlardan ayırt eden ibareler bulunmaktadır. Aşağıda söz konusu dopinglerin işlevi kısaca açıklanarak ilan verenler tarafından görüntülenme biçime ilişkin ekran görüntülerine yer verilmektedir. İlgili görsellerde doping kullanılan ilanlar kırmızı çerçeveye işaretlenmiştir.

- Küçük Fotoğraf dopingi ilanların SAHİBİNDEN ilan arama sayfasında, henüz tıklanmadan önce ilana ilişkin tanıtıcı bir fotoğrafla yer almasını sağlamaktadır.

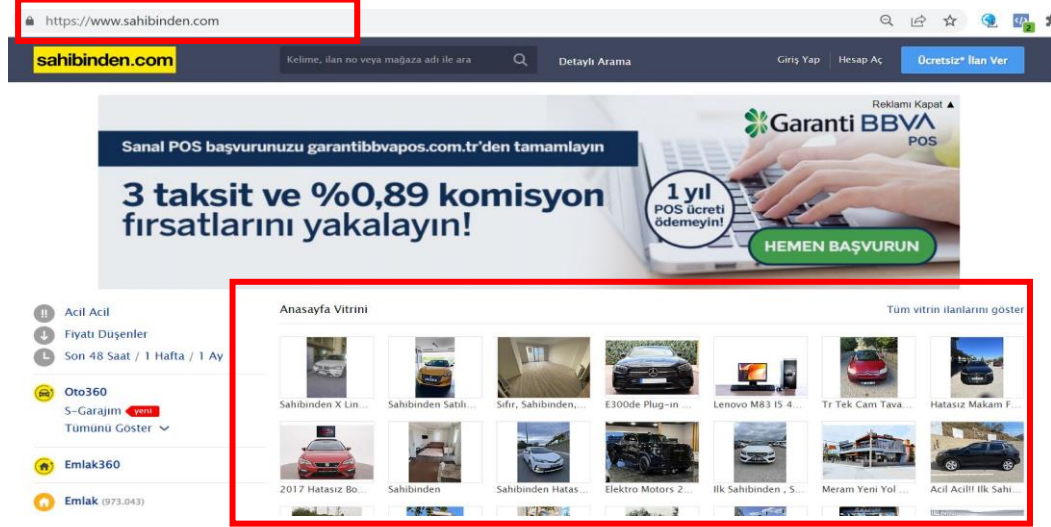
Şekil 10: Küçük Fotoğraf Dopingine İlişkin Ekran Görüntüsü

	Hyundai	i20	1.2 D-CVVT Sense	Otokoç 2.EL Konya'dan 2012 HYUNDAI I20 1.2 D-CVVT SENSE	2013	252.000 TL	05 Ekim 2022	Konya Selçuklu
	Opel	Vectra	1.8 GL	BİRLİK OTOMOTIV'den sınıf vectra	1991	82.000 TL	05 Ekim 2022	Konya Karatay
	Audi	100 Serisi	2.0 D	Audi 100 1987 model	1987	75.000 TL	05 Ekim 2022	Konya Karatay

- Anasayfa Dopingi ilanların www.sahibinden.com alan adlı internet sitesi ziyaret edildiğinde kullanıcıların ilk karşılaştığı ekranda yer almasını sağlamaktadır.

¹³⁹ Ayrıca SAHİBİNDEN, tüketicilerin ilk sıralarda sürekli olarak aynı ilanlarla karşılaşmasını engellemek adına Güncelim dopinginin aynı ilan için üzerinden ancak 24 saat geçtikten sonra kullanılmasına izin vermektedir.

Şekil 11: Anasayfa Dopingine İlişkin Ekran Görüntüsü



- Acil Acil dopingi ilanlara ilişkin küçük fotoğrafların üzerinde kırmızı "Acil Acil" ibaresinin eklenmesini sağlamaktadır.

Şekil 12: Acil Acil Dopingine İlişkin Ekran Görüntüsü

	Renault	Megane	1.5 dCi Touch	TERTEMİZ DEĞİŞENSİZ MASRAFSIZ	2017	410.000 TL	04 Ekim 2022	Kırıkkale Merkez
	BMW	5 Serisi	520d Exclusive	--VİZYON PARK--2012 BMW 5.20D_195.000KM_DEĞİŞENSİZ_2 PARÇA BOYA	2012	769.750 TL	04 Ekim 2022	Konya Karatay
	BMW	5 Serisi	520d Standart	Acil satılık son fiyat	2008	450.000 TL	04 Ekim 2022	Konya Kulu

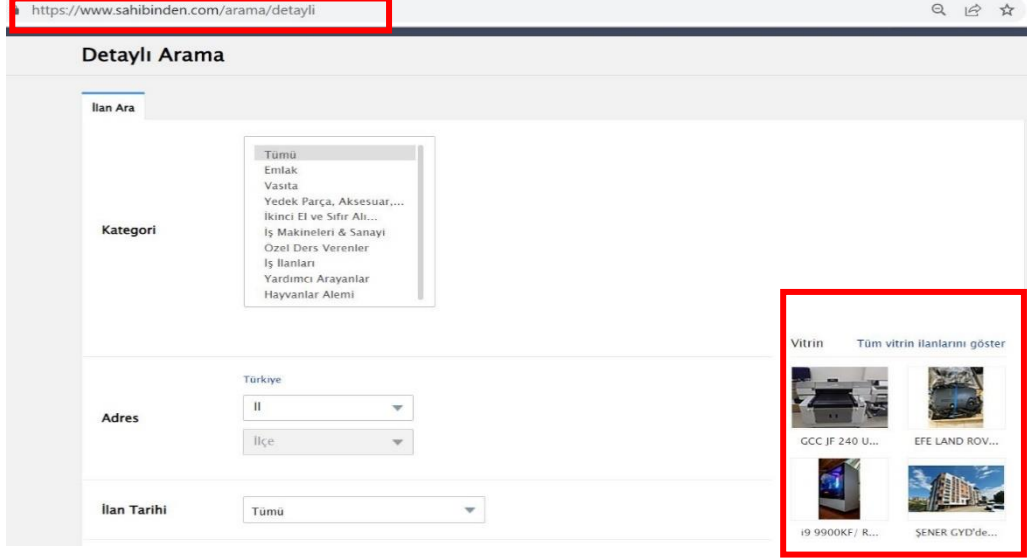
- Kalın Yazı ve Çerçeve dopingi ilan arama listelerinde ilanların kalın harflerle yazılı ilan başlığı ve renkli çerçeveye görüntülenmesini sağlamaktadır.

Şekil 13: Kalın Yazı ve Çerçeve Dopingine İlişkin Ekran Görüntüsü

	Renault	Megane	1.5 Blue DCI Joy	KÖPRÜLÜ OTO KONYA - 2021 - RENAULT MEGANE - JOY	2021	695.000 TL	05 Ekim 2022	Konya Karatay
	Skoda	Octavia	1.0 e-Tec Elite	KÖPRÜLÜ OTO KONYA - 2021 - SKODA OCTAVIA - ELITE	2021	895.000 TL	05 Ekim 2022	Konya Karatay
	Volkswagen	Passat	1.6 TDI BlueMotion Comfortline	TEMİZ ARAÇ ARAYANLARA	2017	750.000 TL	05 Ekim 2022	Konya Selçuklu

- Detaylı Arama dopingi ilanların SAHİBİNDEN'in sunduğu "Detaylı Arama" sekmesi aracılığıyla ilan arayan kullanıcılara gösterilmesini sağlamaktadır.

Şekil 14: Detaylı Arama Dopingine İlişkin Ekran Görüntüsü



- (478) Yukarıda aktarılan bilgi ve belgelerden hareketle mevcut soruşturma kapsamında dopingli ilanların şeffaf olmadığına yönelik olarak 4054 sayılı Kanun 6. maddesi kapsamında ihlali gösteren herhangi bir bilgi ve belgeye ulaşılamamıştır.

1.5.2.4. SAHİBİNDEN'in Doğal Reklam Uygulamasında Şeffaf Davranmayarak Rekabeti Sınırladığı İddiasının Değerlendirmesi

- (479) Soruşturma SAHİBİNDEN'in doğal reklam uygulamasına ilişkin olarak ihale sürecinin işleyişi, fiyatların belirlenme usulü, reklamların etkinliğinin belirlenmesi hususlarında doğal reklam kullanıcılarına gerekli ve yeterli bilginin sağlanıp sağlanmadığı, bu süreçlerin oluşturulan karışıklık yoluyla rekabeti sınırlayacak şekilde yürütülüp yürütülmediği, reklamcılık faaliyetlerindeki süreçlere dâhil olan oyuncuların süreçteki rolü ve elde edilen gelirin paylaşılmasına yönelik bilgi asimetrisi bulunup bulunmadığı yönünde endişeleri de ihtiva etmiştir.
- (480) SAHİBİNDEN tarafından ifade edildiği üzere, sabit (PC, dizüstü vb) mecralarda kullanıcılara "gösterim/tıklama bazlı reklamcılık" ile ulaşılmakta olup mobil (cep telefonu, tablet vs.) mecralarda da kullanıcılara yine sadece "gösterim/tıklama bazlı reklamcılık" ile ulaşılmaktadır. Reklamları ulaştırma süreçleri ise her iki mecra da hem i) "doğrudan anlaşmalar" hem de ii) "programatik" süreç üzerinden gerçekleştirilmektedir. SAHİBİNDEN tarafından sunulan "gösterim/tıklama bazlı reklamcılık" tüketicilere iki farklı süreç ile ulaştırılmaktadır:

1) Doğrudan anlaşmalar süreci

- (481) Doğrudan anlaşmalar sürecinde SAHİBİNDEN satış ekibi, doğrudan reklam veren veya bu firmanın çalıştığı ajans ile iletişime geçmekte ve markanın gelecekteki veya mevcut kampanyası için tüm detayları öğrenerek (Hedef kitle, kampanya içeriği, önceliği vb.) bu bilgiler ışığında reklam teklifini reklam verenle veya ajansı ile paylaşmaktadır.
- (482) Reklam verenin veya ajansının teklifi kabul etmesiyle birlikte, SAHİBİNDEN ile ordino paylaşmakta ve gelen ordino ve kampanya materyalleri SAHİBİNDEN çalışanları tarafından *ad-server'a* girilerek reklam kampanyasını kurgulanmaktadır. Reklam verenin veya ajansının talebi üzerine kampanya esnasında ve bitiminde kampanya raporu paylaşmakta olup kampanya bitiminde, reklam veren veya ajansı ile mutabakat yapılarak fatura düzenlenmektedir.

ii) Programatik süreç

(483) Programatik reklamcılık, en basit tanımıyla verinin analiz edilerek yoğun bir teknoloji altyapısı ile medya satın alım sürecini daha hızlı (gerçek zamanlı- *real time bidding* ya da *almost real time bidding*) ve akıllı hale getiren metodoloji olarak tanımlanmaktadır. Bu sistem, kullanıcı davranışlarına odaklı çalışmakta, kullanıcı verisi analiz edilerek çeşitli hedefleme teknikleriyle markaların doğru kitleye ulaşması sağlanmakta ve böylelikle reklamın verimliliği artırılmaya çalışılmaktadır. Bu süreçte aşağıdaki teknolojiler kullanılmaktadır:

- **Ad-Exchange:** Reklam borsası olarak tanımlanabilecek platformda, mecralar, yani internet siteleri ve adnetwork'ler, envanteri satın almak isteyen reklam veren ve ajanslarla buluşmaktadır.
- **Ad Network/Reklam Ağı:** Birden fazla internet sitesi ve/veya mobil uygulamaya ait reklam alanlarını toplayan ve reklam verenlere/medya ajanslarına pazarlayan aracı kurumdur.
- **DMP (Data Management Platform):** Kullanıcı verisinin sınıflandırılması ve yönetilmesini olanaklı kılan platformdur. DMP markaların reklam stratejilerinin oluşturulmasında ve/veya sitelerinin daha doğru bir şekilde yönetilmesinde kullanılmaktadır.
- **DSP (Demand Side Platform):** *Trading desk* olarak tanımlanan birimler bu teknolojiyi reklam veren adına satın alma yapmak amacıyla kullanılmaktadırlar.
- **RTB (Real Time Bidding):** Gerçek zamanlı teklif verme metodu ile her bir reklam gösterimini milisaniyeler içinde satın alınmasını olanaklı kılan metodolojidir.
- **SSP (Supply Side Platform):** Bu teknoloji yayımcı veya *adnetwork*lerin reklam envanterlerini programatik reklamcılık yoluyla satmak için kullanılmaktadır.
- **Trading Desk:** Reklam verenler adına DSP yönetimi yapan birimlerdir.

(484) Programatik satın almada kullanıcının bir siteyi açmasıyla birlikte, talep ve arz arka planda inanılmaz bir hızda buluşmakta ve site açıldığında reklam kullanıcının karşısına çıkmaktadır. İlgili uygulamanın detayları aşağıdaki gibidir:

- Ziyaretçi web sayfasını ya da reklamın gösterileceği mecrayı açar.
- Arka planda yayımcı/network adserver'ı kendi sisteminde ziyaretçiye uygun reklam bulmaya çalışır. Uygun reklam gösterimi (*ad impression*) bulunamazsa reklam gösterimi SSP veya Ad Exchange'e yollar ve reklam alanının satılmasını ister.
- SSP/Ad Exchange reklam gösterimini, lokasyon, saat, yayımcı vb. bilgiler ekleyerek açık arttırmaya çıkarır ve reklam verenlere reklam göstermek için tekliflerini sorar.
- Reklam verenler, DSP'ler aracılığıyla SSP/Ad Exchange'in açık arttırmaya sunduğu gösterimi değerlendirir ve teklif verir.
- Kazanan reklam verenin reklamı sitede gösterilir. Burada ikincil fiyat yöntemi (*second-price auction*) kullanılır. Eş deyişle verilen teklifler örneğin 1 TL, 2 TL ve 10 TL ise 10TL teklif veren açık arttırmayı kazanır, ancak ikinci teklifin, yani 2 TL'nin sembolik olarak biraz üstünde kalan bir fiyat, örneğin 2.1 TL öder.

Reklamların Gösterimi Sürecinde Gerçekleşen İhale Süreci

(485) Reklamların gösterimi sürecinde gerçekleşen ihale sürecine yönelik olarak her bir reklam türü bazında olmak üzere (arama bazlı reklamcılık, görüntülü reklamcılık vb.); reklam verenlerden başlayıp reklamın yayımlanmasına kadar geçen süreç ve aşamaların i) Doğrudan anlaşmalar ve ii) programatik süreçler olarak iki grup altında toplanabileceği SAHİBİNDEN tarafından ifade edilmiştir.

i) Doğrudan Anlaşmalar; sabit ve rotasyonlu yayımlar olmak üzere kendi içinde ikiye ayrılmaktadır. Bu kapsamda, direkt müşteri ya da ajans ile irtibata geçilmektedir. Yayım materyalleri SAHİBİNDEN'e iletdikten sonra tanımlamaları adserver'a (reklam server'ı) yapılarak yayım gerçekleştirilmektedir. Sabit yayımlar günlük gerçekleştirmekte ve yayıma alınması gereken tarihte, saat 00:00'da başlayıp 23:59'da sona ermektedir. O alanda sadece yayıma alınan reklam görüntülenmektedir, herhangi bir ihale söz konusu değildir. Rotasyonlu yayımlar ise, belirlenen tarih aralığında belirlenen gösterim kadar gerçekleştirilir. Satın alınan gösterim, anlaşılan gün sayısına göre dağıtılarak tüketilir. Burada da bir ihale söz konusu değildir.

ii) Programatik yayımlar; reklam verenin kendi sisteminden reklamı tanımlamasıyla başlamaktadır. Hedeflediği kitle ile SAHİBİNDEN hedef kitlesi uyuyorsa reklam gösterimi için SAHİBİNDEN'e istek gelmektedir. O anda o reklam alanına gelen diğer istekler arasında en yüksek birim maliyet ile gelen teklif kazanarak yayım gerçekleştirilir.

(486) SAHİBİNDEN nezdinde yürütülen ihale sürecinde öncelikle; anlaşmalı olunan tüm SSP'lerin SAHİBİNDEN tarafından oluşturulan bir açık arttırma/*bidding* sistemine bağlandığı, reklam alanı için doğrudan anlaşmalar kapsamında sabit ya da rotasyonlu bir yayım talebi yok ise SAHİBİNDEN sistemi üzerinden SSP'lere istek gönderildiği, her bir SSP'nin kendi içerisinde bir ihale gerçekleştirdikten sonra, ihaleyi kazanan teklif ile SAHİBİNDEN isteğine cevap verildiği, daha sonra gelen cevaplarla birlikte SAHİBİNDEN bünyesinde ikinci bir ihale gerçekleştirildiği, burada en yüksek birim maliyetli reklama sahip olan SSP'nin, SAHİBİNDEN web sitesinde yer alan ilgili reklam alanında yayım yapmaya hak kazandığı ifade edilmiştir.

(487) Öte yandan, aracılık hizmeti veren teşebbüslerin (SSPlerin), reklam verenlerin ve yayımcıların ihale sürecine yönelik değişkenleri tam anlamıyla kontrol ettiğini söyleyebilmenin mümkün olmadığı da SAHİBİNDEN tarafından ifade edilmektedir. Aracılık hizmeti veren teşebbüsün, SAHİBİNDEN tarafından gönderilen istekteki ve reklam verenden gelen talepteki fiyat aralığı, hedef kitle, reklam boyutları gibi dataların uyumlu olmasını sağlayarak doğru alanla doğru reklamı eşleştirme yönünde bir aksiyon aldığı belirtilmektedir.

(488) İhale sürecinde doğru reklamın doğru alanda gerçekleşebilmesi için reklam veren tarafından yapılan hedefleme, reklam boyutları, reklam veren sektör ve marka bilgileri ve ihaleye katılacağı fiyat bilgilerinin eşleşmesi gerekmektedir. Bu kapsamda, ihale süreci ve sonucunda da yayımcılara bu bilgiler sağlanmaktadır.

(489) İhalelerin sonucu belirlenirken "fiyat" dışında başka bir değişken esas alınmamaktadır. İhale sonucunda, her bir aracı teşebbüs ile ayrı ayrı yapılan sözleşmeler üzerinden reklamlardaki komisyon oranları belirlenmektedir. Diğer yandan, reklam verenlerin SAHİBİNDEN'e herhangi bir ödeme yapmadığı, direkt aracı teşebbüse ödemelerini gerçekleştirdiği ifade edilmektedir.

(490) Reklam verenin teklif olarak sunduğu tutarın sadece aracı firmaya ait panel üzerinden görüntülenebiliyor olunmasının şeffaflığın sadece SSP'ye ait panelde yer alan bilgilere olan güven üzerine inşa edildiği olarak yorumlanabileceği SAHİBİNDEN tarafından aktarılmış olup devamında buradaki teklifin tarafsız bir panel ya da bu işi yürütecek farklı bir üçüncü bir firma ile teyit edilebiliyor olmasının süreci daha şeffaf kılabilceği de eklenmiştir.

Banner ve Doğal Reklam

(491) SAHİBİNDEN tarafından ifade edildiği üzere “reklam” olarak kabul edilen uygulamalar (i) site ekranında en tepede veya alt kısımda belirlenmiş sabit bir alanda yayımlanan üçüncü kişi reklamları konu edinen banner uygulaması ve (ii) ilan sıralamasında (arama sonuç listesinde) dördüncü sırada yer alan ve reklam olduğu açıkça ifade edilen, tüketicinin aradığı içeriğe ekseriyetle yakın olması hedeflenen (bu bakımdan örneğin gayrimenkul projelerini konu alabilen) ve tıkladığında tüketicileri ilgili web sitesine götüren modern bir reklam uygulaması olan “doğal reklam uygulaması olmak üzere iki tiptir.

(492) SAHİBİNDEN tarafından sunulan birinci yazılı savunmada, doğal reklamın, reklam olduğu açıkça ifade edilmesi sebebiyle tüketicileri yanıltabilecek bir olgu olmadığı, bu bakımdan doğal reklam kısmında yer alan görsellerin diğer ilanlarla karıştırılmasının mümkün görünmediği, doğal reklam hizmetinden elde edilen gelirlerin, aracı bir kurum olmadan (platform, panel, ajans vb.) doğrudan anlaşmalar yoluyla, müşteriye fatura kesilerek elde edildiği ve herhangi bir ihale süreci bulunmadığı, burada yer alan reklamların SAHİBİNDEN gelirleri içerisinde oldukça düşük bir yer tuttuğu ifade edilmiştir.

(493) İlâveten, reklam performans ölçümlemesinde “tıklama oranları”, “görünürlük oranları” ve bazı reklamlar için aksiyon alınma oranlarının incelendiği, tıklama ve görünürlük oranlarına ilişkin analizin ve raporlamanın bizzat SAHİBİNDEN tarafından ana reklam server’ı olan “Google Admanager” ve “Adform” isimli araçlar kullanılarak yapıldığı da belirtilmektedir.

(494) Yerinde incelemede de SAHİBİNDEN’in doğal reklam hizmetlerinde şeffaflığı sağlamayarak rekabeti ihlal ettiğine işaret eden bir belge/yazılım koduna rastlanmamıştır.

(495) Sonuç olarak, soruşturma kapsamında SAHİBİNDEN platformunda yayımlanan reklamlara ilişkin ihale sürecinin rekabeti sınırlayacak şekilde yürütüldüğüne ve reklamcılık faaliyeti sonucu elde edilen gelirin paylaşılmasında bilgi asimetrisi bulunduğuna yönelik olarak 4054 sayılı Kanun 6. maddesi kapsamında ihlali gösteren herhangi bir bilgi ve belgeye ulaşılamamıştır.

I.5.2.5. Sıralama Algoritması Yoluyla Kendini Kayırma İddiasının Değerlendirmesi

(496) Dosyada yer alan iddialar çerçevesinde ilan yayımlama, doping hizmetleri ve doğal reklam gibi hizmetlerde sıralama algoritmasının kendini kayırma davranışı oluşturacak şekilde çalıştırılarak rakiplere zarar verilir vermediği de incelenmiştir.

(497) Yapılan yerinde incelemelerde SAHİBİNDEN’in bu yönde davranışını gösteren bir belge ya da algoritmik uygulamaya rastlanmamıştır. SAHİBİNDEN tarafından gönderilen birinci yazılı savunmada çevrim içi platformların çeşitli şekillerde iş yapış modeli benimseyebildikleri, bunlardan en tipik olanlarının Trendyol, Amazon gibi hem

diğer satıcılara aracılık eden hem de platform üzerinden kendi ürünlerinin satışını gerçekleştiren platformlar olduğu, çevrim içi pazarlarda Google örneğinde olduğu gibi hem arama motoru olup hem de içerik sağlama (Shopping, Adwords (reklam) vb) alanında faaliyet yürütülmesinin söz konusu olabileceği, bu durumlarda Kurul tarafından alınan kararlarda platform/arama motorunun aynı teşebbüsün yeniden satıcılık, içerik sağlama gibi diğer faaliyet alanında rekabet koşullarını bozup bozmadığının incelendiği, söz konusu endişelerin SAHİBİNDEN için geçerli olmadığı zira SAHİBİNDEN'in dikey pazarlarda faaliyet göstermediği, ilan hizmeti verdiği kuruluşlarla rekabet etmediği ifade edilmiştir.

- (498) Dosya kapsamında gerçekleştirilen yerinde incelemeler ile SAHİBİNDEN tarafından sunulan açıklamalardan SAHİBİNDEN'in kendini kayırma davranışı sergilediğine yönelik olarak 4054 sayılı Kanun 6. maddesi kapsamında ihlali gösteren herhangi bir bilgi ve belgeye ulaşılamamıştır.

I.5.2.6. SAHİBİNDEN Tarafından Sağlanan Diğer Hizmetlerde Kendini Kayırma/Yanıltıcı Sonuç Verme Şüphelerine Yönelik Tespit ve Değerlendirmeler

- (499) Dosya kapsamındaki iddialardan bir diğerini de emlak/araç değerlendirme, sıfır araç satışında yetkili bayiye yönlendirme¹⁴⁰, ekspertiz sağlama gibi hizmetleri içeren hizmetlerinin şeffaf bir şekilde çalışıp çalışmadığı, SAHİBİNDEN'in kendini kayırarak ve/veya yanıltıcı/aldatıcı sonuçlar oluşturarak gerçekleştirdiği yönlendirmelerin ilgili pazarlarda rekabeti engelleyip engellemediği oluşturmaktadır. Bu kapsamda aşağıda sırasıyla emlak/araç değerlendirme hizmeti ve ekspertiz hizmetleri özelinde elde edilen bilgi ve belgeler değerlendirilecektir.

I.5.2.6.1. Emlak/Araç Değerleme Hizmeti

- (500) SAHİBİNDEN tarafından emlak ve araç değerlendirme hizmetleri sırasıyla Emlak 360 ve Oto 360 isimli hizmetlerle sunulmaktadır. Oto 360 hizmetinin çalışma prensibinin daha iyi anlaşılması amacıyla ilgili hizmetin tüm aşamalarına aşağıdaki ekran görüntülerine yer verilmektedir.

- **Aşama 1:** SAHİBİNDEN platformuna kullanıcı adı ve şifresiyle giriş yapan üyeler Oto 360 sekmesine tıkladığında aşağıdaki ekranla karşılaşmaktadır.

¹⁴⁰ SAHİBİNDEN platformunda yapılan incelemeler neticesinde, sıfır araç satışında yetkili bayiye yönlendirme gibi bir hizmetinin olmadığı anlaşılmış olup ilan arayanları sıfır araç satan yetkili bayilere yönlendirdiğine dair herhangi bir bulguya da rastlanmamıştır. Bu kapsamda ilgili başlık altında sıfır araç satışında yetkili bayiye yönlendirme iddialarına yönelik hususlar incelenmemiş olup emlak/araç değerlendirme hizmeti ve ekspertiz hizmeti bakımından değerlendirme yapılmıştır.

Şekil 15: Aşama 1'e İlişkin Ekran Görüntüsü

Araç Değerleme

Araç Değerleme, sahibinden.com'daki güncel ilan verilerini kullanarak her bir araç için belli bir fiyat aralığı öneren servistir. Satmak veya satın almak istediğiniz aracın, özelliklerini girerek doğru ve güvenilir değerini Araç Değerleme ile hemen öğrenebilirsiniz.

[Araç Değerle](#)

Piyasa Ortalaması: 520.000 - 545.000 TL

Ortalama altı: 509.000 - 520.000 TL

Ortalama üstü: 545.000 - 560.000 TL

Düşük: 501.000 - 509.000 TL

Yüksek: 560.000 - 572.000 TL

- **Aşama 2:** Yukarıdaki şekilde yer alan Araç Değerle sekmesine tıkladığında kullanıcılar değerini öğrenmek istediği vasıtanın türünü, yaşını, markasını, modelini ve kilometre bilgisini girmektedir. Bilgileri girilen araca yönelik olarak SAHİBİNDEN'in elinde yeterli veri olmadığı durumda Oto 360 üzerinden araç değerlendirme yapılamayacağı SAHİBİNDEN tarafından belirtilmektedir¹⁴¹.

Şekil 16: Aşama 2'ye İlişkin Ekran Görüntüleri

Araç Değerleme

İlgilediğiniz aracı aşağıdan seçin.

Otomobil > 2020 > BMW > 5 Serisi > Benzin > Sedan > 520i > Luxury Line

Otomobil	2021	Audi	1 Serisi	Benzin
Arazi, SUV & Pickup	2020	BMW	2 Serisi	Benzin & LPG
Minivan & Panelvan	2019	Citroën	3 Serisi	Dizel*
	2018	Dacia	4 Serisi	Hybrid*
	2017	Fiat	5 Serisi	
	2016	Ford	Z Serisi	
	2015	Honda	6 Serisi*	
	2014	Hyundai	7 Serisi*	
	2013	Kia	8 Serisi*	
	2012	Mercedes-Benz	M Serisi*	
	2011	Mini	i Serisi*	
	2010	Mitsubishi		

Yıldız (*) işaretli seçenekler için yeterli araç verisi bulunmadığından hesaplama yapılamamaktadır.

Araç Değerleme

İlgilediğiniz aracı aşağıdan seçin.

Otomobil > 2020 > BMW > 5 Serisi > Benzin > Sedan > 520i > Luxury Line

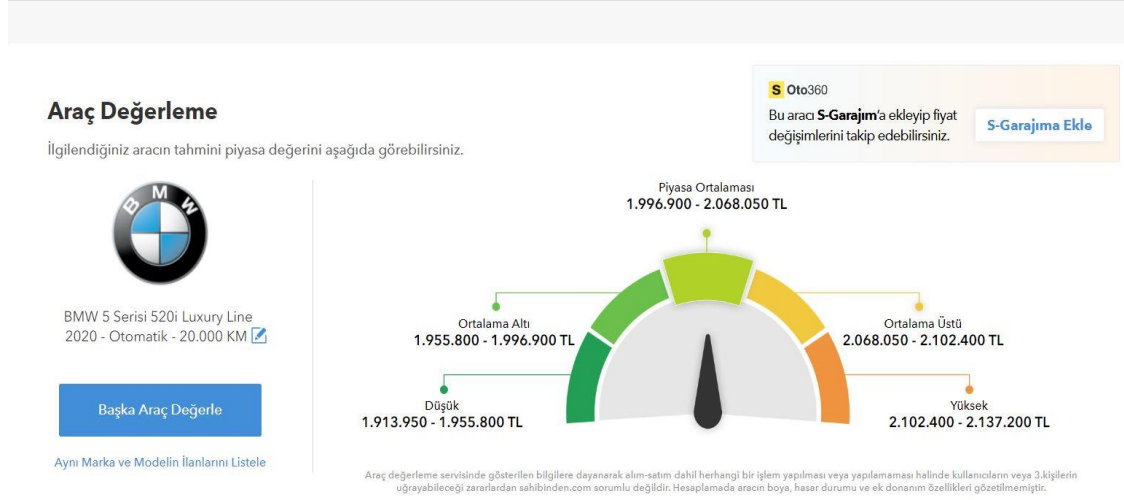
520i	Luxury Line	Alt Model	Yakıt	Kasa Tipi	Motor Gücü	Motor Hacmi	Vites	Üretim Yılları	Kilometre
530i xDrive*	M Sport	5 Serisi	Benzin	Sedan	170 HP	1597 cm3	Otomatik	2017 - 2021	20.000
	Special Edition Luxury	520i		4 kapı					
	Special Edition Luxury Line	Luxury Line							
	Special Edition M Sport	Otomatik							
	Comfort*								
	Comfort Plus *								

Yıldız (*) işaretli seçenekler için yeterli araç verisi bulunmadığından hesaplama yapılamamaktadır.

¹⁴¹ * ile işaretli seçenekler için yeterli verisi bulunmadığından hesaplama yapılamamaktadır.

Aşama 3: Aşama 3'te önceki aşamalarda bilgileri girilen vasıtaya ilişkin olarak düşük, ortalama altı, piyasa ortalaması, ortalama üstü ve yüksek olmak üzere 5 farklı fiyat tahminlemesinde bulunmaktadır.

Şekil 17: Aşama 3'e İlişkin Ekran Görüntüsü



- (501) SAHİBİNDEN Oto 360 uygulamasında olduğu gibi, Emlak 360 adlı hizmetle emlak kategorisindeki ilan verenlere SAHİBİNDEN'de yayımlanan ilanlara ilişkin verilere dayanan metrekare bazlı satış fiyatı ve kira bedeline yönelik olarak tahminleme hizmeti sunmaktadır¹⁴². Söz konusu hizmetin çalışma prensibi Oto 360 ile temelde aynı olduğu için Emlak 360 hizmeti özelinde ayrı bir açıklamaya yer verilmemiştir.
- (502) 29.12.2022 tarihli yerinde incelemede, SAHİBİNDEN'e araç değerlendirme hizmetinin çalışması hakkında soru yöneltilmiştir. Teşebbüs tarafından araç değerlendirme algoritmasının istatistiksel bir çalışma olduğu, SAHİBİNDEN üzerinde son bir ay içinde yayımlanan veya güncellenen ve en az bir gün süreyle yayımda kalan otomobil, SUV ve panelvan ilanlarının baz alındığı, bu değerlemede kullanılan parametrelerin marka, seri, model, model yılı, vites tipi, yakıt tipi, kilometre, kasa tipi olduğu, söz konusu parametrelerin ağırlıklarının aynı olduğu belirtilmiştir. Bir aracın değerlendirilmesi yapılırken ilgili araç kategorisinde yeterli sayıda ilan olması durumunda değerlendirme algoritmasının çalışabileceği, bu algorithmada çeşitli makine öğrenmesi tekniklerinin kullanıldığı dile getirilmiştir. İlgili algoritmanın hasarsız ilanları baz aldığı, bu özelliğin Araç Değerleme hizmetinin sunulduğu sayfalarda bilgilendirme amacıyla kullanıcılara beyan edildiği, algoritmanın mevcut ilanları kullanarak bir model oluşturduğu, bu modelin sık sık güncellendiği dile getirilmiştir.
- (503) SAHİBİNDEN tarafından gönderilen birinci yazılı savunmada ek olarak, araç değerlendirme ve emlak endeksinin¹⁴³ istatistiksel anlamda (örneğin ilgili araç, emlak için yeterli örneklem oluşturabilmek için kabul edilen miktarda emsal olması gibi veya renk gibi kişisel tercihlere konu olan unsurları göz ardı eden) objektif kriterler gözetilerek hazırlanmış bir modül olduğu¹⁴⁴, araç değerlemede tahmini araç değeri, otomobil,

¹⁴² Söz konusu tahminleme hizmetinde il, ilçe ve mahalle bilgisi girilerek endeks oluşturulabilmektedir. Bkz: <https://www.sahibinden.com/emlak360>, Erişim Tarihi: 25.09.2022.

¹⁴³ Emlak endeksinde 6 aylık tahmin verileri geçmiş istatistiksel veriler ve güncel bazı değişkenler kullanılarak istatistiksel modelleme sonucu oluşturulan geleceğe yönelik tahmini beta değerlerdir.

¹⁴⁴ SAHİBİNDEN tarafından ifade edildiği üzere, araç değerlendirme ve emlak endeksinde kullanılan istatistiksel modelleme hazırlanırken, ODTÜ Uygulamalı Matematik Enstitüsü ile koordineli hareket edilmiştir. ODTÜ Uygulamalı Matematik Enstitüsü tarafından modelin değerlendirilmesi yapılmış ve

arazi, SUV ve pick-up, minivan ve panelvan kategorilerinde SAHİBİNDEN’de 15 günlük periyotlarda son 1 ay içerisinde yayımda olan ilan verilerine göre hesaplandığı, hesaplamada aracın boya, hasar durumu, makyajlanmış kasa olması ve ek donanım özelliklerinin gözetilmediği belirtilmiştir. SAHİBİNDEN tarafında ayrıca, bu modül kullanımı dolayısıyla (sistemin kötüye kullanılmaması için belirli bir adil kullanım kotasına kadar) bir ücret alınmadığı¹⁴⁵, alınan herhangi bir kurumsal abonelik ücretinin bu modül kullanılarak belirlenen bir ücrete dayanmadığı, ilan sahiplerinin belirleyebileceği fiyatların alt veya üst olarak bu değerlendirme ile sınırlandırılmadığı, bu modülün tamamen kullanıcıların (bizzat akademisyen desteği ile oluşturulan kriterler gözetilerek ulaşılan bir sonuçtan, kendi takdirinde olarak) istifade edebilmesi için geliştirildiği, herhangi bir kayırma, yönlendirme olmasının mümkün olmadığı, araç değerlendirme servisini kullanarak ulaşılan fiyat tahminlerinin, ilan veren kişiler/kuruluşlar tarafından bağlayıcılığının bulunmadığı, öte yandan, bu servise ulaşılan sayfalarda bu servisin istatistikî bir tahminleme modeli olduğu ve nasıl çalıştığı hakkında bilgilendirme yapıldığı ifade edilmiştir.

- (504) 14.10.2021 tarihinde gerçekleştirilen yerinde incelemede elde edilen Belge-9’da da SAHİBİNDEN’in kendi oluşturdukları metrekaresiz bazlı fiyat endeksiyle aynı nitelikte Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (TCMB) tarafından oluşturulan fiyat endeksini kıyasladıkları görülmektedir. İlgili kıyaslamada SAHİBİNDEN fiyat endeksinin 2016-2019 yılının Mayıs ayını kapsayan dönemde, yer yer TCMB fiyat endeksinin altına düşse de, genel olarak TCMB endeksine paralel seyrettiği görülmektedir. 2019 yılının Temmuz ayından itibaren ise SAHİBİNDEN endeksinin TCMB tarafından oluşturulan endeksin altında kaldığı anlaşılmaktadır.
- (505) Belge-10’da, SAHİBİNDEN yetkililerinin, bir uygulamanın araç değerlendirme hizmeti sunabilmek için SAHİBİNDEN’i *crawl* ettiği şüphesi üzerine konuşmaları sırasında da, SAHİBİNDEN’in “Oto360” araç değerlendirme sisteminin son 30 gün içinde ilanı yayımlanan araca ilişkin marka, model, üretim yılı, yakıt tipi, vites türü, kasa tipi ve kilometre bilgilerinden hareketle fiyat bilgisi ürettiğinden bahsedilmektedir.
- (506) Belge-12, SAHİBİNDEN yetkilileri tarafından SAHİBİNDEN ve (.....) ile ortaklaşa hazırlanan konut piyasası endeksi raporlarının içeriğinin daha çok ilgi görmesi, toplumun tüm kesimlerince daha rahat bir şekilde okunabilmesi için gerçekleştirilebilecek yeniliklerin tartışıldığını göstermektedir. Belgede yazlık konut piyasasındaki fiyatların dudak uçuklattığından bahsedilmekte, bunun gibi unsurlar karşısında kamuoyunu bu alanlarda bilgilendirici bir rapor çalışmasının planlandığı anlaşılmaktadır.
- (507) Belge-13, SAHİBİNDEN’in vasıta ilanları için aracın değeri üzerinden ücretlendirme modeli uygulayacağını ve bu kapsamda kurulacak olası modellerden birinde SAHİBİNDEN’in araç değerlendirme uygulamasından yararlanmanın söz konusu olduğu görülmektedir. SAHİBİNDEN’in üyelerini kendi araç değer tahminleri üzerinden ücretlendirmesi senaryosunun söz konusu tahminlemenin tarafsız niteliğini zedeleme

bunun sonuçlarına göre “Proje için uygulanan yöntemlerin, modelleme çalışmasının literatüre uygun olduğunun ve yapılan araştırmanın yeterli sonuçları yakalayabilecek bir çalışma olduğu” onayı alınmıştır.

¹⁴⁵ Bireysel kullanıcılar için günlük 10 adet ücretsiz sorgulama limiti bulunmaktadır, 10 adet ücretsiz kullanımdan sonra kampanya dönemine özel 29 TL yerine 9,90 TL ödeme yaparak gün sonuna kadar sorgulamaya devam edilmektedir. Kurumsal üyeler günlük 100 adede kadar ücretsiz sorgulama yapabilmektedir. Bireysel ve kurumsal kullanıcılar için günlük 100 adet Araç Değerleme adil kullanım kotası bulunmaktadır, aynı gün 23:59:59 saatine kadar 100 adet sorgulama ile limitlidir.

riski ortaya çıkmaktadır. Bununla birlikte, SAHİBİNDEN hakkında aktarılan bilgilerde yer verildiği gibi söz konusu model araç tahminleme hizmetinden ziyade sabit bir değer üzerine kurgulanarak uygulamaya geçirilmiştir.

- (508) Tüm bu bilgilerden hareketle, her ne kadar Oto 360 uygulaması fiyat tahmininde bulunurken vasitanın başta hasar durumu olmak üzere boya durumu, makyajlanmış kasa olması ve ek donanım özellikleri gözetilmiyorsa da¹⁴⁶, ilgili hizmet kullanıcılarına sunulurken hangi ölçütlere dayanarak hesaplama yapıldığının bilgisi verilmektedir. Ayrıca, kullanıcıya sunulan beş farklı tahminleme aralığı olduğundan ve kullanıcı tarafından hasarlı aracın piyasa ortalamasının altında satılacağı öngörülebileceğinden ilgili uygulamanın yanlış ve yanıltıcı yönlendirmelere sebebiyet vermeyeceği değerlendirilmektedir.
- (509) Sonuç olarak, gerçekleştirilen yerine incelemeler, SAHİBİNDEN tarafından iletilen savunmalar ve incelenen hizmetlerin nasıl çalıştığına yönelik aktarılan açıklamalar çerçevesinde, SAHİBİNDEN'in emlak/vasıta değerlendirme hizmetlerinde şeffaflığa aykırı davrandığı, yanlış/yanıltıcı bilgiler verdiği, bu yollarla ya da başka yollarla rekabet karşıtı bir endişeye sebebiyet verdiği bilgi ya da bulgu elde edilmemiştir.

I.5.2.6.2. Ekspertiz Hizmeti

- (510) SAHİBİNDEN birinci yazılı savunmasında, SAHİBİNDEN'in ekspertiz dikeyinde faal bir kuruluş olmadığı, ilan sahiplerine bir ekspertiz hizmeti sunmadığı, vasıta alanında iş ortağı anlaşması bulunan (i) Pilot Garage, (ii) Umran Araç Ekspertiz ve (iii) EFT Oto Ekspertiz isimli üç adet ekspertiz kuruluşu olduğu, bunların SAHİBİNDEN'den bağımsız teşebbüsler olduğu, tüketicilerin bu hizmeti alıp almama veya kimden alacağını belirleme konusunda tamamen bağımsız olduğu, tüketicilerin arzu ederlerse bu kuruluşlar dışında kuruluşlardan da ekspertiz hizmeti alabilecekleri, ekspertiz firmalarının uygulayacağı hizmet bedellerini de yine söz konusu ekspertiz firmalarının belirlediği, SAHİBİNDEN'in (ekspertiz hizmeti alma ihtimali olabileceği tahmin edilen) tüketicilere geçen sene ekspertiz hizmetini tanıtmak amacıyla sadece bir kez uygulama içi (*in-app*) bildirim, bir kez de *Euromessage* isimli firma aracılığıyla anlık bildirim (*push notification*) gönderdiği ifade edilmiştir.

14.10.2021 tarihinde gerçekleştirilen yerinde incelemede elde edilen Belge-14'te, SAHİBİNDEN platformu üzerinde oto ekspertiz hizmeti sunan "EFT OTO" adlı teşebbüsün fiyatlarını güncellemek istediğini, söz konusu fiyat değişikliğine SAHİBİNDEN yetkililerince herhangi bir müdahalede bulunulmadığını göstermektedir.

Sonuç olarak, dosya kapsamında gerçekleştirilen yerinde incelemeler ile SAHİBİNDEN tarafından sunulan bilgi ve belgelerden, SAHİBİNDEN'in ekspertiz hizmetleri dahil olmak üzere çevrim içi platform hizmetleriyle dikey ilişkili bir alt pazarda faaliyet göstermediği anlaşılmaktadır. Dolayısıyla iddiaları destekleyen herhangi bir bilgi/belge elde edilememiştir.

¹⁴⁶ Aşama-2'ye ilişkin ekran görüntüleri incelendiğinde de Oto 360 hizmetinde bahse konu bilgilerin yer almadığı görülebilecektir.

I.6. Savunmalar ve Savunmaların Değerlendirilmesi

I.6.1. Veri Taşımanın Engellenmesi Yoluyla SAHİBİNDEN'in Kullanıcıları Münhasırlaştırdığı ve Bu Yolla Rakiplerin Faaliyetlerini Zorlaştırdığı İddialarına İlişkin Savunmalar

I.6.1.1.Yerinde İncelemede Elde Edilen Belgelere İlişkin Savunmalar

- (511) **Yerinde incelemede elde edilen belgelerin (i) dosya konusuyla ilişkisiz ve Kurul tarafından reddedilen başka şikâyete ilişkin olduğu, Belge-1, Belge-2 ve Belge-3'ün tamamen soruşturma konusunun dışında kalan Kurulca daha önce reddedilmiş olan bir hususu ilgilendirildiği, dolayısıyla bu belgenin dosyadan çıkarılması gerektiği, belgelerin önemli kısmının şirket içi tartışma olduğunun göz ardı edildiği savunmaları:**
- (512) Savunmada bahsi edilen belgeler, dosya kapsamında 24.12.2020 tarih ve 20-55/775-M sayılı alınan Kurul kararı kapsamında yürütülen önaraştırma sürecinde gerçekleştirilen yerinde incelemede elde edilen belgelerdir. Söz konusu önaraştırma sonucunda Kurul 30.09.2021 tarih ve 21-46/655-M sayı ile soruşturma açılmasına karar vermiştir. Yerinde incelemede elde edilen belgelerden Belge-1, Belge-2 ve Belge-3'te, her ne kadar salt bir veri taşıma talebi olmasa da, talep edilen entegrasyonun bir parçası olarak veri taşınması hususunun da gündeme geldiği, ayrıca, rakiplerin belirttiği entegratör firmalar aracılığıyla SAHİBİNDEN'e ilettikleri entegrasyon taleplerinin de içerisinde veri taşımaya barındırdığının söylenebileceği ifade edilmiştir. Ayrıca, belgeler aktarılırken kimler arasındaki yazışmaya ilişkin olduğu da belirtilerek aktarılmış ve bu gözetilmeksizin herhangi bir değerlendirme yapılmamıştır. Yerinde incelemede elde edilen belgelerin ancak üçüncü taraflarla olan yazışmalara ilişkin olması gerektiği şeklinde bir rekabet hukuku düzenlemesi bulunmamaktadır.
- (513) **Belge-4'ün SAHİBİNDEN internet sitesine izinsiz erişimin hukuka aykırı olduğunu teyit ettiği, SAHİBİNDEN'in aleyhine işlenen bir suçtu teyit eden bir belgenin SAHİBİNDEN aleyhine delil olarak gösterildiği savunması:**
- (514) Teşebbüs ikinci yazılı savunmasında belirttiği gibi, birinci yazılı savunmasında da Belge-4'e konu olay hakkında açıklama yapmış, (.....) davasına ilişkin mahkeme belgelerini dosyaya sunmuştur. Yürütülen soruşturma kapsamında ilgili belgeler incelenmiş olup bu belgeye konu olan olaylara dayanarak SAHİBİNDEN'in kurumsal üyelik sözleşmelerindeki 5.1.6. maddenin esas kurgu saikinin korsan entegrasyonu engellemek olabileceği değerlendirilmiştir. Ancak 5.1.6. madde ile bir an için yalnız korsan entegrasyonları/izinsiz üçüncü taraf erişimlerini engellediği varsayılsa bile, 4.3. maddesinde yer alan hükmün, korsan entegrasyonun ötesinde bir engelleme yaratabileceği değerlendirilmektedir.
- (515) Diğer yandan, SAHİBİNDEN'in birinci yazılı savunmasının ekinde (.....) davasına ilişkin sunduğu mahkeme belgelerinden davanın TCK kapsamında "bilgi sistemindeki verileri bozma yok etme, erişilmez kılma, sisteme veri yerleştirme" suçuna ilişkin olduğu görülmektedir. TCK bilgi alanındaki suçları aşağıdaki şekilde düzenlemektedir:

*"10. Bölüm
Bilişim Alanında Suçlar
Bilişim sistemine girme*

Madde 243- (1) Bir bilişim sisteminin bütününe veya bir kısmına, hukuka aykırı olarak giren veya orada kalmaya devam eden kimseye bir yıla kadar hapis veya adli para cezası verilir.¹⁴⁷

Sistemi engelleme, bozma, verileri yok etme veya değiştirme

Madde 244- (1) Bir bilişim sisteminin işleyişini engelleyen veya bozan kişi, bir yıldan beş yıla kadar hapis cezası ile cezalandırılır. (2) Bir bilişim sistemindeki verileri bozan, yok eden, değiştiren veya erişilmez kılan, sisteme veri yerleştiren, var olan verileri başka bir yere gönderen kişi, altı aydan üç yıla kadar hapis cezası ile cezalandırılır. (3) Bu fiillerin bir banka veya kredi kurumuna ya da bir kamu kurum veya kuruluşuna ait bilişim sistemi üzerinde işlenmesi halinde, verilecek ceza yarı oranında artırılır. (4) Yukarıdaki fıkralarda tanımlanan fiillerin işlenmesi suretiyle kişinin kendisinin veya başkasının yararına haksız bir çıkar sağlamanın başka bir suç oluşturmaması halinde, iki yıldan altı yıla kadar hapis ve beşbin güne kadar adli para cezasına hükmolunur...¹⁴⁸

- (516) Bu bakımdan (.....) hakkında yürütülen dava TCK 244(2) ve Yargıtay'ın bozma kararından sonra alınan karar ile TCK 243(1) maddesini konu almaktadır. Farklı hukuki menfaatleri korumak amacıyla uygulanan bir kanun kapsamında lehe sonuç alındığı gerekçesiyle 4054 sayılı Kanun kapsamında SAHİBİNDEN aleyhinde delil oluşturulmasının mümkün olmadığı söylenemeyecektir. Kurulun *NadirKitap* kararında da benzer bir iddia gündeme gelmiştir. Buna göre, NADİRKİTAP ile şikâyetçi NETARTI arasında, 2017 yılından beri, nadirkitap.com veri tabanından yasa dışı yollarla veri çekilmesi ve kitantik.com'da yayımlanması iddialarına ilişkin hukuki bir uyuşmazlık bulunduğu ve hukuki sürecin devam ettiği anlaşılmaktadır. Söz konusu uyuşmazlığın, rekabet hukuku kapsamına girmemekle birlikte, NADİRKİTAP tarafından yapılan yazışmalarda hukuki sürece ilişkin olarak yapılan hatırlatmanın, sahafların rakip teşebbüsteki verilerini silmesinde ve satışlarını durdurmasında belirleyici bir rol oynadığı da değerlendirilmiştir. Söz konusu kararı savunmasında sıklıkla emsal olarak gösteren SAHİBİNDEN tarafından ise üyelere bu yönde bir uyarı yapıp yapılmadığı tespit edilmemiş olmakla birlikte, Belge-6'da benzer bir olay karşısında SAHİBİNDEN yetkililerinin kurumsal üyelik sözleşmelerinin 5.1.3., 5.1.5., 5.1.7. maddelerindeki yasaklamalara değinerek sistemden atmanın ve hatta üyeye cezai müeyyideler içeren 4.1.2. maddenin tüm müeyyidelerinin uygulanmasının gündeme getirildiği dikkat çekmektedir.
- (517) Esasında web sitelerinin taranması oldukça yaygın bir eylemdir. Hatta arama sonuç motorları bu uygulamaya dayalı olarak çalışmaktadır. Çoğunlukla ticari kişiler tarama işlemine başvurmakta iken bireylerin de tarama işlemine başvurduğu, ehil olan kimselerin bunun için yazılım geliştirdiği, ancak piyasada bireylerin tarama yapabilmesi için çeşitli yazılımların/uygulamaların da sunulduğu söylenebilecektir. Ancak kimi web siteleri taramaya açık haldeyken, kimi web siteleri (örneğin Google tarafından) taramak için ücret ödemekteyken kimi web siteleri kendilerini taramaya

¹⁴⁷ Maddenin devanım şu şekildedir:

(2) Yukarıdaki fıkrada tanımlanan fiillerin bedeli karşılığı yararlanılabilen sistemler hakkında işlenmesi halinde, verilecek ceza yarı oranına kadar indirilir. (3) Bu fiil nedeniyle sistemin içerdiği veriler yok olur veya değişirse, altı aydan iki yıla kadar hapis cezasına hükmolunur. (4) (Ek: 24/3/2016-6698/30 md.) Bir bilişim sisteminin kendi içinde veya bilişim sistemleri arasında gerçekleşen veri nakillerini, sisteme girmeksizin teknik araçlarla hukuka aykırı olarak izleyen kişi, bir yıldan üç yıla kadar hapis cezası ile cezalandırılır.

¹⁴⁸ Diğer maddeler banka veya kredi kartlarının kötüye kullanılması, yasak cihaz veya programlar, tüzel kişiler hakkında güvenlik tedbiri uygulanmasına ilişkindir.

kapatmaktadır. Bir web sitesinin taranmasının yasaya uygun olup olmadığı, ortaya çıkardığı sonuçlar/etkiler bakımından olay özelinde yapılan değerlendirme sonucu ancak ortaya çıkabilmektedir. Bu sebeplerle teşebbüs tarafından öne sürülen davaların mevcut soruşturma konusu uygulamaları aklayamadığı değerlendirilmektedir.

(518) Son olarak, korsan entegrasyon olarak isimlendirilen yasa dışı erişimler yoluyla SAHİBİNDEN web sitesinin başka platformlara kopyalanmasını engellemeye yönelik sözleşme hükümleri ve uygulamaların ihlal kapsamına alınmadığı belirtilmelidir.

(519) **Belge-5 ve Belge-6'nın SAHİBİNDEN bilgi sistemlerine SAHİBİNDEN'in münhasıran kullanıcı kullanımı için verdiği kullanıcı adı ve şifrelerle izinsiz girme teşebbüsünü konu ettiği, bu durumun SAHİBİNDEN'in kurumsal üyelik sözleşmelerine ve Türk Ticaret Kanunu'nun 55/b maddesine aykırı olduğu, öte yandan Soruşturma Raporu'nda SAHİBİNDEN'in kullanıcılarını bu yönde uyarması hususunun SAHİBİNDEN aleyhinde bir unsur olarak değerlendirildiği, bu yönde herhangi bir uyarı yayımlanmadığı, bir teşebbüsün kendi müşterilerine ait kullanıcı adı ve şifrelerini üçüncü taraflarla paylaşmasının veri güvenliği endişesi doğurduğu, söz konusu risklerin İstanbul Anadolu 2. Asliye Ticaret Mahkemesi'nin 2017/3139 D. dosyasında yapılan bilirkişi incelemeleriyle sabit olduğu, ancak Soruşturma Raporu'nda bu belgeye ilişkin bahse konu endişelere yönelik hiçbir değerlendirmenin mevcut olmadığı savunması:**

(520) Ana sözleşmedeki 5.1.7. madde ile ek sözleşmelerde yer verilen 4.14, 4.15. ve 4.18. maddeleri ile üyelerin ilanları aktarması, kopyalaması ve bu amaçla yapacağı diğer eylemlerin, SAHİBİNDEN yazılı izni olmadıkça, her ne yolla olursa olsun yasaklandığı değerlendirilmektedir. Bu yasaklama veri aktarılan kanalın geleneksel kanal ya da çevrim içi kanal olup olmamasına, kurumsal üyenin kendi kanalı, rakip platformlar ya da diğer üçüncü taraf kanalları olup olmamasına, aktarımın ilanların bir kısmını ya da bütünü içerip içermemesine bakılmaksızın her halde geçerlidir. SAHİBİNDEN platformu üzerinde yayımlanan ilanlar ve SAHİBİNDEN arayüzü, özne ilan sahibi olan kurumsal üye dahi olsa, yalnız ilan içeriğini öğrenme [görme/okuma] amacıyla görüntülenebilmekte ve kullanılabilir. [Birinci grupta derlenen] diğer sözleşme maddelerinde olduğu gibi burada da getirilen sınırlama veri kurumsal üyenin bizatihi platforma girdiği veri olsa da geçerlidir. Keza bu sınırlama verinin sahibinin aktarıma izin vermesinden, aktarımı verinin sahibinin talep etmesinden bağımsızdır.

(521) Belge-5 ve Belge-6 sözleşmelere yönelik bu yorumlamaları doğrulaması vesilesiyle gündeme getirilmiştir. İlgili belgelere ilişkin açıklamalar aşağıda yer almaktadır:

“Belge-5 ve Belge-6'da SAHİBİNDEN çalışanları arasında 2017 yılında (.....)'un üyelerine sunduğu “sahibinden.com ilanlarını aktar” şeklinde bir bölüm ile SAHİBİNDEN ilanlarını kendi platformuna aktardığı, bu ilan aktarımının kurumsal üyelerinin SAHİBİNDEN'deki kullanıcı bilgilerini (ad ve şifre) (.....)'ne sağlaması yoluyla gerçekleştiği, (.....) konu edilmektedir. Bu sebeple çalışanlar (.....)'ne (.....). Buna karşın belgelerde SAHİBİNDEN çalışanları, (.....)'ne (.....) kararlaştırmaktadırlar.

Dahası, teşebbüs çalışanları (.....) yoluna gitmektedirler. (.....) yoluna gitmeyi kararlaştırdıkları görülmektedir.

Esasında sözleşmenin 5.1.3. ve 5.1.5. maddeleri kurumsal üyelerin “kullanıcı adı ve şifrelerinin güvenliğini sağlamalarının ve yalnız kendileri tarafından kullanılmasının, üçüncü kişilerden saklamalarının” tamamen kendi

sorumluluğunda olduğunu, bu konuda ihmal veya kusurlarından dolayı diğer üyelerin ve/veya SAHİBİNDEN'in ve/veya üçüncü kişilerin uğradığı veya uğrayabileceği maddi ve/veya manevi her tür zararlardan kendilerinin sorumlu olduğunu, SAHİBİNDEN'in yazılı onayı olmadan hak ve yükümlülüklerini kısmen veya tamamen herhangi bir üçüncü kişiye devredemeyeceklerini düzenlemektedir. Aksi halde sözleşmenin 4.1.2. maddesi uyarınca gerekçe göstermeksizin ya da bildirimde bulunmaksızın üyeliklerine son verilebilmektedir. Ancak belgede görüleceği üzere SAHİBİNDEN yetkilileri, (.....) yoluna gitmeyi planlamaktadır. Hatta (.....) yolu önerilmektedir. Dolayısıyla SAHİBİNDEN'in kurumsal müşterilerinin veri taşımalarını sağlamak için bulunduğu girişimleri hem teknik hem de yasal yöntemlerle engellemeye çalıştığını göstermektedir.

Belge-6, SAHİBİNDEN kurumsal üyelik sözleşmesinin 5.1.7 maddesi üzerinden (.....) tarafından sunulan ilan aktarma hizmeti gibi rakip platformların SAHİBİNDEN üzerinden veri taşıması karşısında SAHİBİNDEN kurumsal müşterilerine sorumluluk yüklediğini, SAHİBİNDEN yetkililerinin (.....) önerdiğini, SAHİBİNDEN Hukuk Direktörü'nün ise aldığı görüşlere göre; (.....) hususlarını aktardığını göstermektedir. Bu kapsamda Belge-6, rakip platformlar vasıtasıyla verilerini rakip platformlara taşımaya çalışan kurumsal müşterilerini sözleşmesel yolla engellediğini/cezalandırdığını, veri taşımaya aracılık eden rakipleri ise teknik yöntemlerle engellediğini göstermektedir.”

- (522) Teşebbüsün ikinci yazılı savunmasının ekinde sunduğu bilirkişi raporlarında, kullanıcı adı ve şifresinin (.....) ile paylaşılması ve (.....)'nin bu bilgilerle SAHİBİNDEN platformundan kullanıcının ilan verilerini aktarmasına ilişkin olayın gerçekleşme şekli açıklanmaktadır. Bu raporlar özetle;

“www.sahibinden.com web sitesindeki kurumsal bir hesapta yayınlanan ilanın fotoğraf hariç tüm bilgilerin (.....) adresindeki kurumsal bir hesaptaki, 'Araçlar' bölümünden 'otomatik ilan aktar' kısmına girilerek sahibinden.com kullanıcı e-posta adresi ve şifresi girilerek sahibinden.com'daki ilanların ve detay bilgilerinin ilanlar bölümüne aktarıldığı tespit edilmiştir.

“www.sahibinden.com kullanıcı adı ve şifresi (.....) sitesi tarafından istenmesi yazılımın arka kısmında bu bilgilerin kayıt edilme ihtimalinden dolayı sahibinden.com kullanıcı bilgileri 3. kişiler tarafından ele geçirilme ihtimalini taşımaktadır.”

değerlendirmelerini ihtiva etmektedir. Bu çerçevede, öncelikle, Belge-5 ve Belge-6'ya konu olayda ilanın aktarmak isteyen kurumsal üyenin SAHİBİNDEN kullanıcı adı ve şifresinin (.....) platformuna girildiği anlaşılmaktadır. Soruşturma kapsamında pazarda buna alternatif olarak çağrı merkezi çalışanına telefonla da bu bilgilerin aktarılabilirdiği, ya da hiç SAHİBİNDEN kullanıcı adı ve şifresi kullanılmaksızın SAHİBİNDEN platformundaki ilan linkinin alternatif platforma girilmesi ile de veri taşımının talep edildiğinin gözlemlendiği belirtilmelidir.

- (523) İkinci olarak, teşebbüsün belirttiği davanın sonuçlandığına ilişkin bir bilginin sağlanmadığı anlaşılmaktadır. Ancak dava her ne şekilde sonuçlanıyorsa olsun, davanın konusunun mevcut belgelerde TTK, Belge-4'te TCK olduğu, söz konusu kanunların koruduğu menfaat ile yasakladığı eylemlerin farklı olduğu değerlendirilmektedir. Bu kanunların aksine 4054 sayılı Kanun kapsamında müşterilerine güvenlik gerekçelerinin ötesinde getirdiği bir sınırlama yoluyla rakiplerinin

dışlanmasına yol açılması incelenmektedir. Teşebbüsün davanın/olayın veri güvenliği endişesine ilişkin olduğu iddiasının, yine de belgeler hakkında yapılan değerlendirmeleri geçersiz kılmadığı değerlendirilmektedir. Zira SAHİBİNDEN'in üyelerin veri taşımalarını engellemediği, üyelere kendi ilan verilerini aktarmalarını sağladığı senaryoda, rakiplerin veri aktarmak üzere mevcut belgede veya diğer belgelerde ortaya konan yollara başvurmayabileceği, böylelikle iddia konusu veri güvenliği endişesinin ortaya çıkmayabileceği ihtimal dâhilindedir. Diğer veri güvenliği endişelerinin ise rekabeti sınırlamayan ya da rekabeti daha az sınırlayıcı yoldan giderilmesinin mümkün olduğu bu görüş 1.5.2.1.2. ve 1.5.2.1.6.1. başlıklarında detaylıca değerlendirilmektedir.

- (524) Üçüncü olarak, ihlal olduğu değerlendirilen davranışın temelini aktarılan sözleşme maddeleri ve bu çerçevedeki uygulamalar oluşturmaktadır. Belge-5 ve Belge-6'ya bu uygulamalara bir örnek olarak yer verilmiştir. Ancak, bu örnekler Belge-5 ve Belge-6 ile sınırlı değildir. Zira söz konusu belgelere referans verilerek yapılan değerlendirmeler Belge-7 ve Belge-8 gibi diğer belgeleri de referans vermektedir. Diğer yandan, söz konusu örnekler olmasa da, üyelere, rakiplerden elde edilen bilgiler ile SAHİBİNDEN sözleşmeleri de uygulamayı ortaya koymaktadır. Bu bakımdan, mevcut soruşturma kapsamında yapılan ihlal tespiti Belge-5 ve Belge-6'ya konu olayın TTK veya TCK kapsamında ne şekilde sonlandırıldığından bağımsızdır.
- (525) **Belge-7'nin SAHİBİNDEN'in kendi marka haklarına konu bir materyalin üçüncü kişilerce kullanılıp kullanılmadığını yahut kendi markasının rakiplerce yayımlanan ilanlarda kullanılıp kullanılmadığını sorgulamasına ilişkin olduğu, Soruşturma Raporu'nda "(.....)'ta SAHİBİNDEN markasını içeren resimler yayımlanmıştır, ne yapmalı?" tartışmasının dahi rakiplerin faaliyetlerinin zorlaştırılması, kullanıcıların münhasırlaştırılması olarak yansıtıldığı, bu yöndeki bir tutumun "kullanıcı rızasının mevcut olduğu durumda her şey mümkün olmalı, kullanıcılar robot yazılımlarla SAHİBİNDEN'den veri çekebilmeli, kurumsal üyelik sözleşmesine aykırı olsa da üçüncü kişilerle kullanıcı adı ve şifrelerini paylaşabilmeli, SAHİBİNDEN'in emeğine ve markasına sahip görselleri istediği şekilde yayımlayabilmeli, aksi takdirde rekabet ihlali olur." anlamına geldiği, kullanıcılar veri güvenliği sorunu doğursa da istediği işlemi yapabilmeli şeklinde bir tutumun kabul edilebilir olmadığı savunmaları:**
- (526) (.....) tarafından 2019 yılında (.....)'ın kurumsal müşterilerinin diğer ilan platformlarında yayımlanan ilanlarını (.....)'a aktarabilmesi için geliştirdiği "Toplu İlan Aktarımı" hizmetinin konuşulduğu, belgedeki yazışmalarda (.....) tarafından kurumsal üyenin (mağaza sahibi) (.....)'a sağladığı SAHİBİNDEN'deki mağaza adresinin gerçekten ilgili üyeye ait olup olmadığının kontrol edildiği, aktarım işlemine (.....) moderatörlerinin onayının ardından geçildiği, ayrıca belgenin, SAHİBİNDEN yetkililerinin söz konusu hizmet kapsamında SAHİBİNDEN'den (.....)'a aktarılan ilanlara ilişkin fotoğraflarda yer alan "Sahibinden" filigranının silinip silinmediği hususunu araştırdığını, SAHİBİNDEN'den (.....)'a aktarıldığı düşünülen ilanlarda bazı kısımların eksik olarak aktarıldığının tespit edildiğini gösterdiği ifade edilmektedir. Bu kısım diğer belgelerde de yapıldığı üzere belgeye konu olayın/görüşmelerin objektif olarak aktarılmasından ibarettir.
- (527) İlaveten, sözleşmede aktarılan sınırlamaların üyenin rızası/onayı/talebi dâhilinde dahi olsa geçerli olduğu, ayrıca sözleşmeye göre üyelerin üçüncü taraflarla kullanıcı bilgilerini paylaşması, hesabını üçüncü taraflara kullandırmasının yasak olduğu değerlendirilmiştir. Belge-7 sözleşmeye ilişkin bu yorumun fiiliyattan bir örneği olarak

işlev görmektedir. Ancak, Belge-5, Belge-6 ve Belge-8’de ve hatta tüm yerinde incelemede elde edilen belgelerde olduğu gibi, salt bu belgelerden yola çıkılarak ihlal tespitinde bulunulmamıştır. Bu bakımdan iç yazışmalara/marka hakkının ihlal edilip edilmediğinin ya da veri güvenliği endişesi oluşturulup oluşturulmadığının sorgulanmasına dayanarak ihlal tespitinde bulunulduğu iddialarına katılmak imkânsızdır. Nitekim ihlal tespitinin dayanağı yerinde incelemede elde edilen belgeler değildir. Yerinde incelemede elde edilen belgeler ihlal tespitine dayanak olan “sözleşme ve uygulamaların” destekleyici bir parçasıdır. Fakat yerinde incelemede elde edilen belgeler olmaksızın da söz konusu sözleşme ve uygulamaların geçerli olduğu, pazardan elde edilen verilerle sabittir. Dolayısıyla “(.....)’ta SAHİBİNDEN markasını içeren resimler yayımlanmıştır, ne yapmalı?” tartışmasının dahi rakiplerin faaliyetlerinin zorlaştırılması, kullanıcıların münhasırlaştırılması olarak yansıtıldığı” savunması gerçeği yansıtmamaktadır. Belgede geçen söz konusu tartışma ve hatta belgenin kendisi bir yana, (.....)’ın veri taşımayı sağlama amacıyla giriştiği yol dahi ihlal tespitinin ancak tali bir unsurudur. İhlal SAHİBİNDEN’in üyelerinin ilan verilerini taşımalarını engellemesine ilişkindir. Belgeye de konu olan (.....)’ın uygulamasının söz konusu engellenmenin bir parçası ve sonucu olduğu değerlendirilmektedir. Daha açık deyişle, ilk olarak, SAHİBİNDEN üyelerin ilan verilerini taşımalarını, rakiplere aktarmalarını engellemektedir. İkinci olarak, geline nokta, rakiplerin peyderpey üyeler adına veri taşıma yoluna girdiği görülmektedir. Ancak bu durum da tespit edildiği ölçüde SAHİBİNDEN tarafından engellenmektedir. Bu iki durumun da gerçekleştiği SAHİBİNDEN’in sözleşmeleri, üyelere fiiliyatta veri taşıma yönünde bir araç sağlamaması ve platformundan tarama yoluyla verilerin aktarılmasını engellemesi ile sabittir. Yerinde incelemede elde edilen belgeler bu durumu ortaya koymakta temel değil ancak tali birer dayanak niteliğindedir.

- (528) Keza, aktarılan ihlal bulgusu teşebbüsün iddia ettiği gibi kullanıcı rızasının mevcut olduğu durumda her şeyin mümkün olmasını, kullanıcıların robot yazılımlarla SAHİBİNDEN’den veri çekebilmesini, kurumsal üyelik sözleşmesine aykırı olsa da üçüncü kişilerle kullanıcı adı ve şifrelerini paylaşabilmesini, SAHİBİNDEN’in emeğine ve markasına sahip görselleri istediği şekilde yayımlayabilmesini öngören bir değerlendirme içermemektedir. Teşebbüsün bahsettiği uygulamalar daha çok kullanıcıya ilan verisini aktarmadığından ortaya çıkan alternatif yollar/sonuçlar niteliğindedir.
- (529) Dahası, dosya kapsamında SAHİBİNDEN filigranlı fotoğrafların (.....)’ta yayınlanması noktasında SAHİBİNDEN’in bir hukuki önlem almasının mümkün olmadığı yönünde bir ibare kullanılmamıştır. Hatta filigranlı fotoğrafların taşınması noktasında, I.5.2.1.7. kısmında veri taşıma için önerilen yöntemde de filigranlı fotoğraflar taşınması gereken verilere dâhil edilmemiştir. Bu bakımdan SAHİBİNDEN’in iş yapış şekline müdahale ya da SAHİBİNDEN’in iş yapış şeklini başka mecralara aktarma söz konusu değildir. Taşımaya konu olan veri ancak ve ancak kurumsal üyenin platforma girdiği veri ile sınırlıdır.
- (530) **Belge-8’in SAHİBİNDEN’in temel endişesinin sistemlerine robot yazılım ile erişim olduğunu gösterdiği, bunu tespit edildiği hallerde dahi SAHİBİNDEN’in hiçbir aksiyon almadığını ortaya koyduğu, belgenin SAHİBİNDEN filigranlı resimlerin başka sitelerde yayımlanmasının SAHİBİNDEN marka hakkını ihlal ettiğini gösterdiği ve “tarafra bu konuda uyarı gönderilebilir” şeklindeki bir iç yazışmanın rakiplerin faaliyetlerinin zorlaştırılması olarak kabul edildiği, buna karşın SAHİBİNDEN’in ilanları izinsiz bir şekilde aktaran iki internet sitesine karşı**

herhangi bir işlem yapmadığı, söz konusu eylemleri gerçekleştiren iki teşebbüsün de ((.....) ve (.....)) halen SAHİBİNDEN kurumsal üyesi olduğu, yazışmalar neticesinde herhangi bir aksiyon alınıp alınmadığı hususunun araştırılmadığı savunmaları:

- (531) Belge-5, Belge-6, Belge-7 ve Belge-8 gerek rakiplerin gerekse üyelerin veri taşıma amacıyla tarama, link kopyalama gibi yollara girdiğini, bu eylemlerin fiiliyatta birer veri taşıma talebi niteliğini haiz olduğu, SAHİBİNDEN'in bu tarafları tespit ederek sisteme erişmelerini engellemesinin ya da bu taraflara uyarı göndermesinin ise bu talepleri reddetme anlamına geldiği değerlendirilmiştir.
- (532) Bir önceki savunmaya ilişkin değerlendirmelerde aktarıldığı gibi, belgenin iç yazışma niteliğinde olmasının ya da marka hakkının ihlaline ilişkin olmasının söz konusu değerlendirmeyi engelleyecek nitelikte olmadığı değerlendirilmektedir. Bu bakımdan, (.....) ve (.....) karşı bir aksiyon alınıp alınmaması da varılan sonucu etkileyecek bir husus değildir. Zaten bu sebeple soruşturma kapsamında bu yönde bir sorgulamaya gidilmemiştir. Gerek rakiplerin gerekse üyelerin veri taşıma amacıyla tarama, link kopyalama gibi yollara girdiği söz konusu belgelerden de görülmektedir.

I.6.1.2. Taşımaya Konu Veriye İlişkin Savunmalar

- (533) **SAHİBİNDEN tarafından ilanlara ilişkin görsellerin görüntü kalitesi artırılacak biçimde çeşitli işlemlerden geçirildiği, görsellerin ham hallerinin ise belirli boyut kriterlerine ve dosya formatlarına uyacak şekilde SAHİBİNDEN sunucularına aktarılırken standardize edildiği ve bu şekilde sistemlerine kaydedildiği, bu sebeple üyelerin işleme konu olmayan görsellerinin SAHİBİNDEN'de bulunamayabileceği savunması:**
- (534) Soruşturma sürecinde 29.12.2021 tarihinde SAHİBİNDEN'de gerçekleştirilen yerinde incelemede fotoğrafların filigransız hallerinin SAHİBİNDEN sunucularında tutulup tutulmadığı sorgulanmış ve ilgili (.....) yanıtı alınmıştır. Ancak ikinci yazılı savunmada aksi yönde bir iddia sunulması üzerine, SAHİBİNDEN'de 27.12.2022 tarihinde gerçekleştirilen yerinde inceleme kapsamında SAHİBİNDEN üzerinden yayımlanan ilanlara yüklenen fotoğrafların orijinal (ham) halinin sistemlerde tutulup tutulmadığı sorgulanmıştır. Bu incelemede teşebbüs yetkilileri tarafından (.....) belirtilmiştir. (.....) belirtilmiştir. Nitekim yerinde incelemede SAHİBİNDEN sistemine yüklenen (.....) incelenen kodlarda görülmüştür. Benzer şekilde (.....) gerçekleştirildiği belirtilmiştir. Öte yandan (.....) için veri taşımaya engel olabilecek nitelikte olmadığı değerlendirilmektedir.
- (535) **Soruşturma Raporu'nda taşınmadığı ifade edilen verinin ne olduğunun net bir şekilde izah edilmediği, Soruşturma Raporu'nda "taşımaya konu olan veri üyelerin bizatihi kendileri tarafından SAHİBİNDEN platformuna girilen ilan özelliklerini açıklayan verilerdir." ifadesi geçse de ilan özelliklerine yapılan referansın ilanlara ilişkin görselleri kapsayıp kapsamadığının net olmadığı, SAHİBİNDEN internet sitesinde yayımlanan görsellerin SAHİBİNDEN emek ve çalışmasına konu metalar olduğu, bu durumda rakip platformlar tarafından teorik olarak alınmaya teşebbüs edilebilecek kalan tek verinin ilana konu gayrimenkul/vasıtanın özelliklerini yazılı olarak açıklayan "ilan özellikleri" kısmı olduğu, rakiplerin kullanıcıların rızası/muvafakati ile gerçekleştirdiği davranışlar bakımından; şayet SAHİBİNDEN platformundaki ilanın olduğu gibi (görseller dâhil) çekilmesini konu alıyorsa bunun yine suç teşkil edeceği savunması:**

- (536) Taşımaya konu veriler üyelerin SAHİBİNDEN platformuna girdiği verilerle sınırlıdır ve SAHİBİNDEN tarafından sunulan ürün/hizmet/veriler bu taşıma kapsamına dâhil değildir. Bu bakımdan fotoğrafların ve videoların üyelerin SAHİBİNDEN'e yüklediği versiyonla aktarılmasının sağlanması esastır. SAHİBİNDEN'in bu veriler üzerinde yaptığı iyileştirmelerin rakip platformlara aktarılması şeklinde bir yükümlülüğünün olduğu değerlendirilmemektedir. Keza, söz konusu görsel araçlar üzerine yerleştirilen SAHİBİNDEN filigranının da aktarılan verilerde bulunmaması beklenmektedir. Fotoğraflara uygulanan standardizasyon işleminin ise taşımaya engel olacak bir katma değer meydana getirecek nitelikte olmadığı değerlendirilmektedir. İhlal tespitinde SAHİBİNDEN platformundaki ilanın, sistemin ya da veri tabanının olduğu gibi (filigranlı görseller, sistem arayüzü, vb. dâhil) kopyalanması konu alınmamıştır.
- (537) **Kurumsal üyelerin SAHİBİNDEN internet sitesinde yayımlanan bir ilanın ilan özelliklerini üç saniyeden dahi az bir süre alacak işlemle "CTRL A + CTRL C + CTRL V" yöntemiyle kopyalayarak rakip ilan sitelerine yükleyebileceği, bu yöntemle açıklamalar dâhil tüm ilan özelliklerini kopyalayabildiği savunması:**
- (538) Kurumsal üyelerin fiiliyatta ilan girişi için ne kadar süre harcadığı sorgulandığı SAHİBİNDEN ve rakip platformlara iletilen bilgi isteme yazılarına cevaben gönderilen yazılardan anlaşıldığı üzere, SAHİBİNDEN ile rakiplerinin platformlarında bir ilanın oluşturulmaya başlanmasından yayımlanmasına kadar geçen ortalama zaman emlakçılar bakımından 2 dakika ila 12 dakika 30 saniye arasında değişmektedir. Öte yandan, bu sürenin galericiler bakımından 3 dakika ila 14 dakika 20 saniye arasında değiştiği görülmektedir.
- (539) İlâveten, bir ilanın oluşturulmasında emlak bakımından ısıtma durumu, oda sayısı, bulunduğu kat, binanın yaşı fiyat vb. bilgilerin; vasıta bakımından ise aracın markası, kilometresi, kasa tipi, motor gücü vb. bilgilerinin ilgili alanlara girilmesi, ayrıca ilanın açıklama kısmının doldurulması gerekmektedir. Aşağıda yer alan görsellerde bir emlak ilanı oluşturmak için aktarılan bilgiler örneklendirmektedir:

Şekil-17: EMLAK JET, SAHİBİNDEN ve ZİNGAT'ta Yayımlanan İlanın Ekran Görüntüsü

İlan Bilgileri		EMLAKJET	
İlan Numarası	12007072	İlan Oluşturma Tarihi	16 Ekim 2022
İlan Güncelleme Tarihi	08 Kasım 2022	Türü	Konut
Kategorisi	Satılık	Net Metrekare	135 M2
Brüt Metrekare	150 M2	Oda Sayısı	4+1
Binanın Yaşı	5-10	Bulunduğu Kat	4.Kat
Binanın Kat Sayısı	5	Isıtma Tipi	Kombi Doğalgaz
Kullanım Durumu	Mülk Sahibi Oturuyor	Krediye Uygunluk	Krediye Uygun
Yatırıma Uygunluk	Bilinmiyor	Site İçerisinde	Hayır
Eşya Durumu	Boş	Takas	Yok
Banyo Sayısı	2	Fiyat Durumu	Genel Fiyat

↖ Daha Az Göster

SAHİBİNDEN

İstanbul / Kağıthane / Merkez Mah.

İlan No	1057682781
İlan Tarihi	14 Aralık 2022
Emlak Tipi	Satılık Daire
m ² (Brüt)	150
m ² (Net)	135
Oda Sayısı	4+1
Bina Yaşı	5-10 arası
Bulunduğu Kat	4
Kat Sayısı	5
Isıtma	Doğalgaz (Kombi)
Banyo Sayısı	2
Balkon	Var
Eşyalı	Hayır
Kullanım Durumu	Mülk Sahibi
Site İçerisinde	Hayır
Site Adı	Belirtilmemiş
Aidat (TL)	Belirtilmemiş
Krediye Uygun	Evet
Tapu Durumu	Kat İrtifaklı
Kimden	Emlak Ofisinden
Görüntülü Arama İle Gezilebilir	Hayır
Takas	Hayır

ZİNGAT

Özellikler

İlan no	4473450	Net m ²	135
Brüt m ²	150m ²	Oda Sayısı	4+1
Banyo Sayısı	2	Binadaki Kat Sayısı	5
Isıtma Tipi	Klima	Konut Şekli	Ara Kat
Bulunduğu Kat	4	Görüntülü Ev Gezintisi	Hayır
Bina Yaşı	6-10 arası	Mobilya Durumu	Eşyasız
Kullanım Durumu	Mülk Sahibi	Aidat	0 TL (aylık)
Kira Getirisi	0 TL (aylık)	Krediye Uygun	Evet

(540) Şekildeki örneklerde aktarılan ilanı oluşturmak için 16 ila 22 arasında değişen alanın doldurulması gerekmekte, bu, önerilen kopyalama işleminin de 16-22 kere tekrarlanması gerektiği anlamına gelmektedir. Söz konusu yöntem açıklama kısmı hariç olmak üzere ilanın yeni baştan oluşturulması ile aynı maliyetlere sahiptir. Tek tek tıklamanın dahi giriş engeli meydana getirdiği, kullanıcı dikkati için saniyelerin kayıp anlamına geldiği dijital pazarlarda, öne sürülen bu geleneksel yöntemin bir işlevselliğinin olduğu söylenememektedir.

(541) **SAHİBİNDEN'in veri taşımaya izin verebilmesi için yazılım, işgücü, altyapı yatırımları gerçekleştirmesi gerektiği savunması:**

(542) SAHİBİNDEN'in emlak ve vasıta alanında (.....) yakın kurumsal kullanıcıya hizmet veren ve yılda (.....) (tekil) ilan yayımlayan bir sisteme ve bu çerçevede üyelerinin ilan verilerini indirmek için yeterli nitelikli işgücüne ve altyapıya sahip olduğu, SAHİBİNDEN'in veri taşımaya izin verebilmesi bakımından kullanıcının SAHİBİNDEN'e giriş yaptığı formatta ve/veya kendi tuttuğu formattaki verilerin kullanıcılar ile paylaşılmasının yeterli olacağı, ilanı platformunda yayınlamak isteyen diğer tarafın bu servisi kullanırken kullanıcıyı kendi sistemine kazandırmak için gerekli dönüşümü kendisinin yapabileceği değerlendirilmektedir.

I.6.1.3. Veri Taşımının Engellenmesinin Gerekçelerine İlişkin Savunmalar

(543) **Veri taşımaya yönelik davranışların gerek Türkiye'de gerek dünyada tüm çevrim içi platformların kullanıcı sözleşmelerinde yasaklanan hususlar olduğu ve böylece çevrim içi ilan platformlarının tamamının robot yazılımlarla veri aktarma girişimlerini güvenlik gerekçesiyle engellediği, ancak Soruşturma Raporu'nda**

bu sözleşmelere ilişkin herhangi bir inceleme gerçekleştirilmediği¹⁴⁹, bu tür düzenlemelerin küresel bir politika standardı haline geldiği savunması:

- (544) 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesinin uygulanmasında bir teşebbüsün hâkim durumda olması tek başına ihlal olarak değerlendirilmemekte ve teşebbüslerin kendi iç etkinlikleri sonucu rekabette ön plana çıkmalarına imkân tanınmaktadır. Bununla birlikte, hâkim durumdaki teşebbüslerin sahip oldukları pazar gücünün avantajından faydalanarak gerçekleştirdikleri tüketici refahını azaltıcı nitelikteki eylemleri mezkur Kanun tarafından yasaklanmaktadır. Bu itibarla, hâkim durumdaki teşebbüslerin, eylemleri ile rekabetin kısıtlanmasına yol açmama şeklinde "özel sorumluluğu"nun bulunduğu kabul edilmektedir SAHİBİNDEN'in savunmasında belirtmiş olduğu EMLAKJET, OTONOMİ, SATIŞ GARANTİ gibi rakip sözleşmeleri incelendiğinde her ne kadar ilgili rakiplerin de sözleşmelerinde SAHİBİNDEN ile benzer hükümlere yer verildiği görülebilecekse de bu rakip firmaların bulunduğu konum itibarıyla özel sorumluluklarına gidilemeyecektir. Kurulun *Unilever Kararı*'nda¹⁵⁰ da bu husus şu ifadeler ile aktarılmaktadır: "(...) *bu firmanın özel sorumluluklarının bulunduğu dikkate alınarak, rakip uygulamalarına benzer olduğundan hareketle mazur görülebilmesi mümkün olmadığından, inceleme konusu uygulamanın rakipler tarafından uygulanıp uygulanmadığının sorgulanmasına da gerek bulunmamaktadır.*" Dolayısıyla SAHİBİNDEN tarafından sunulan iddialara katılmak mümkün değildir.
- (545) Öte yandan yabancı ülke uygulamaları incelendiğinde ise Hollanda menşeli ve kendi ülkesindeki kategori bazlı sıralama bakımından 12. sırada¹⁵¹ yer alan Pararius.com adlı platformun kullanıcıları ile gerçekleştirdiği sözleşmelerin 4.4. maddesinde, ilgili platformda yayıma konu içeriklere yönelik hakların kullanıcıda kaldığı¹⁵²; 5.2. maddesinde, kullanıcıların ticari olmayan yalnızca özel kullanımları için platformda sunulan içeriğin bir kopyasını indirebilecekleri ve 6.1. maddesinde ise tarama ve kazıma gibi eylemlerin ticari amaçlara yönelik olarak yapılamayacağı ifade edilmiştir.
- (546) Yine Hollanda pazarında faaliyette bulunan ve kategori bazlı sıralama bakımından 1. sırada yer alan Funda.nl'nin¹⁵³ kullanıcılarına, kişisel, başka bir deyişle ticari olmayan kullanımları için web sitesinde sunulan materyalin bir kopyasını indirmelerine imkan verdiği görülmektedir. Almanya pazarında faaliyette bulunan ve kendi ülkesindeki kategori bazlı sıralama bakımından 1. sırada bulunan¹⁵⁴ mobile.de platformunun¹⁵⁵ da üyelerine mobile.de tarafından sunulan ara yüzler aracılığıyla ilan verilerine erişebilme, mobile.de analiz araçları aracılığıyla ilanları ile ilgili toplu verileri alabilme imkanı sunduğu görülmektedir. Gumtree'nin¹⁵⁶ de kullanıcının kendi verisi haricinde diğer

¹⁴⁹ SAHİBİNDEN tarafından bu tür girişimlerin yalnızca ilan platformlarının değil belirli bir ölçek ve hizmet kalitesinde faaliyetlerini yürüten tüm internet sitelerinin engellediği, örneğin Google gibi teşebbüslerin de robot yazılımlarla sistematik veri aktarımını engelleyen politikaları ve sözleşme hükümlerinin mevcut olduğu belirtilmiştir.

¹⁵⁰ 18.03.2021 tarih ve 21-15/190-80 sayılı Kurul Kararı.

¹⁵¹ Ayrıntılı bilgi için bkz <https://www.similarweb.com/tr/website/pararius.com/#overview> , Erişim Tarihi: 09.01.2023.

¹⁵² Ayrıntılı bilgi için bkz https://www.pararius.com/info/terms-of-use?utm_referrer=https://www.google.com/ Erişim Tarihi: 09.01.2023.

¹⁵³ Ayrıntılı bilgi için bkz , <https://www.funda.nl/en/gebruiksvoorwaarden/> Erişim Tarihi: 09.01.2023.

¹⁵⁴ Ayrıntılı bilgi için bkz , <https://www.similarweb.com/tr/website/mobile.de/#overview>, Erişim Tarihi: 09.01.2023.

¹⁵⁵ Ayrıntılı bilgi için bkz <https://www.mobile.de/service/en/agbPublic.pdf>, Erişim Tarihi: 09.01.2023.

¹⁵⁶ Ayrıntılı bilgi için bkz., <https://www.gumtree.com/termsfuse>, (Without limiting the foregoing, you agree not to reproduce, copy, sell, resell, or exploit for any purposes any aspect of Gumtree (other than your own content). Erişim Tarihi: 09.01.2023.

verileri kopyalamaya ve yeniden satış gibi eylemlere konu edemeyeceği düzenlenmektedir.

- (547) Ancak bu örnekler bir yana, mevcut soruşturma Türkiye’de kurumsal üyelerin emlak satış/kiralama faaliyetlerine ve vasıta satış faaliyetlerine yönelik çevrim içi platform hizmetleri pazarını incelemekte, dolayısıyla ilgili pazarda hâkim durumda olan bir teşebbüs söz konusu pazarın şartları çerçevesinde ele alınmaktadır. Bu doğrultuda, SAHİBİNDEN’in üyelerine ilan verilerini taşımalarını yasakladığı, veri taşıma ihtiyacına binaen pazarda gelinen noktada üyelerin doğrudan veya rakipler aracılığıyla SAHİBİNDEN platformundan verilerini aktarması yoluna meylettiği ve hatta rakiplerin üyelerin SAHİBİNDEN’de yayımladıkları ilan verilerini kendi platformuna taşımanın rekabetin kaçınılmaz bir boyutu haline geldiği, SAHİBİNDEN’in gerek üyelerin doğrudan gerekse rakipler aracılığıyla veri taşımaya yönelik her türlü girişimlerini engelleyerek rakip faaliyetlerini zorlaştırarak ihlale yol açtığı değerlendirilmiştir.
- (548) **SAHİBİNDEN’in kendi internet sitesinde yer alan ilanın olduğu gibi başka mecralarda korsan olarak yayımlanmamasını, sistem güvenliğinin sağlanmasını ve bu kapsamda sistemin hizmet kalitesini tehlikeye atacak saldırılardan/erişimlerden korunmasını amaçladığı, bu hususun hizmet kalitesinin devamlılığı açısından kritik olduğu, bu durumun aynı zamanda Kişisel Verilerin Korunması Kanunu ve Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu’nun “E-Ticaret Siteleri Güvenlik Tedbirleri” gibi düzenlemeleri çerçevesinde yasal bir zorunluluk olduğu, SAHİBİNDEN’in bu amaçla tarama, kazıma ve diğer yollarla yapılan ve SAHİBİNDEN bilişim sistemlerine izinsiz girilmesine ilişkin TCK kapsamında suç teşkil eden yasa dışı alıntılarla mücadele ettiği, hangi adresten geldiğinden bağımsız olarak tüm robot yazılım girişimlerinin eş muameleyle tutularak engellendiği, SAHİBİNDEN’in sistemine gerçekleştirilen robot yazılım saldırılarını engellemesinin, başka bir deyişle teknik açıdan sistem ve veri güvenliğini tehdit eden eylemlere izin verilmemesinin rekabet ihlali olarak kabul edilemeyeceği savunması:**
- (549) Bahse konu güvenlik endişelerinden kaynaklanan sözleşme ve uygulamaların zaten ihlal olarak değerlendirilmediği, öyle ki kurumsal üyelik sözleşmelerinin 5.1.6.¹⁵⁷ ve 4.13 maddelerinin temelde veri tabanını hedef alan korsan entegrasyon gibi kötü niyetli saldırıları önleme amacına hizmet ettiğinin değerlendirildiği hatırlatılmalıdır. Keza yerinde inceleme belgelerine konu olan (.....) gibi vakalar da ihlal tespitinden ayrı tutulmuştur.
- (550) **Kullanıcıların SAHİBİNDEN’e “münhasıran ve münferiden” kendilerine tahsis edilmiş kullanıcı adı ve şifreyle giriş yaptığı, bu bilgilerin üçüncü kişilerin eline geçmesinin SAHİBİNDEN’in veri güvenliğini tehdit eden bir durum olduğu, üçüncü kişilerin robot yazılımlarına cevaz veren bir uygulamanın veya kullanıcı adı ve şifrelerin serbestçe dolaşmasının SAHİBİNDEN tarafından istenmeyen bir durum olduğu, geçmiş zamanda buna benzer teşebbüslerin vuku bulduğu, rakiplerin SAHİBİNDEN veya herhangi bir kullanıcı bilgisi olmadan SAHİBİNDEN web sitesinde yayımlanan ilanları kopyalaması ve taşımasının TCK 243/1**

¹⁵⁷ İlgili maddenin “Kurumsal Üye, Sahibinden’in ve/veya başka bir üçüncü şahsın aynı veya şahsi haklarına, kişisel verilerine, malvarlığına tecavüz teşkil edecek nitelikteki Portal dâhilinde bulunan resimleri, metinleri, görsel ve işitsel imgeleri, video klipleri, dosyaları, veritabanları, katalogları ve listeleri çoğaltmayacağını, kopyalamayacağını, dağıtmayacağını, işlemeyeceğini, başka veritabanına aktarmayacağını veya bu nitelikte sonuçlar doğurabilecek şekilde Portal’a yüklemeyeceğini” kısmı kastedilmektedir. Rekabet etmeme yükümlülüğü için bu değerlendirme geçerli değildir.

maddesi kapsamında suç olduğu, yakın zamanda (.....) vakasında mahkemenin bu kapsamda ilgililer hakkında ceza uyguladığı savunması:

- (551) Bir bütün olarak veri tabanını hedef alan korsan entegrasyon gibi kötü niyetli saldırılar daha önce de ifade edildiği üzere mevcut dosya kapsamında ihlal olarak nitelendirilmemiş olup bu tür davranışları önleme amaçlı sözleşme hükümleri ihlal kapsamından hariç tutulmuştur. SAHİBİNDEN'in bu savunmasının yukarıda da hususi olarak açıklanan Belge-5 ve Belge-6'yı konu ettiği görülmektedir. Bu belgeler SAHİBİNDEN çalışanları arasında yaptıkları (.....)'nin SAHİBİNDEN ilanlarını kendi platformuna gerçekleştirdiği ilan aktarımının kurumsal üyelerin onayıyla gerçekleşmesi sebebiyle bunun bir bilişim suçu teşkil etmediğine yönelik değerlendirmelerini içermektedir. Dolayısıyla teşebbüsün kendisinin de üyenin rızası olan tarama ile üyenin rızası olmayan tarama arasında bir ayrıma gittiği, bu ayrımın farkında olduğu anlaşılmaktadır.
- (552) Diğer yandan, dosya kapsamında kullanıcı adı ve şifresinin üçüncü taraflara erişiminin sağlanmasından ziyade, üyelerin verilerini taşımalarının engellenmesine ve bu engelleme rekabeti sınırlayıcı sonuçlarına odaklanılmaktadır. Üyeler söz konusu verilerini taşımalarının mümkün kılındığı karşı olgusal bir senaryoda, ilan verilerini taşıması için kullanıcı adı ve şifresini üçüncü taraflara sağlama ihtiyacı duymayabilecektir. Veri taşımayı engellemediği senaryoda, SAHİBİNDEN veri güvenliğinin tehlikeye girdiği endişesini yaşadığı söz konusu olaylarla karşılaşmayabilecektir. Ancak veri güvenliğinin bozulması konusu teşebbüsün ifade ettiği başka yasal düzenlemelerin konusudur. Teşebbüs için sözleşmelerde ve uygulamada, rekabeti sınırlamadan -mevcut dosya özelinde üyelerin kendi ilan verilerini taşımalarını engellemeden- veri güvenliğini sağlamak ve korsan entegrasyon ya da kötü amaçlı müdahalelerden korunmak için alternatif yollar bulunmaktadır. Elbette veri güvenliğini sağlamanın SAHİBİNDEN için arzu edilir ticari bir amaç ve ayrıca başka yasal düzenlemeler kapsamında bir yükümlülük olduğu anlaşılmaktadır. Zira bu noktadan hareketle kurumsal üyelik sözleşmelerinin 5.1.6. maddesi¹⁵⁸ dahil olmak üzere birinci grupta ele alınan maddelerin bu amaca hizmet edeceği değerlendirilmiştir.
- (553) Bununla birlikte, SAHİBİNDEN, 5.1.7. maddede içeriklerin taşınmasını yasaklamakta, içeriği münhasıran SAHİBİNDEN'e ait bir meta olarak almakta, ilan verilerini ifade eden içerik üzerinde bu verileri SAHİBİNDEN platformuna giren kurumsal üyenin tasarrufunu ancak ilanın içeriğini öğrenme amacıyla sınırlamaktadır. Söz konusu hükmün SAHİBİNDEN kurumsal üyelerinin, SAHİBİNDEN yazılı izin vermedikçe, kendilerine ait ilan verilerine ulaşmasını, bunları kopyalamasını ve kendi internet sitesi ya da üçüncü taraf internet sitesi veya platformlara taşınmasını engeller niteliğe sahip olduğu değerlendirilmektedir. Bu kapsamda dosya kapsamındaki tespitler rakip platformlar vasıtasıyla verilerini rakip platformlara taşımaya çalışan kurumsal müşterilerini sözleşmesel yolla engellediğini/cezalandırdığını, veri taşımaya aracılık eden rakipleri ise teknik yöntemlerle engellediğini göstermektedir. Kurumsal üyelik sözleşmelerinin 5.1.7. maddesinin bu bakımdan veri güvenliğini sağlama amacını aştığı değerlendirilmektedir.

I.6.1.4. Veri Taşımanın Engellenmesine Yönelik İhlal Tespitine İlişkin Savunmalar

- (554) **Dosya kapsamında DMA'ya ilişkin yapılan değerlendirmelerin hatalı olduğu, bu düzenlemenin ilk taslağı altında AB Komisyonu'nun ticari kullanıcılar da dâhil**

¹⁵⁸ Birinci Grup'ta yer alan sözleşme maddelerinin içerdiği rekabet etmeme yükümlülüğü hariçtir.

olacak şekilde bir veri taşıma hükmü önerdiği, ancak yürürlüğe giren DMA altında veri taşıma yükümlülüğünün sadece bireysel kullanıcıların verileri ile sınırlı tutulduğu, ticari verilerin bilinçli olarak veri taşıma kapsamı dışına bırakılmasının bu alanda *ex-ante* düzenleme bile getirilmekte çekince/tereddüt yaşanan bir alan olduğunu gösterdiği savunması:

- (555) Dosya kapsamında, rekabet hukuku uygulaması, öğretisi, kişisel verileri koruma hukuku ve diğer yasal düzenlemeler çerçevesinde veri taşımanın ne anlama geldiğini teorik olarak incelenirken ‘1.5.2.1.1.4. Diğer Yasal Düzenlemelerde Veri Taşıma’ başlıklı kısımda DMA’ya atıf verilerek veri taşımanın başka hangi alanlarda ele alındığı da incelenmiştir. DMA’nın yayımlanan versiyonunda ticari verilerin taşınması yükümlülüğünün yer almadığı, ilgili yükümlülüğün kapsamındaki verilerin açıklanmasıyla aktarılmaktadır. Ancak bu aktarılanlardan yola çıkılarak verinin dijital pazarlar bakımından öneminin giderek arttığı, buna bağlı olarak da veri taşınabilirliğinin engellenmesinin rekabet sorunlarından biri haline geldiği, bu kapsamda pek çok ülke otoritesi tarafından pazardaki rekabetin sağlıklı bir şekilde tesis edilebilmesi bakımından rekabet hukukunun yanında dijital pazarlara yönelik hususi öncül düzenlemelerle de veri taşınabilirliğinin sağlanmasının amaçlandığı değerlendirilmiştir.
- (556) Ancak yapılan inceleme sonucunda dosya kapsamında yapılan tespit ve değerlendirmelerde, mevcut dosyanın kapsamının 4054 sayılı Kanun ile sınırlı olduğunu vurgulanmış, yine de GDPR ve DMA ile getirilen düzenlemelerin rekabet hukuku uygulamasını desteklediği, söz konusu düzenlemelerde veri taşınabilirliği önlemlerinin rekabeti teşvik etmeyi, kullanıcı değiştirme maliyetlerini düşürmeyi amaçladığı, bunun pazara yeni girenlerin kullanıcıları çekmesini kolaylaştıracağı ve veri erişimiyle ilişkili giriş engellerini potansiyel olarak hafifleteceği değerlendirilmiştir. Ancak DMA’da ticari verilerin taşınması yönünde öncül yükümlülük getirilmesinden vazgeçilmesinin, rekabet hukuku kapsamında ticari verileri rekabeti sınırlayıcı şekilde taşımanın engellenmesine yönelik yapılan değerlendirmeyi değiştirmeyeceği, ayrıca buna yönelik yapılacak bir müdahaleyi de dışlamayacağı değerlendirilmektedir.
- (557) **SAHİBİNDEN’in yürütülen soruşturmalar, sektör araştırmaları ve mevzuat çalışmaları kapsamında kurumsal üyelik sözleşmelerini Kuruma daha önce de iletmediği, ancak sözleşme hükümleriyle ilgili herhangi bir iddia veya tespitle karşılaşmadığı, Kurum tarafından daha önce defalarca incelenen sözleşme hükümleriyle ilgili “sanki ilk defa inceleniyormuş gibi” iddialar yaratılmasının hukuk güvenliği ve düzenli idare ilkesini zedeleyeceği savunması:**
- (558) SAHİBİNDEN hakkında 2015-2022 yılları arasında alınan yedi karar bulunmaktadır. Bu kararlardan 2018, 2021, 2021 tarihli olmak üzere üçü SAHİBİNDEN’in aşırı fiyatlandırma yoluyla hâkim durumunu kötüye kullanmasını konu edinmiş soruşturmalara ilişkindir¹⁵⁹. Biri 2022’de açılan ve halen devam eden soruşturmaya ilişkin olup yine aşırı fiyatlandırma iddiasını incelemektedir. 2015 yılındaki karar da yine aşırı fiyatlandırma konu edinen bir önaraştırmaya ilişkindir. Yalnız 2017’de alınan karar SAHİBİNDEN’in hâkim durumunu kötüye kullanmasından ziyade, HÜRRİYET EMLAK ile birlikte uyumlu eylem içinde olmasını konu etmiştir. Ancak bu kararın da içeriği SAHİBİNDEN’in fiyatlandırmasına dayanmaktadır. Son karar mevcut dosyanın önaraştırma safhasında alınan nihai karar olup, söz konusu önaraştırma sürecinde incelenen sözleşmeler üzerine resen mevcut soruşturmanın açılmasına karar

¹⁵⁹ 2021 tarihli kararlar 2018 tarihli kararın mahkeme tarafından bozulması üzerine alınmıştır.

verilmiştir. Dolayısıyla, söz konusu kararlarda temel olarak SAHİBİNDEN'in fiyatlandırma davranışları incelenmiş, sözleşme hükümlerine yönelik ise bir değerlendirme yapılmamış ve bu sözleşmelerin 4054 sayılı Kanun'a aykırı bir hüküm içerip içermediğine karar verilmemiştir. Bu doğrultuda, mevcut durumda yürütülmekte olan Soruşturma kapsamında yapılan değerlendirmelerin hukuk güvenliği ve düzenli idare ilkesini zedeleyeceğini söylemenin mümkün olmadığı değerlendirilmektedir.

(559) Dolayısıyla bu zamana kadar Kurul nezdinde incelemeye konu iddialar sözleşmelerin "veri taşınabilirliği" bağlamında değerlendirilmesini gerektirmemekte ya da daha geniş manada münhasırlığı konu edinmemektedir. Geçmiş kararlarda dikkat çeken bir husus şikâyetlerin istikrarlı şekilde aşırı fiyatlandırma iddialarını konuları içermesidir. Yeni bir iddianın bu noktada incelemeye konu edilmesinin hukuk güvenliği ve düzenli idare ilkesini zedelediği, aksine Kurumun 4054 Sayılı Kanun'un 20. maddesine göre mal ve hizmet piyasalarının serbest ve sağlıklı bir rekabet ortamı içinde teşekkülünün ve gelişmesinin temini ile bu Kanunun uygulanmasını gözetmek ve Kanunun kendisine verdiği görevleri yerine getirmek amacıyla uygun olduğu değerlendirilmektedir.

(560) **SAHİBİNDEN'in kullanıcılarına kendi girişimiyle veri taşıma özelliği sunmamasının makul bir durum olduğu, SAHİBİNDEN'in veri taşımayı sağlaması için rakiplerle işbirliği yapması, rakipleriyle birlikte çalışması, ticari açıdan hassas bazı konularda rakipleriyle mutabakata varması gerektiği, daha da önemlisi SAHİBİNDEN ve rakiplerinin iş yapış biçimleri farklı olduğundan verilerin taşınması ve güncellenmesi hususunun ne şekilde işleyeceğinin, sonuçlarının ne olacağına SAHİBİNDEN ve rakipleri arasında görüşülerek kararlaştırılması gerektiği, SAHİBİNDEN'in veri taşıması için rakipleriyle iletişime geçmesi halinde Kurulun "yazılı talep dahi yokken, rakip teşebbüsler olarak işbirliği kurarak, iş yapış şekillerinizi tartışarak koordine oluyorsunuz, bu kartel teşkil eder" kanaatine varabileceği savunması:**

(561) Soruşturma Raporu'nda varılan sonuç, teşebbüsün çevrim içi platform hizmetleri bakımından kurumsal üyelerin ilan verilerini taşımayı engellediği iddiasına yönelik olarak;

- Kurumsal Üyelik Sözleşmesi'nin 5.1.6. maddesinin ve ekinin 4.3. maddesinin rekabet etmeme yükümlülüğü içerdiği,
- Kurumsal Üyelik Sözleşmesi'nin 5.1.6. ve 5.1.7. maddeleri ile ekinin 4.10, 4.11, 4.14, 4.15, 4.18, 4.3. gibi maddelerinin üyenin kendi ilanlarının verisini (i) kendi kanallarına, üyelerin birlik/odalarının oluşturduğu diğer portallara ya da MLS gibi sistemlere, (ii) rakip platformlara taşımalarını engelleyerek üyenin birden fazla platforma erişimini zorlaştırarak fiili münhasırlığa yol açtığı

ve bu yolla 4054 sayılı Kanun'un 6 (a) maddesi kapsamında rakiplerin faaliyetlerini zorlaştırdığı şeklindedir. Ancak (i) rekabet etmeme yükümlülüğünün uygulanmadığı, (ii) kendi kanallarına, üyelerin birlik/odalarının oluşturduğu diğer portallara ya da MLS gibi sistemlere veri taşımanın engellenmesinin ise pazarda önemli bir etki doğurmadığı değerlendirilmiştir. Bu çerçevede, SAHİBİNDEN'in kurumsal üyelerinin veri taşımalarını engellemek [ve kurumsal üyelere alt kullanıcı sınırlaması getirmek]¹⁶⁰

¹⁶⁰ Söz konusu tespite ilişkin güncellenmiş değerlendirmeler aşağıda "1.6.1.8. Alt Kullanıcı Sınırlamasına İlişkin İkinci Yazılı Savunmalara Yönelik Değerlendirme" başlıklı bölümde 792-809 paragrafları arasında aktarılmaktadır. Soruşturma sonucunda Ek Görüş'te konuyla ilgili görüş değişikliğine gidilmiş ve Kurul tarafından da kurumsal üyelere alt kullanıcı sınırlaması getirmek suretiyle üyelerin birden fazla platform kullanmalarını zorlaştırdığı ve bu yolla hâkim durumun kötüye kullanıldığı iddiası reddedilmiştir.

suretiyle üyelerin birden fazla platform kullanmalarını güçleştirdiği, bu yolla ve rekabet etmeme yükümlülüğü ile fiili/sözleşmesel münhasırlık uyguladığı ve rakiplerin faaliyetlerini zorlaştırdığı, dolayısıyla hâkim durumunu kötüye kullanarak 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesini ihlal ettiği, bu kapsamda 4054 sayılı Kanun'un 16. maddesi ve ilgili Yönetmelik hükümleri uyarınca teşebbüs hakkında idari para cezası uygulanması gerektiği sonucuna varılmıştır.

- (562) Bu çerçevede ilk olarak, SAHİBİNDEN'in veri taşımayı sağlaması için rakiplerle işbirliği yapmamasından ziyade üyelerin rakipler aracılığıyla verilerini rakibe aktarmasının engellenmesi ihlal sayılmıştır. Bu durum ya da Soruşturma Raporu'nda öngörülen çözüm önerisi rakiplerle ticari açıdan hassas bazı konularda bir araya gelmeyi, rekabete hassas veri paylaşımını ya da 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi çerçevesinde bir sınırlamayı gerektirmemektedir. Çözüm önerisi kapsamında, veri paylaşımı sağlayacak servisle ilgili teknik mutabakatın ticari uyuşmaya neden olacak ölçüde ve nitelikte olmadığı değerlendirilmektedir. Teşebbüs tespit edilen ihlalin çözümünün rakiple bir araya gelerek 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamında rekabeti sınırlayıcı bir uygulamaya girmesini meşrulaştırmadığını bilmekle yükümlüdür. İkinci olarak, veri taşınması rakip teşebbüslerle iş yapış şekillerinin uyumlaştırılması anlamına da gelmemektedir. Zira veri taşınması için verinin taşınacağı ara yüzlerin ya da platformların aynı olması gerekmemektedir. Uygulamada veri taşımayı sağlayan (genellikle yerleşik) teşebbüsler ilgili veriyi yapılandırılmış, yaygın kullanılan ve makine tarafından okunabilir bir formatta ilgili taraflara sağlamakta, üçüncü taraflar söz konusu veriyi kendi platformlarına aktarmaktadır. Bu bakımdan SAHİBİNDEN'in ilan verilerini kullanıcının giriş yaptığı formatta ve/veya kendi tuttuğu formatta sağlaması yeterli olacaktır. İlanı platformunda yayınlamak isteyen taraf bu servisi kullanırken kendi sistemine kazandırmak için gerekli dönüşümü kendisi yapabilecektir. Üçüncü olarak, dosya kapsamında yapılan inceleme sonucunda ulaşılan tespit ve değerlendirmelerde öngörülen çözüm önerisi yalnızca bir alternatiftir.
- (563) **Dosya kapsamında öngörülen tedbirin SAHİBİNDEN'de yayımdan kalkan bir ilanın rakipten de yayımdan kaldırılmasını öngördüğü, bu yönde bir anlaşmanın daha önce SAHİBİNDEN ve rakipleri arasında gerçekleştirildiği varsayıldığında SAHİBİNDEN'in ağır rekabet hukuku ihlali yaptırımlarıyla karşılaşma ihtimalinin mevcut olduğu savunması:**
- (564) 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi belirli bir mal veya hizmet piyasasında doğrudan veya dolaylı olarak rekabeti engelleme, bozma ya da kısıtlama amacını taşıyan veya bu etkiyi doğuran yahut doğurabilecek nitelikte olan teşebbüsler arası anlaşmalar, uyumlu eylemler ve teşebbüs birliklerinin bu tür karar ve eylemlerini yasaklamaktadır. Geçerli olmayan bir ilanın rakip platformlardan da kaldırılmasının rekabeti sınırlayacak nasıl bir etki yaratacağı anlaşılamamıştır. Geçerli olan bir ilan, geçerli olduğu şekilde alternatif kanallarda da yayımlanması, SAHİBİNDEN ile başta rakip platformlar olmak üzere ancak üyenin kendi sitesi ya da diğer portalları da kapsayacak şekilde, alternatif kanallar arasında rekabeti artıran bir unsur olarak olacaktır. Ayrıca ilan sahibi emlakçı veya galericinin, diğer emlakçı veya galericilerle rekabeti, ilan veren taşınmaz veya vasıta sahibinin diğer ilan verenlerle rekabeti de güçlenmektedir. Buna karşın sonlandırılmış bir ilan halen alternatif kanallarda kalmasının rekabetçi bir fayda sağladığı değerlendirilmemektedir.
- (565) **Bazı büyük kurumsal müşterilerin veri taşımanın uygulamaya alınmasının uzun vadede emlak ofislerinin kendi markası altında kuracağı internet sitesi için engelleyici sonuçlar yaratabileceğini işaret ettiği savunması:**

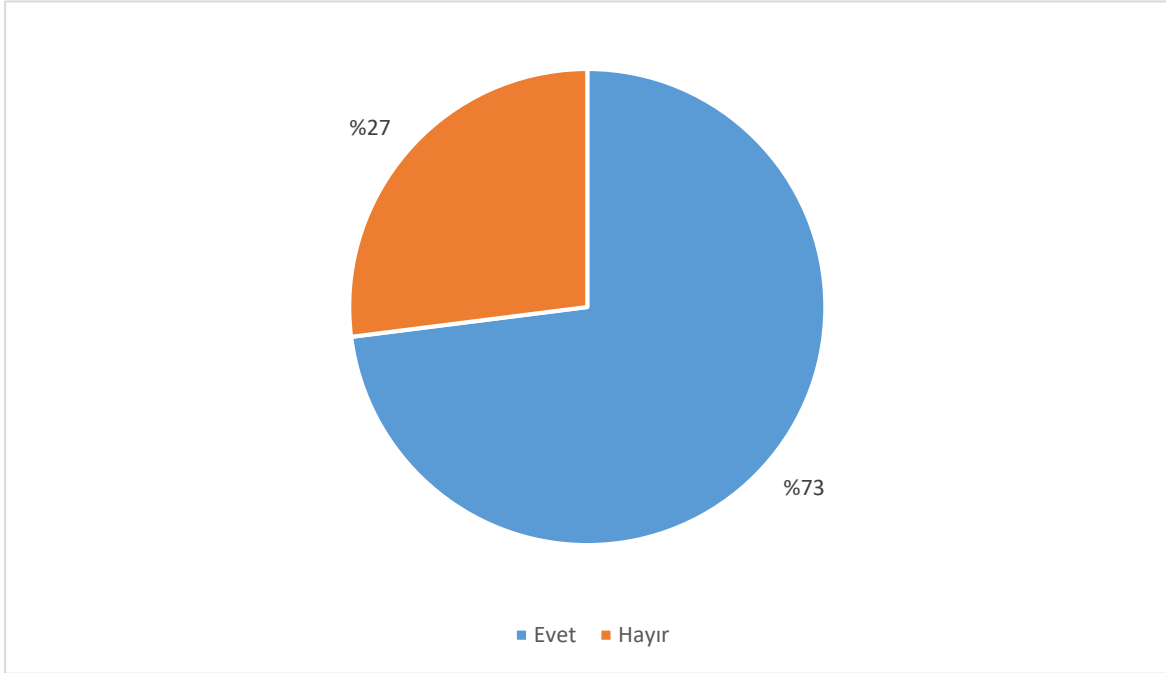
- (566) SAHİBİNDEN'in kurumsal üyelerin ilan verilerinin taşınmasının engellenmesi yönündeki uygulaması esasında verinin taşınacağı tüm kanalları, örneğin üyenin kendi web sitesini, özellikle franchise veren emlak markalarının kurduğu ilan portallarını, çeşitli dernek veya birliklerin genellikle il gibi bölgesel bazda kurduğu platformları, olası kurulacak MLS sistemlerini, rakip platformları işaret etmektedir. Kurumsal üyelerin 5.1.7. sözleşme maddesi veri tabanı üzerinden belirli bir sayıda veya bütününe yönelik olarak ilanlara ulaşılmaya çalışılmasını, ilanların kısmen veya tamamen kopyalanmasını, bunların başka mecralarda doğrudan veya dolaylı olarak yayımlanmasını, derlenmesini, işlenmesini, başka veri tabanlarına aktarılmasını, bu veri tabanından üçüncü kişilerin erişimine ve kullanımına açılmasını, Sahibinden üzerindeki ilanlara link verilmesi de dâhil olmak üzere benzer fiillerin işlenmesini yasaklamaktadır. Ancak dosya konusu soruşturmada, incelenen dönemde pazardaki rekabetin yoğunlukla rakip platformlar üzerinden gerçekleştiğinden hareketle ihlal konusu eylemin etkisinin rakip platformların rekabet edebilme gücü üzerinde ortaya çıktığı değerlendirilmiştir. Bununla birlikte, özellikle uzun vadede, diğer kanallara yönelik veri taşımının engellendiği, ancak diğer kanallar üzerinden rekabetin de göz ardı edilemeyecek bir boyutta etkisinin ortaya çıktığı noktada, SAHİBİNDEN'in uygulamalarının yasal sorumluluğundan muaf olamayacağı değerlendirilmektedir.
- (567) **SAHİBİNDEN'de yayımlanan ilanların otomatik yollarla SAHİBİNDEN'e taşınması halinde rakiplerin park yeri iş modelinin zarara uğrayacağı, SAHİBİNDEN'deki ilanların bu platformlara taşınması halinde kurumsal müşterinin rakip platforma giriş yapıp hangi ilanların taşınıp taşınmayacağını belirtmediği sürece park yerinin sürekli dolu olacağı, dolayısıyla bu paketlerin mevcut durumda olduğu gibi doldur/boşalt mantığıyla kullanamayacağı savunması:**
- (568) Soruşturma Raporu'nda, öngörülen yöntem ile kurumsal üyelerin ilan verilerini (i) bütün ilanlarını içerecek şekilde, (ii) yalnız üye tarafından seçilen ilanları içerecek şekilde ya da (iii) yeni girilen bir ilanın yayımlanmasının hemen ardından ilgili ilan özelinde oluşturulacak bir yayımlama kodu vasıtasıyla alternatif platformlara taşıyabileceği ifade edilmiş olup esasında kullanıcıların hangi ilanlarını taşıyacağı konusu tamamen kullanıcı tasarrufuna bırakılmış olmaktadır. Kurumsal üye rakip platforma SAHİBİNDEN üzerinden aldığı kodu aktararak ilanlarını taşıdığı aşamada ilanlarını seçebilecektir. Dolayısıyla, SAHİBİNDEN'in iddiasında bahsettiği gibi, kurumsal müşterinin rakip platforma giriş yapması ve hangi ilanların taşınıp taşınmayacağını seçmesi zaten önerilen çözümün bir parçasıdır. Ancak kurumsal üyenin rakip platformda sahip olduğu ilan hakkının seçtiği sayıda ilanı yayımlamaya elvermediği bir senaryo karşısında, kurumsal üyenin SAHİBİNDEN platformundan taşıyacağı ilanları seçtiği esnada, ancak ilan hakkı kadar ilanın taşınmasının sağlanabileceği yönünde uyarı verilebilecek, ve o sayıda ilan seçtirmeye izin vererek rakip platform tarafından yönetilebilecektir.
- (569) **SAHİBİNDEN'e veri taşımaya ilişkin ulaşan bir kullanıcı talebinin bulunmadığı, Kurul tarafından reddedilen entegrasyon talebinden hareketle bir kullanıcı talebi üretme çabasının anlamsız olduğu, veri taşımının engellenmesi gerçekten bir sorun ise buna yönelik kullanıcı talebinin "entegrasyon talebinin bir parçasıymışçasına" yorumlanıp eğip bükerek değil somut delillerle gösterilmesi gerektiği, rakip kullanıcılarının büyük çoğunluğunun veri taşımaya talep ettiği ifade edilirken hiçbirinin bu konuda somut bir talebin varlığını gösteremediği, veri taşınabilirliği hususunun pazar için bu denli kritik görüldüğü durumda**

rakiplerin geçmişte SAHİBİNDEN aleyhinde yürütülen soruşturmaların hiç birinde dile getirilmemesinin çelişkili olduğu savunması:

- (570) SAHİBİNDEN'de gerçekleştirilen yerinde incelemelerde kurumsal üyenin doğrudan kendisinden gelen bir veri taşıma talebine rastlanmamıştır. Bununla birlikte, gerek rakip platformlardan gerek entegratör firmalardan gerekse emlak odası gibi üye birliklerinden entegrasyon için iletilen talep örnekleri elde edilmiştir. Bunun yanında hem emlak hem de vasıta alanındaki rakip teşebbüsler geçmişte çeşitli entegratörler vasıtasıyla SAHİBİNDEN'den sürekli veri taşıyabilmek/diğer deyişle birlikte işlerlik/entegrasyon taleplerini ilettikleri ancak bunun reddedildiğini belirtmiştir. Hem SAHİBİNDEN'in cevap yazılarındaki beyanları, hem de SAHİBİNDEN'de gerçekleştirilen yerinde incelemede elde edilen belgeler bunun aksini işaret etmemektedir. Zira dosya kapsamında yürütülen önaraştırma, SAHİBİNDEN'in REOS tarafından kendisine iletilen entegrasyon talebini reddetmesine ilişkindir. Bu çerçevede, entegrasyon/birlikte işlerlik denilen husus esasında, eğiþ bükme gibi bir eyleme başvurmaya ihtiyaç duymaksızın, veri taşıma işleminin sürekli yapıldığı bir sonuca hizmet etmektedir. Ancak önaraştırma sonucunda Kurul, karar aşamasında üyelerin henüz veri taşımak gibi bir imkanı yokken sürekli veri taşınması yönünde bir uygulamayı zorunlu kılmamanın rekabette meydana getireceği olumlu etkilerinin özellikle SAHİBİNDEN'de meydana getirebileceği olumsuz etkilere karşı ağır basmadığına karar vermiştir. Bu bakımdan iddia edildiği gibi 'entegrasyon talebinden hareket ederek bir kullanıcı talebi üretme yönünde çaba'dan söz etmek imkansızdır, bu yönde bir çabanın imkan dahilinde olabileceğinin gündeme getirilmesinin anlamsız olduğu değerlendirilmektedir. Bir çabadan söz edilecekse, esas çabanın henüz pazarda ilan verilerinin taşınmasına yönelik engeller kaldırılmamışken rekabet sorunlarını gidermek adına doğrudan veri taşımadan daha büyük çapta maliyet ve yükümlülük getirecek bir yöntemin öngörülmemesi üzerinde olduğu açıktır.
- (571) Diğer yandan, her ne kadar veri taşıma özelinde yazılı bir talep elde edilmemiş olsa da, gerek kurumsal üyeler gerekse rakip platformlar bunun pazarda sıkça sözlü olarak dile getirildiğini ifade etmektedir. Rakipler ile gerçekleştirilen görüşmelerde, kurumsal üyelerin rakiplerden [SAHİBİNDEN'deki] ilanlarını otomatik olarak diğer platformlara aktarılması yönünde talepte buldukları ifade edilmiştir. Bu taleplere ilişkin detay sorulduğunda, talepleri genellikle sözlü olarak ilgili rakip platformlara ilettikleri belirtilmiştir. Örnek teşkil etmesi bakımından bu taleplerin sahipleri ve içeriğine ilişkin rakip platformlardan bilgi talep edilmiştir. Bu yönde talepler ileten üyelere örnek olarak (.....) tarafından 293 üyenin; (.....) tarafından 2.954 üyenin, (.....) tarafından 5 üyenin, (.....) tarafından 2021 yılı için 111 kullanıcının, (.....) tarafından ise 2021 yılında 8 kullanıcının iletişim bilgisi paylaşılmıştır.
- (572) Söz konusu beyanlar, önaraştırma sürecinde gerçekleştirilen anket sonucu ile de uyumludur. Ankete göre, yanıt veren üyelerin %62'si veri taşımayı talep etmektedir. Ankette emlakçıların verilerini bir platformdan, uygun bir formatta, toplu bir şekilde alıp başka bir platforma taşımaya, yani veri taşınabilirliğine ihtiyaçlarının olup olmadığı sorulmuş, yanıt veren emlakçıların 635 adedi veri taşınabilirliğine ihtiyacı olduğunu, 172 adedi veri taşınabilirliğine ihtiyacı olmadığını; 214 adedi ise ilanlarını ikinci bir platformda yayımlamadığını, ilan verilerini toplu olarak alabilseydi bile yayımlamayacağını belirtmiştir. Ancak anket önaraştırmanın süre kıstı sebebiyle ortak bir link üzerinden gerçekleştirildiğinden anket sonuçları istatistikî verilerinden ziyade, olası zarar teorilerine yol göstericiliği bakımından dayanak olarak kullanılmıştır.

- (573) Uygulamada ayrıca, gerek rakiplerin gerekse üyelerin veri taşıma amacıyla tarama ve link kopyalama gibi yollara başvurmuş olması, bunun ise SAHİBİNDEN tarafından engellenmesi, bu eylemlerin fiiliyatta birer engellenmiş veri taşıma talebi olduğu göstermektedir.
- (574) Ancak, veri taşıma yönündeki talepler bir yana, SAHİBİNDEN'in 5.1.6. ve 5.1.7. maddeleri ile ekinin 4.10, 4.11, 4.14, 4.15, 4.18, 4.3. gibi maddeleri bu yönde her türlü uygulamayı yasaklamakta, aksi halde üyelikten çıkarılma vb. cezalar öngörmektedir. Sözleşmelerde tekrar tekrar düzenlenen söz konusu yasakların teşebbüse bu yönde bir talebin iletilmemesi şeklinde bir etki yarattığı değerlendirilmektedir.
- (575) Ek Görüş sürecinde emlakçı ve galericilere yönelik, katılım linkleri her bir üye için hususi olarak düzenlendiği ankette, SAHİBİNDEN platformunda yayımladıkları ilanlarını kendi internet sitelerine veya diğer çevrim içi ilan platformlarına taşımak isteyip istemedikleri sorulmuştur.
- (576) Ankete katılan 692 emlakçının 508'i SAHİBİNDEN platformunda yayımladığı ilanlarını kendi internet sitelerine veya diğer çevrim içi ilan platformlarına taşımak istediğini (%73); 184'ü (%27) istemediğini ifade etmiştir.

Grafik 3: Emlakçıların SAHİBİNDEN'de Yayımladığı İlanlarını Taşımayı İsteme Oranı (%)



- (577) SAHİBİNDEN platformunda yayınladığı ilanları kendi internet sitelerine ya da başka platformlara taşımayı isteyip istemedikleri sorulan emlakçılardan evet yanıtı verenlerden
- 52 emlakçı zaman maliyeti,
 - 58 emlakçı kolaylıkla ilanların başka platformlarda yayımlanması ve takip edilebilmesi,
 - 41 emlakçı yüksek üyelik ücretleri vb. nedenlerle SAHİBİNDEN dışındaki rakip platformların ya da kendi sitelerinin ilan yayımlayabilecek olması,
 - 82 emlakçı farklı platformlar aracılığıyla daha fazla kullanıcıya erişim imkânı gerekçelerini sunmuştur.

(578) SAHİBİNDEN’de yayımladıkları ilanları kendi internet sitelerine veya diğer çevrim içi ilan platformlara taşıyabilmek üzere SAHİBİNDEN’e bir talep iletip iletmedikleri sorulan emlakçılardan soruya hayır yanıtını verenler arasında

- 43 emlakçı SAHİBİNDEN’in zaten bu talebe olumlu yanıt vermeyeceğinin düşünme,
- 1 emlakçı hâlihazırda veri taşıma benzeri süreçleri yöneten emlak platformlarının uygulamalarının ilan taşıma açısından başarısızlığı

gerekçelerini sunmuştur.

(579) “Evet” yanıtını verenlerin talebin içeriğine ilişkin yanıtları incelendiğinde taleplerin kendi sitelerine ya da başka platformlara ilanın aktarımı ile REOS aracılığıyla entegrasyonu (bir emlakçı tarafından belirtilmiştir) kapsadığı anlaşılmıştır.

(580) Söz konusu anket sorusunda ayrıca talebin ne zaman iletiildiği de sorulmuş ve yanıtlardan talebin 2019-2022 yılları arasında emlakçılar tarafından dile getirildiği anlaşılmıştır. Konu hakkındaki taleplerin 32 tanesinin telefonda ya da sahada görüşmeler gerçekleştirilen bölge temsilcilerine sözlü olarak iletiildiği talepte bulunan emlakçılar tarafından belirtilmiştir.

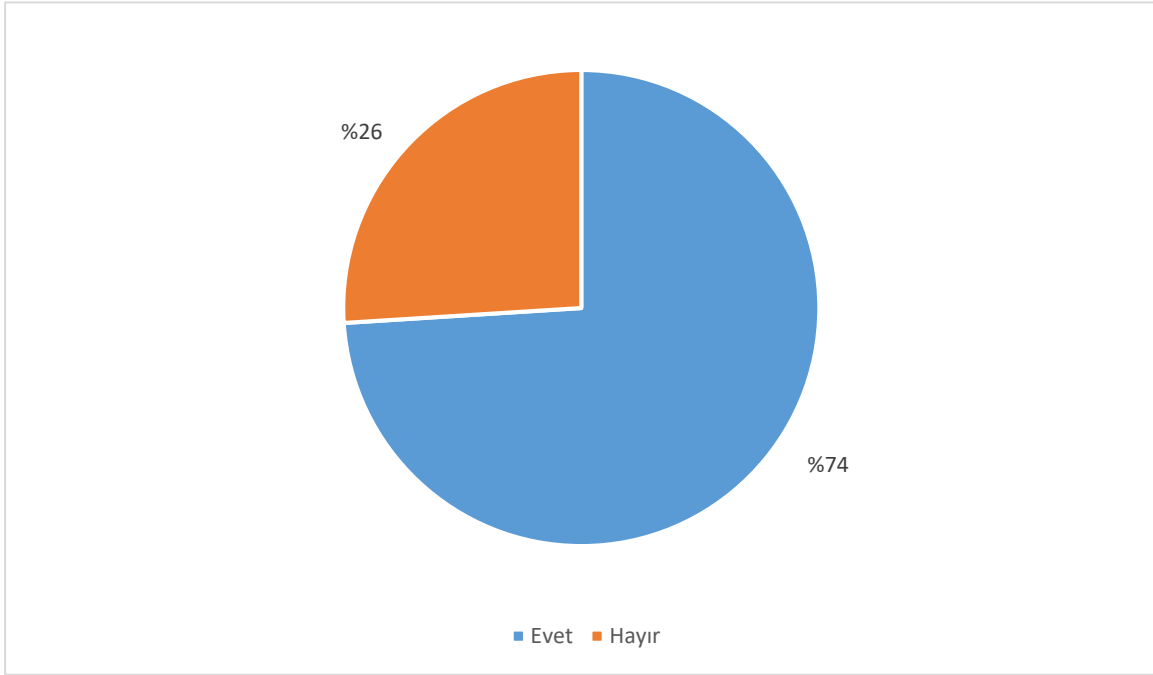
(581) Emlakçılara ilanlarının taşınması konusunda SAHİBİNDEN’e ilettikleri talebin nasıl yanıtlendiği da sorulmuş ve

- 23 emlakçıya bu yönde çalışmaların olduğunun söylendiği,
- 1 emlakçıya hiçbir kurumsal üyeleri için böyle bir uygulamanın yapılmadığının iletilmediği,
- 1 emlakçıya konunun merkeze iletiildiğinin belirtildiği,
- 4 emlakçıya sistemlerinin buna izin vermediğinin belirtildiği

şeklinde yanıtlar sağlanmıştır.

(582) Ankete katılan 513 galericinin ise 382’si SAHİBİNDEN platformunda yayımladığı ilanlarını kendi internet sitelerine veya diğer çevrim içi ilan platformlarına taşımak istediğini (%74); 131’i (%26) istemediğini ifade etmiştir.

Grafik 4: Galerilerin SAHİBİNDEN'de Yayımladığı İlanlarını Taşımayı İsteme Oranı (%)



(583) SAHİBİNDEN platformunda yayınladığı ilanları kendi internet sitelerine ya da başka platformlara taşımayı isteyip istemedikleri sorulan galericilerden evet yanıtı verenlerden

- 54 galerici zaman maliyeti,
- 70 galerici kolaylıkla ilanların başka platformlarda yayımlanması ve takip edilebilmesi,
- 22 galerici yüksek üyelik ücretleri nedeniyle SAHİBİNDEN dışındaki rakip platformların ya da kendi sitelerinin ilan yayımlayabilecek olması,
- 44 galerici farklı platformlar aracılığıyla daha fazla kullanıcıya erişim imkânı

gerekçelerini sunmuştur.

(584) SAHİBİNDEN'de yayımladıkları ilanları kendi internet sitelerine veya diğer çevrim içi ilan platformlara taşıyabilmek üzere SAHİBİNDEN'e bir talep iletilmedikleri sorulan galericilerin 25'i bu konuda bir talep ilettiklerini belirtmişlerdir.

(585) SAHİBİNDEN'de yayımladıkları ilanlarını kendi internet sitelerine veya diğer çevrim içi ilan platformlara taşıyabilmek üzere SAHİBİNDEN'e bir talep iletilmediği sorulan galericilerden soruya evet yanıtı verenlerin talebin içeriğine ilişkin yanıtları incelendiğinde taleplerin kendi sitelerine ya da başka platformlara ilanın aktarımını, kaynak kodların açılmasını kapsadığı anlaşılmıştır.

(586) Ayrıca SAHİBİNDEN'de yayımladıkları ilanlarını kendi internet sitelerine veya diğer çevrim içi ilan platformlara taşıyabilmek üzere SAHİBİNDEN'e bir talep iletilmediği sorulan galericilerden soruya hayır yanıtı verenlerden

- 60 galerici SAHİBİNDEN'in zaten bu talebe olumlu yanıt vermeyeceğini düşünme,
- 4 galerici SAHİBİNDEN'in başka galericilerden gelen bu taleplere olumsuz yanıt verdiğinin bilinmesi

gerekçelerini sunmuştur.

- (587) Söz konusu anket sorusunda ayrıca talebin ne zaman iletildiği de sorulmuş ve yanıtlardan talebin 2017-2022 yılları arasında galericiler tarafından dile getirildiği anlaşılmıştır. Konu hakkındaki taleplerin tamamı e-posta aracılığıyla, telefonda ya da sahada görüşmeler gerçekleştirilen müşteri temsilcilerine sözlü olarak iletildiği talepte bulunan galericiler tarafından belirtilmiştir. Yanıt veren galericilerden biri ise ilgili talebi konu hakkında çalıştığı yazılım firması aracılığıyla ilettiğini belirtmiştir.
- (588) Galericiye ilanlarının taşınması konusunda SAHİBİNDEN'e ilettikleri talebin nasıl yanıtlandığı sorulmuş ve
- 17 galericiye talep konusunda olumsuz yanıt alındığı ya da herhangi bir yanıt alınmadığı,
 - 1 galericiye talebin Kişisel Verilerin Korunması Kanunu'na aykırı olması,
 - 1 galericiye talebin galericilere SAHİBİNDEN'in atayacağı internet sitesi aracılığıyla yapılabileceğinin belirtilmesi ve hizmet için ek ücret talebinde bulunulduğu,
 - 1 galericiye kısmen kabul edilerek işlemin tamamlandığı,
 - 1 galericiye sistemlerin sadece kendilerine açık olması nedeniyle diğer sitelerin erişimine kapatıldığı,
 - 1 galericiye SAHİBİNDEN'de yayımlanan ilanların sadece SAHİBİNDEN'de kalabileceğinin belirtildiği

şeklinde yanıt sağlandığı belirtilmiştir.

- (589) Görüldüğü üzere, anket kapsamında veri taşımayı isteyen emlakçıların 508 içinde 52'si galericilerin ise 25'i (382 içinde) SAHİBİNDEN'de yayımladıkları ilanların kendi internet sitelerinde veya başka çevrim içi platformlarda yayınlanması için SAHİBİNDEN'e talepte bulunmuştur. İlaveten katılımcıların bir kısmı (emlakçılarda 43, galericilerde 64) SAHİBİNDEN'den olumlu geri dönüş almayacağına inandığı için bu yönde bir talep iletmemiştir. Dikkat çeken bir diğer husus, katılımcıları arasında veri taşıma talebini destek aldığı yazılım firması aracılığıyla ileten bir üyenin olmasıdır. Rakip platformlar tarafından da kendilerine bu yönde talepler geldiği aktarılmaktadır. Sonuç olarak kurumsal üyelerin bu yönde somut bir talebinin olduğu değerlendirilmektedir.
- (590) Öte yandan sektörde faaliyette bulunan *franchise* emlak ofislerine de kendileri tarafından SAHİBİNDEN'e emlakçıların ilanlarını kendi internet sitelerine veya diğer çevrim içi ilan platformlarına taşıyabilmelerini sağlamaları yönünde bir talep iletilip iletilmediği sorulmuştur.
- (591) (.....) tarafından kendilerinin 2013 yılından bu yana REOS altyapısını kullandıkları, 2018 yılına kadar REOS sistemi üzerinden SAHİBİNDEN'e girilen ilan linkini kopyalayıp REOS sisteminde bulunan entegrasyon alanına yapıştırdıkları ilanların genel özelliklerini aktarabildikleri ve ilan girişlerinin daha da kolay yürütüldüğü ancak 2018-2019 yılı itibarıyla bu uygulamanın sonlandığı, üyelerinin bu yönde bir talebinin olduğu hususunun ise REOS vasıtasıyla SAHİBİNDEN'e iletildiği ve REOS'un, SAHİBİNDEN kodlamalarıyla ilgili alt yapılarında eşleştirme olmadığı için entegrasyon yapılamadığını belirttiği ifade edilmiştir.
- (592) (.....) tarafından ise SAHİBİNDEN'e diğer emlak markaları veya emlak ofislerinden farklı olarak, (.....)'ye bağlı emlak ofisleri tarafından (.....) web sitesine girilen ilanların bir entegrasyon yapılarak sahibinden.com sitesine otomatik olarak aktarılması yönünde bir talep ilettikleri, (.....)'ye bağlı emlak ofisleri ve bu ofislerde çalışmakta olan

gayrimenkul danışmanlarının büyük çoğunluğunun, bu ihtiyacı sürekli olarak talep ettikleri, aynı ilanı farklı ilan portallarına el yordamı ile tekrar tekrar girme yükünün kaldırılmasının her zaman talep edilen bir konu olduğu, son 4 yıl içerisinde, SAHİBİNDEN ile yapılan iki yüz yüze görüşmede de bu hususun talep edildiği ancak taleplerinin kabul görmediği, SAHİBİNDEN'den politikası gereği hiçbir firma ile entegrasyon yapmadığı şeklinde yanıt aldıkları belirtilmiştir.

(593) Sonuç olarak, veri taşıma yönündeki taleplerin somut şekilde ortaya konulmadığı savunmasının geçerli olmadığı değerlendirilmektedir. Veri taşımaya yönelik kullanıcı talebinin “entegrasyon talebinin bir parçasıymışçasına” yorumlanıp eğilip büküldüğü iddiasına ise yukarıda aktarılan yanıtlardan da görüldüğü üzere bu iki unsurun benzer fonksiyonlara hizmet eden iki yakın yöntem olması sebebiyle katılmanın imkansız olduğu, entegrasyonun doğası gereği içinde veri taşımayı barındırdığı, bunun paydaşlara veri taşımaya yönelik yöneltilen sorular karşısında entegrasyonun da dahil edilerek yanıt sağlanmasından da görüldüğü değerlendirilmektedir.

(594) **Veri taşımaya yönelik yapılacak tüm çaba ve emeğin neticesinde kullanıcıların buna talep gösterip göstermeyeceğinin belirsiz olduğunun Soruşturma Raporu'nda dahi kabul edildiği savunması:**

(595) Emlak ve vasıta alanında SAHİBİNDEN üyelerinin, SAHİBİNDEN dışındaki platformları kullanma oranlarının neden sınırlı kaldığını açıklamak üzere ‘bütün’ üyelerin birden fazla platform kullanma yönünde motivasyonları olduğunu ya da birden fazla platform kullanmanın şart olduğunu değerlendirmenin hatalı olacağı, ancak yapılan incelemede üyelerin birden fazla platform kullanma yönünde motivasyonları olduğunun görüldüğü şeklinde bir değerlendirme yapılmıştır. Ancak elbette dosya kapsamında yapılan ihlal tespiti ile bunun sonucunda rekabetin tesisi alınacak tedbirler kullanıcı talebini düzenlemeyi amaç edinmemekte ve dolayısıyla bu yönde bir garanti sağlamamaktadır. Rekabet hukukunun talep yönetmek şeklinde bir fonksiyonu bulunmamaktadır. 4054 sayılı Kanun'un gerekçesinde de açıklandığı üzere, rekabet hukukunun amacı rekabetçi süreci koruyarak, arz ve talebin serbestçe oluşmasını sağlamaktır.

(596) **SAHİBİNDEN'in rakipleri ZİNGAT ve ARABAMCOM'un veri taşımadan yana olmadığı ve uzun vadede kendisine zarar vereceğini ifade ettiği halde SAHİBİNDEN'in veri taşıma hususunda rakipleriyle mutabakata varmasının mümkün olmadığı, gerek emlak özelinde gerek vasıta özelinde rakiplerin de veri taşıma yapılmasının bilakis kendilerine zarar vereceğini, yöntemin tercih edilmediğini, uzun vadede müşterileri ile sıcak teması kaybetmelerine neden olacağını ifade ettikleri savunması:**

(597) Soruşturma kapsamında rakip teşebbüslere SAHİBİNDEN tarafından kurumsal üyelerinin SAHİBİNDEN platformuna girdiği ilan verilerini alternatif platformlara taşımalarını sağlamanın kendileri ve pazardaki diğer paydaşlar (rakipler, kurumsal üyeler, bireysel üyeler, ilan arayanlar hakkında vb.) üzerindeki olası etkilerine, avantaj ve dezavantajlarına yönelik soru sorulmuştur. Rakip ilan platformları tarafından;

- Emlakçılar/galericiler için ilan yayımlamanın zor ve zaman alıcı bir işlem olduğu, bu durumda emlakçıların her ilan platformuna ayrı ayrı ilan girmekten imtina ederek trafiği en yüksek olan platformu tercih ettiği, ilgili platformun aynı sebeple ilan arayanlardan daha fazla organik trafik elde ettiği, bahse konu ağ etkileri nedeniyle rakip platformların yüksek pazarlama ve tanıtım maliyetlerine katlanmak zorunda kaldığı, öte yandan lider konumdaki platformun kendisini

teknolojik olarak geliştirme imkânı duymaksızın sürdürülebilmesi nedeniyle kullanıcıların inovasyondan mahrum kaldığı, rakip platformların karşılaştıkları kullanıcı gruplarına (ilan verenler/ilan arayanlar) daha iyi bir kullanıcı deneyimi sunsa dahi bahsedilen pazar yapısı nedeniyle tercih edilmediği,

- İlan verilerinin diğer platformlara, emlakçılar/galericiler tarafından ek bir maliyete katlanmaya gerek olmayacak şekilde taşınabilir durumda olmasının emlakçıların/galericilerin daha fazla platformda görünür olmasını sağlayacağı, ilan arayanların birden fazla platforma üye olan aynı emlakçıya/galericiye ait ilanlara platform fark etmeksizin kolayca erişebileceği, [platformlar arasında] artacak rekabetle daha iyi kullanıcı deneyimine ulaşacağı, ilanları denetleyen birden fazla çevrim içi platformun varlığı sayesinde güvenilirliğin artması gibi avantajlar elde edeceği

ifade edilmiştir.

- (598) İlâveten (.....) tarafından söz konusu aktarımın entegratör sayesinde değil de salt veri taşınabilirliği yoluyla sağlanması halinde teknolojik gelişme ve iyileşmelerin SAHİBİNDEN'in izin verdiği ölçüde kalacağı, ancak her durumda bu kapsamda yapılacak iyileştirmenin rekabetin gelişmesine ilk etapta büyük avantaj sağlayacağı ifade edilmiştir. (.....) tarafından veri taşınabilirliği için en uygun çözümün platformlar arası entegrasyon sağlanması olduğu, emlakçılara veri taşınabilirliği imkânı verilse dahi bunun operasyonel olarak yürütülebilir olmadığı belirtilmiştir. (.....), ilanların aktarılabilir formatta sağlanmasının platformların teknik iş gücü ihtiyacını ve maliyetlerini artırabileceği, ancak bu dezavantajın sağlanacak faydaların yanında önemsiz kalacağı, bazı ilan türlerinde verilerin teknik alan formatının firmalar arasında farklılıklar gösterebildiği, bu tip farklı veri formatlarının her şirketin kullanıcı deneyimleri ekipleri tarafından farklı belirlenebildiği için SAHİBİNDEN tarafından iletilecek olan standart formattaki verilerde bazı düzenlemeler yapılması gerekebileceği için yazılım geliştirme maliyeti yaratabileceği, ancak bunun da ufak bir dezavantaj olarak kabul edilebileceği şeklinde açıklamalarda bulunmuştur.
- (599) (.....) ve (.....) tarafından ise, veri taşınsa bile ilan güncellemelerinin hem emlakçı hem ilan platformları açısından hayati önem taşıdığı, fiyat güncellemesi vb. gibi nedenlerle anlık verinin ilanlarda yaşamanın önemli olması nedeniyle veri taşımamanın ötesinde anlık veriyi yaşatacak önlemlerin de düşünülmesi gerektiği, emlakçıların itibar açısından güncel olmayan ilanlarının yayımda kalmasını, platformların ise güncel olmayan, çöp ilan yayımlayan site olmayı istemediği, zaten ilan taşımama sebeplerinden birinin de ilanın güncel kalmayacağı endişesi olduğu, sadece SAHİBİNDEN'deki ilanın güncellendiği ve diğer platformlardaki ilanların güncellenmediği birçok vakanın yaşanabildiği ifade edilmiştir.
- (600) Benzer şekilde, vasıta alanındaki platformlara yöneltilen soruya istinaden, (.....) tarafından müşteri memnuniyeti açısından çok fazla detay girilmesi gereken ikinci el vasıta ilanlarında veri taşımamanın verimli olduğu, ilan girmenin zaman gerektiren bir iş olduğu ancak 70-80 saniye içerisinde ilan taşımamanın gerçekleştirilebildiği, galericilerin çok fazla ilanının olması, tüketicilerin ise ilan girme açısından pratik olmaması nedeniyle veri taşımamanın faaliyetleri kolaylaştırdığı, ilanların güncelliğinin sağlanması açısından da veri taşımadan etkinlik sağlandığı ifade edilmiştir.
- (601) (.....) tarafından;

- Platformlar arası veri taşınabilirliğinin küçük ölçekli galericilerin problemlerini çözebileceği, ancak orta/uzun vadede bu çözümün kullanıcıların birincil ilan

tercihi olmayan oyuncuları olumsuz bir durumla karşı karşıya bırakma riski olduğu,

- Bu şart altında kullanıcıların mevcut kullandıkları platformdaki ilanı taşıyacak olduğu, kullanıcıların mevcut alışkanlıkları üzerinden gerçekleştirecekleri ilk davranışın bu platform üzerinden ilan girmeye ve “nasıl olsa bundan sonra aktif olarak taşınacak” algısı ile ikinci platforma, bir daha giriş yapma gereği duymamaya başlayacakları, kullanıcıların SAHİBİNDEN tarafından sağlanan diğer hizmetlerden¹⁶¹ (doping vb.) haberdar olması, denemesi ve deneyimlemesi noktasında bir dengesizlik oluşacağı ve şartların eşit durumda olmayacağı, bunun sonucu olarak diğer platformların hem bu alanda mevcut müşterilerine kendi uygulamaları aracılığıyla tamamen ulaşamadıkları için daha fazla pazarlama eforu harcayacakları ve sonuç olarak daha düşük bir kullanım oranı sonucunda çok daha düşük bir gelir/büyüme elde edecekleri¹⁶²,
- Bu kaygıların yanında, platformlar arası aynı ilan için içeriğin farklı fiyatlar veya bilgiler ile listelenmiyor olmasının ilan bakan kullanıcıların yaşadığı tecrübenin iyileşmesini sağlayacağı, ilan bakan kullanıcıların güncel olmayan ilanlar için genellikle platformları suçladıkları, “güncel olmayan ilan” probleminin ortadan kalkmasının, kullanıcılara sağlanacak deneyimin iyileşmesiyle platform algısına olumlu bir katkı sağlayacağı, veri taşınabilirliğinin orta/büyük ölçekli galericilerin merkezi bir yönetim sistemi ihtiyacına tam karşılık olmayacağı, bu tür galericilerin kendi girişimi ile üretmiş olduğu internet sitesi, varsa stok uygulaması ile ilgili süreçleri yine bağımsız olarak yürütmesi gerekeceği, bu kullanıcıların temel ihtiyacının merkezi bir sistem üzerinden operasyonlarını yönetmek olduğunu düşünülürse entegrasyon sağlanmasının çok daha anlamlı çözüm yaratacağı

ifade edilmiştir.

- (602) Yukarıda aktarılan tepkilerden hareketle, veri taşımanın rakiplerin büyük çoğunluğu tarafından hem ilan veren üyeler, hem ilan bakanlar, hem rakip platformlar bakımından olumlu etkilerinin beklendiği anlaşılmaktadır. Ancak yine rakiplerin büyük çoğunluğu ilanların güncel tutulabilmesinin önemine dikkat çekmiş, bu bakımdan [doğrudan] veri taşımanın yetersiz kalacağını, entegrasyonun bu sorunları çözeceğini vurgulamıştır. Ayrıca bir rakip tarafından veri taşımanın küçük ölçekli üyeler için olumlu etkileri kabul edilmekle birlikte, uzun vadede kendi sitesine trafik çekmeyi hedefleyen taraflar için olumsuz etkileri olabileceği dile getirilmiş, bu sebeple söz konusu teşebbüs de veri taşımadan ziyade entegrasyonun pazardaki sorunları çözeceğini vurgulamıştır. Ancak entegrasyon sağlanmamasına yönelik şikayet bu aşamada olumsuz etkileri olumlu etkilerinden daha ağır basan bir yöntem olması sebebiyle 30.09.2021 tarih ve 21-46/655-325 sayılı Kurul kararıyla reddedilmiştir. Bununla birlikte, veri taşımaya

¹⁶¹ Teşebbüs tarafından ayrıca, SAHİBİNDEN'in mevcut gelir yapısında özellikle ilanların öne çıkartılması için satılan ürünlerin önemli bir kalem olduğu ve genel olarak iş modelinin bunun üzerine kurulu olduğunun söylenebileceği, bu noktada kullanıcının ilanının performansını takip ettiğinin, aldığı görüntüleme sayılarına göre de platform tercihi yaptığının bilindiği, bu açıdan bakıldığında ve kullanıcı ataleti de göz önünde bulundurulduğunda, ikincil bir platformu daha düşük oranda takip etmeye ve hatta hiç takip etmemeye özendirilen bu sistemde rekabetin daha da dengesizleşeceği ifade edilmiştir.

¹⁶² Mevcut durumda dahi üyelerine uygulamalarını ve ürünlerini kullanırmak konusunda ciddi bir efor sarf ettikleri, 2021 yılında ücret ödeyerek paket almış olmasına rağmen (.....) adet üyenin hiçbir şekilde ilan yayınlamadığı, sektörde mevcut tekel durumunun daha da güçlenmesine sebebiyet verecek bu yöntemin, aşmak için yüksek efor sarf ettikleri giriş bariyerini bir kez daha yükselteceği de belirtilmiştir.

ilişkin bahsi edilen olumsuz etkilerin pazardaki yoğunlaşma seviyesinin ve SAHİBİNDEN'in pazar gücünün yüksekliği, buna karşın SAHİBİNDEN'e karşı alıcı gücünün düşüklüğü sebepleriyle çok minimal düzeyde olduğu değerlendirilmektedir.

- (603) **Kurulun REOS (2022) Kararı altında da SAHİBİNDEN'e ilan girişlerinde SAHİBİNDEN ve kullanıcı arası teması baypas eden bir uygulamanın SAHİBİNDEN açısından kısa ve uzun vadede aleyhe birçok netice doğuracağını ifade ettiği savunması:**
- (604) SAHİBİNDEN'in veri taşımayı engellememesi ya da veri taşımayı sağlaması SAHİBİNDEN ile kullanıcı arasındaki teması kesen bir unsur değildir. Üye bu senaryoda da yine ilanını SAHİBİNDEN platformuna doğrudan girmektedir.
- (605) **Dosya kapsamında yapılan tespit ve değerlendirmelerde SAHİBİNDEN'i sadece kendisine girilen ilanların verilerinin rakibe taşınmasını engellemekle değil, bir de rakibe girilmiş bir verinin SAHİBİNDEN'e taşınmasını engelleyerek müşterileri münhasırlaştırmak ile suçladığı, bu iddianın, SAHİBİNDEN'e, kendisine ilan girişlerinin ne şekilde yapılacağını dikte eden bir tutum olduğu, bu şekilde bir çabayı ancak çoklu ilan girişi yapan entegratörlerin deneyebileceği, SAHİBİNDEN'in REOS ile çalışmak istememesinin kötüye kullanma teşkil etmeyeceğinin ise bilakis Kurul tarafından karara bağlandığı, Soruşturma Raporu'nun REOS (2022) ret kararı ile çelişen yaklaşımını en somut gösteren hususlardan bir diğerinin ise soruşturma döneminde EAAD'den yapılması istenen analizler içinde hala entegrasyon şikayetine atıf yapılması olduğu savunması:**
- (606) Soruşturma Raporu'nda aktarıldığı üzere, (.....) tarafından

- Geçmişten beri galericilerden ilanların platformlar arası aktarılması ve güncellenmesi yönünde oldukça fazla talep aldıkları, galericilerin bu imkânsızlıktan kaynaklı olarak başka platformlardan paket alsalar dahi, bunu aktif olarak kullanamadıkları,
- Bu sorunu çözmek adına anılan (.....), ancak SAHİBİNDEN tarafından taleplerine yanıt verilmediği ve ilgili problemin çözülemediği, daha sonra bu sorunu çözmek yönünde girişimleri olduğu, çeşitli arayüz eklentileri ile SAHİBİNDEN'den ilanların aktarılmaya çalışıldığı, ancak bu yöntemin kullanıcı tarafından elle tetiklenmesi gereken bir yöntem olduğundan sürdürülebilir olmadığı, ardından yazılım firmalarının kendi sistemine girilen ilanları bir robot ile SAHİBİNDEN arayüzüne girme çabalarının da olduğu, ancak bunun da sürdürülemediği, SAHİBİNDEN'in bu tür aktarımları "*olağan dışı erişim tespit edildiği*" gerekçesi ile 2019 yılından itibaren çeşitli yollarla engellediği

ifade edilmiştir. Bu ifadeler, rakiplerin/entegratörlerin SAHİBİNDEN'e ilan aktarmalarının engellenmesini, rakiplerin/entegratörlerin ilan aktarımı için denedikleri tüm yolların yanıtız kalması üzerine ilanın aktarım yönünü değiştirerek kendi portallarına girilen ilanları SAHİBİNDEN platformuna aktarma yoluna gitmiş olmalarını göstermesi bakımından dikkat çekicidir. Bu durum pazarda veri taşımanın engellenmesini bertaraf etmek üzere olası tüm yolların denendiğine işaret etmektedir. Diğer yandan, ekonomik analizde veya başka bir kısımda entegrasyon şikayetine atıf yapılmasının (eğer yapılsaydı) ihlal sonucuna varılan unsurlarla ilgisinin kopuk olduğu değerlendirilmektedir.

- (607) Dosya kapsamında yapılan “*emlakçılar arasında MLS sistemi de alternatif bir kanal olarak ele alınabilecektir.*” değerlendirmesinin oldukça hatalı olduğu, hangi gerekçe ile MLS sistemlerinin SAHİBİNDEN’e alternatif olarak kabul edildiğinin anlaşılmadığı, SAHİBİNDEN’e isnat edilen eylemler nedeniyle sadece rakiplerin değil, REOS gibi SAHİBİNDEN’in rakibi olmayan, birden çok platforma veri girişi yapılmasına imkan tanıyan çoklu listeleme hizmeti (MLS) sağlayıcılarının da mağdur olabileceğinin ifade edilmesinin hatalı olduğu savunması:
- (608) 1.5.2.1.6.3. numaralı başlıkta açık şekilde paydaşlarda meydana getirdiği etkiler çerçevesinde veri taşımanın engellenmesi değerlendirilmiş, SAHİBİNDEN tarafından gerçekleştirildiği tespit edilen veri taşımanın engellenmesi şeklindeki uygulamanın temel olarak iki tarafa yönelik doğrudan etkisinin doğduğu açıklanmıştır. İlk olarak SAHİBİNDEN kurumsal üyelerin rakip platformlara veri taşımasını engellemektedir. Bu etkiler “*Veri Taşımanın Engellenmesinin Rakip Platformlar Üzerindeki Etkileri*” başlığı altında incelenmektedir. İkinci olarak ise üyelerin çevrim dışı ortama, kendi web sitelerine, üyelerin oluşturdukları oda/dernek gibi birliklerin kurduğu platformlara, üyelerin kurabileceği MLS gibi sistemlere de veri taşınması engellenmektedir. Bu engellenmenin ayrıca ilan platformlarının diğer bir tarafını oluşturan bireysel kullanıcılar ve ilan bakanlar gibi taraflara da dolaylı etkisi bulunmaktadır. Bu etkiler ise “*Veri Taşımanın Engellenmesinin Diğer Kanallar Üzerindeki Etkileri*” başlığı altında incelenmektedir. Teşebbüs, kurumsal üyelik sözleşmelerinin Soruşturma Raporu’nda açıkça ve tekrar tekrar atıf yapılan maddelerinde yer alan, “*...bunun dışında bir amaçla veri tabanı üzerinden belirli bir sayıda veya bütününe yönelik olarak ilanlara ulaşılmaya çalışılması, ilanların kısmen veya tamamen kopyalanması, bunların başka mecralarda doğrudan veya dolaylı olarak yayımlanması, derlenmesi, işlenmesi, başka veritabanlarına aktarılması, bu veritabanından üçüncü kişilerin erişimine ve kullanımına açılması, Sahibinden üzerindeki ilanlara link verilmesi de dahil olmak üzere benzer fiillerin işlenmesine Sahibinden tarafından izin verilmemekte ve rıza gösterilmemektedir. Bu tür fiiller hukuka aykırı olup Sahibinden’in gerekli talep, dava ve takip hakları saklıdır.*” ifadeleri doğrultusunda ilan verilerinin kopyalanması ve başka mecralarda doğrudan ya da dolaylı olarak yayımlanmasını yasaklamaktadır. Burada alternatif kanallar ilan yayımlanabilecek çevrim dışı ortam, üyelerin kendi web siteleri, üyelerin oluşturdukları oda/dernek gibi birliklerin kurduğu platformlar, üyelerin kurabileceği MLS gibi sistemleri içerecek ve sözleşmede başka mecra ifadesine tekabül edecek şekilde üyenin verisini aktarmak isteyeceği her türlü ilan yayım kanalını ifade etmektedir. Şayet teşebbüs MLS sistemine veri taşımayı sözleşmede bahsettiği yasaklardan istisna tuttuysa bunu hususi olarak belirtmelidir. Diğer taraftan, ilgili kısımda yapılan inceleme sonucu, veri taşımanın engellenmesinin MLS sistemi de dahil olmak üzere diğer kanallara yönelik etkisinin sınırlı olduğu/bulunmadığı değerlendirilmiştir.
- (609) Ancak SAHİBİNDEN sözleşmelerindeki bu yöndeki sınırlama özellikle üyenin kendilerinin ya da kurumsal üyelerin dernek/oda vb. oluşumlarının kurduğu kanalların artması ve/veya gelişmesi halinde, olumsuz etki meydana getirecek niteliktedir.
- (610) **İlan verisinin bir ilan sitesine girilmesinin platformdan platforma emlakta 2-12 dk, vasıtada ise 2-14 dk arasında değiştiğinin belirtildiği, kullanıcıların SAHİBİNDEN’e girdiği ilanları rakip bir ilan sitesine girmelerinin HEPŞİ EMLAK’ın ifadesi ile ayda 16 dk sürdüğü, HEPŞİ EMLAK’ın ilan giriş süresini 2 dakikaya kadar kısalttığını iddia ettiği, buna göre emlakçı ve galericilerin ayda**

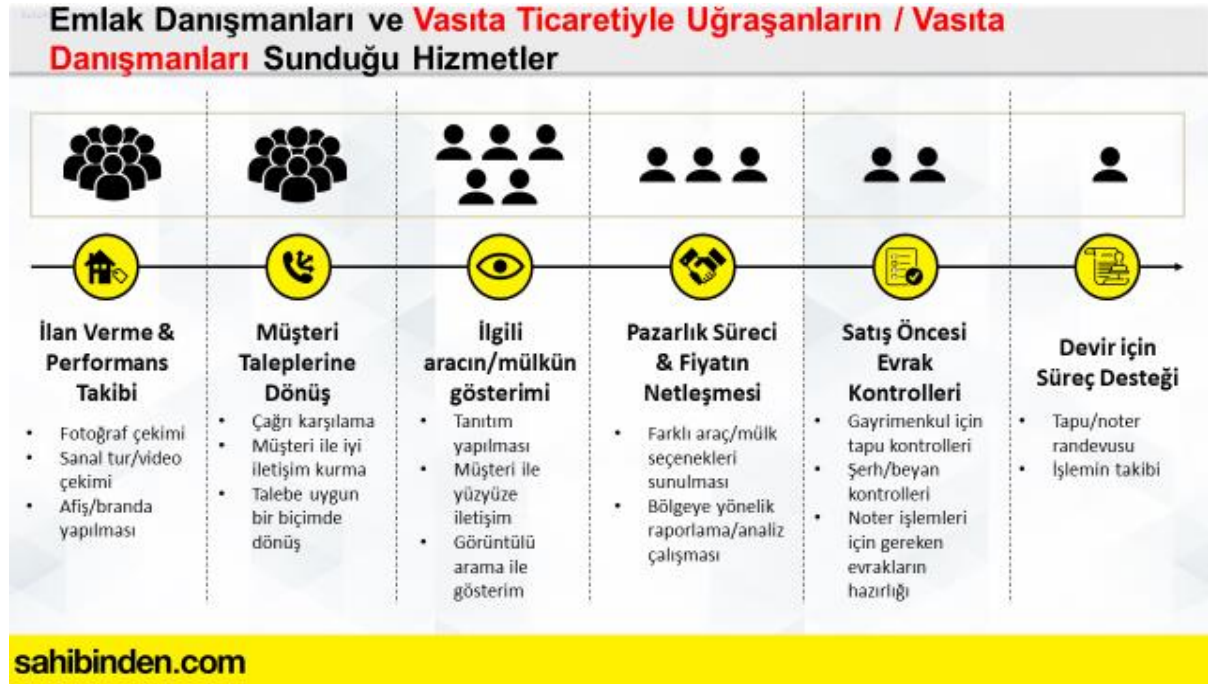
ortalama 10 ilan girişi için 20 dakika zaman harcaması gerektiği, ilan girişi bakımından en uzun süreyi iddia eden (.....)'ın dahi bu işlemin 15 dakika aldığını ifade ettiği, söz konusu işlemin zaman maliyeti bakımından bu kadar düşük olduğu savunması:

- (611) Soruşturma sürecinde ilan girişinin ne kadar zaman aldığı ve bu bakımdan yaşanan zorluklar SAHİBİNDEN dahil tüm paydaşlar üzerinden sorgulanmıştır. Elde edilen yanıtlar bu savunmada da referans verildiği gibi Soruşturma Raporu'nda aktarılmıştır. Buna göre ilan girişi süresi 2 dakika ile 20 dakika arasında değişmektedir. Soruşturma Raporu'nda bu sürelerin kısalığı ya da uzunluğu hakkında karşılaştırmalı bir değerlendirme yapılmasına odaklanılmamıştır. Bu sürelerin tam olarak hangi aralıkta değiştiğinden ziyade üyelerin ve rakiplerin karşılaştırdıkları zorlukların ve aksaklıkların veri taşıma ihtiyacını ortaya koyan önemli unsurlar olduğu görölmüştür. Bununla birlikte, Kurulun geçmiş kararlarından *Nadirkitap* kararında, ilana konu ürünlerin özellikleri dolayısıyla sayıca daha az ve nitelikçe daha öz olan ilan verilerinin, bir kısmı için kitaptan ekle özelliği ile bilgilerin otomatik olarak oluşturulabilmesine rağmen, ilan giriş süresinin 5 dakika olarak kabul edildiği, bu kabul karşısında NADİR Kitap'a sahafların girdiği yeni ilanlar da dahil olmak üzere satıcı üyelerinden bu yönde bir talep gelmesi halinde, ilgili satıcı üyelere kitap envanter verilerini doğru, anlaşılabilir, güvenli, eksiksiz bir şekilde, ücretsiz ve uygun formatta sağlaması yönünde yükümlölük getirildiği belirtilmelidir.

Diğer yandan, SAHİBİNDEN'in de ifade ettiği üzere, emlak ve ikinci el vasıta satışında yüksek bedeller el değiştirmekte, emlak ofisi ve oto galerilerin gerçekte yaptıkları satış ve kiralama belirlenir bir yüzdesi üzerinden gelir elde etmekte, bu tarafların komisyonlar %4 ile %10 arasında seyretmektedir. Ayrıca ilana konu ürünler, aracın hasar kaydı, boyası, değişen parçası ya da gayrimenkulün konumu, bulunduğu muhitin özellikleri vb. hususlarda detaylı açıklama ve sunum gerektiren ürünlerdir. Bu iki sebeple ilanlar, yayımlandığı an aslında tamamlanmamakta, başta fiyatı olmak üzere özellikleri ve açıklamalarında güncellemelere konu olmaktadır. Bu güncellemelerin ilanın satışa çevrilebilmesi bakımından katkısı elzemdir. Dahası, ilan sonlandığında ya da artık geçersiz olduğunda da yine üye tarafından ilanı yayımdan kaldırması yönünde bir işlem gerekmektedir. Aksi halde hem ilan veren hem de ilanın yayımlandığı platform ilan bakan nazarında geçersiz bir ilanı yayımda bırakmış gözükecek ve ilan bakana sunulan hizmetin kalitesi bakımından negatif izlenim verecektir. Bu sebeplerle, üye başına ortalama ilan sayısı ve ilan yayımı için harcanan süre, esasında ilgili ilan üzerinden gerçekte rekabet sürecinde harcanan gerçek süreleri yansıtamamaktadır.

Son olarak, SAHİBİNDEN'de gerçekte yapılan yerinde incelemede elde edilen belgelerden SAHİBİNDEN Mevzuat ve Rekabet Uyum Başkanı (.....) tarafından SAHİBİNDEN çalışanı (.....) ve SAHİBİNDEN Hukuk Müşaviri (.....)'e gönderilen posta eki olan sunumdan bir görselde danışmanların görevleri aşağdaki şekilde sunulmaktadır:

Şekil 18: Yerinde İncelemede Elde Edilen E-Posta Ekindeki Sunu



(612) Buna göre, emlak danışmanları ve vasıta ticaretiyle uğraşanların/vasıta danışmanlarının sunduğu hizmetler aşağıdaki gibidir:

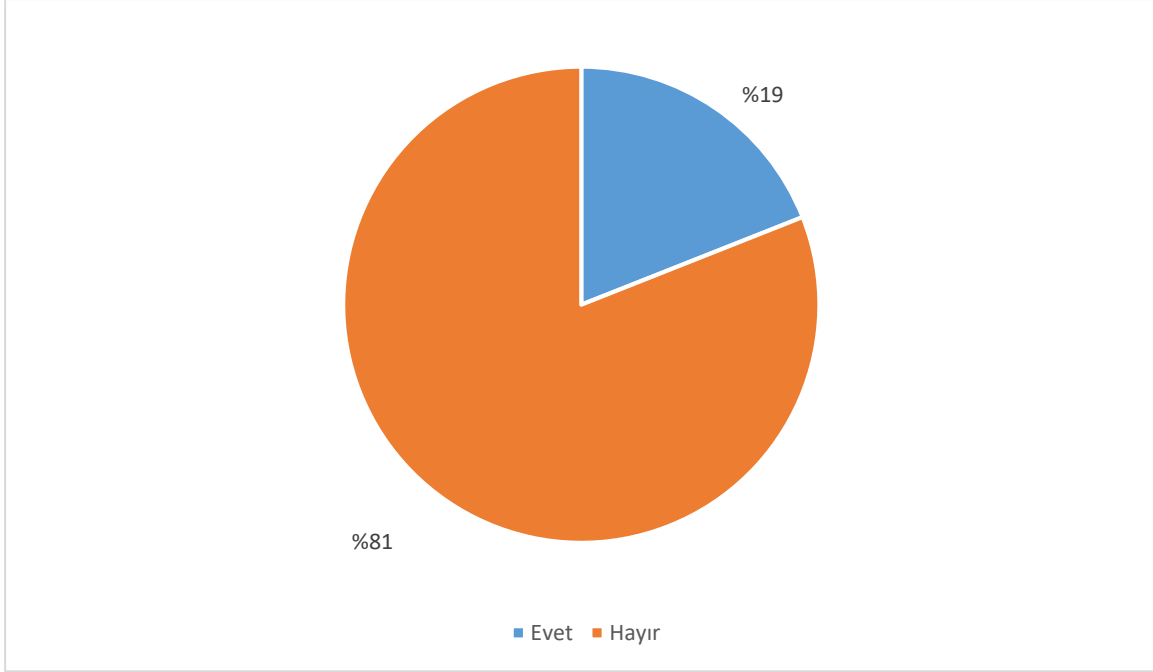
- Fotoğraf çekimi, sanal tur/video çekimi, afiş/branda yapılmasını da kapsayacak şekilde ilan verme-performans takibi,
- Çağrı karşılama, müşteri ile iletişim ve talebe dönüşleri kapsayacak şekilde müşteri taleplerine dönüş,
- Tanıtım yapılması, müşteri ile iletişim ve görüntülü arama ile gösterimi de kapsayacak şekilde ilgili aracın/mülkün gösterimi,
- Farklı araç/mülk seçeneklerinin sunulması ve bölgeye yönelik raporlama/analiz çalışmalarını da kapsayacak şekilde pazarlık süreci/fiyatın netleşmesi
- Tapu/noter randevusu ile işlemin takibini kapsayacak şekilde satış öncesi evrak kontrolleri ve devir için süreç desteği hizmetleri.

Bu çerçevede, emlak danışmanlarının sahada da görevlerinin olduğu ve tek işlerinin ilan yayımlamak olmadığı hususu karşısında üyelerin eş anlı birden fazla platform kullanmalarının zaman maliyeti oluşturduğu değerlendirilmektedir.

(613) **Veri taşımadan kaynaklı bir problemde bahsedilebilmesi için SAHİBİNDEN'e girilen ilan verilerinin kullanıcılar tarafından rakip platformlara girilmesinin geçiş maliyeti yarattığının parasal bakımdan da hesaplanarak somut bir şekilde ortaya koyulması gerektiği, bunun yerine emlakçı ve galericilerin rakip ilan sitelerinden ilan paketi almaya üşenen ama bir yandan da rakip sitelerle çalışma motivasyonu olan kurumlar olarak garip bir biçimde tanımlandığı, Soruşturma Raporu'nda ilan girişinde atalet, yoruculuk, kullanıcıların efor sarf etmek zorunda olması, ilan girişinin meşakkatli olması vb. soyut beyanlara dayanarak kullanıcıların rakip ilan sitelerine ilan girilmesinde yaşanan zorluk ve aksaklıkların ortaya konulduğu, bu zorluk ve aksaklıkların da veri taşıma ihtiyacının temelini oluşturduğu, kullanıcıların atalet içerisinde olmaları ve bu atalet sonucunda kullanıcıların rakiple çalışmasının zorlaştırıldığını iddia etmenin doğru olmayacağı savunması:**

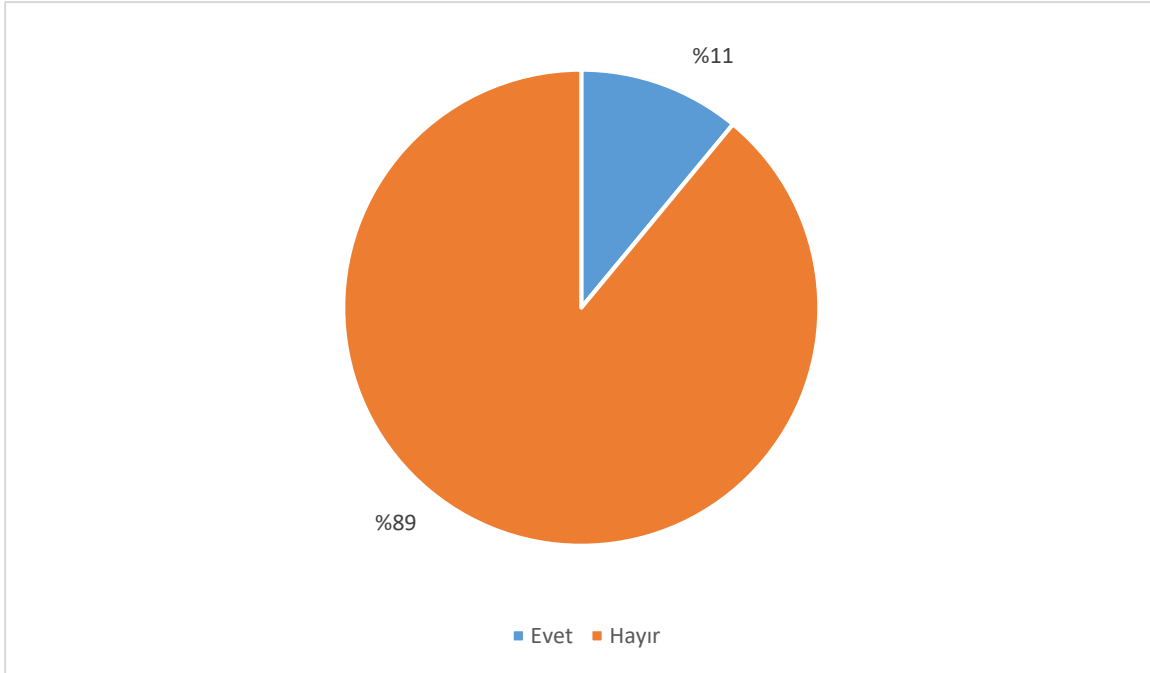
- (614) İlan girişinin aldığı yukarıda aktarılan sürelerden daha önemlisi bu ilan bilgilerinin sıklıkla güncellenmesi ihtiyacıdır. Mevcut dosya konusu ilgili pazarda aynı ilanın satışa çevrilmesi için birden fazla emlakçı arasında rekabet bulunmaktadır. Emlakçılar yayımladıkları ilanı satışa çevirebilmek ve bunun üzerinde komisyon alabilmek üzere birbiriyle yarışmaktadır. İlanı konu olan gayrimenkul veya vasıtanın değeri üzerinden alınan komisyon, anılan yarışta zaman unsurunu da değerli kılmaktadır. Üyeler ilanları bir an evvel satışa çevirmek üzere zamanla yarışmaktadır. İlanı satışa çevirme sürecinde, girdikleri ilan bilgilerini sıklıkla değiştirmekte, güncellemektedir. Dahası, ilan sonlandığında ilanı yayımdan kaldırmak dahi kritik bir unsurdur. Yayımda olmaması gereken/geçersiz bir ilan için ilan verenle iletişime geçen ilan bakan, bu ilanın geçersiz olduğunu öğrendiğinde platformun ilan bakanda verdiği izlenim olumsuz olmakta ve bu platformun kullanıcı ağını genişletmesinde bir engel oluşturmaktadır.
- (615) Ayrıca dosya konusu ilgili pazarda özellikle emlakçılar bakımından ofis bünyesinde bulunan danışmanlar ile ofis sahibi arasında klasik bir işçi-işveren ilişkisi bulunmamakta, her danışman özerk çalışmaktadır. Ofis sahipleri, alternatif platformların sağladıkları hizmet özelindeki faydaların yanı sıra, özellikle SAHİBİNDEN'in fiyatlarını yüksek bulmaları, SAHİBİNDEN karşısında alıcı gücüne sahip olmamaları, rakip platformların rekabetini önemli bulmaları gibi sebeplerle de hususi olarak rakip platformlardan da paket almayı tercih edebilmektedir. Ancak emlak danışmanları ilanın satışa dönüşebilmesi için en kritik mecra olan SAHİBİNDEN'e ilanlarını girdikten sonra bu işlemleri aynı motivasyonla rakip platformlarda da gerçekleştirmekten imtina edebilmektedir. Emlak danışmanlarının katlandıkları ilan masraflarının açıklanan paylaşım sistemi sonucu görece daha düşük hale gelmesi bu durumu daha da tetikleyebilmektedir. Aralarında bir işçi-işveren ilişkisinin bulunmaması sebebiyle ofis sahipleri ne kadar aksi yönde yönlendirme yapsalar da bu ataleti aşamayabilmektedir.
- (616) Yine de teşebbüsün bu savunması üzerine anket aracılığıyla erişilen kurumsal üyelere ve ilanlarını birden fazla platforma girebilmek ve buralarda güncel tutabilmek için ek personel istihdam edebilip edemedikleri sorulan emlakçıların 90'u (%19) bu soruya evet, 395'i (%81) hayır yanıtını vermiştir.

Grafik 5: Emlakçıların İlanlarını Birden Fazla Platforma Girmek ve Güncel Tutabilmek İçin Ek Personel İstihdam Edebilme Oranı (%)



- (617) İlanları birden fazla platforma girebilmek ve buralarda güncel tutabilmek için ek personel istihdam eden emlakçılar genellikle 1-10 aralığında olmak üzere ortalama 2 personel istihdam ettikleri, kişi başına 5-250 arası olmak üzere ortalama 40 ilan düştüğü, istihdam edilen personelin maliyetinin asgari ücret düzeyinde olduğu, ek personel istihdam eden emlakçıların (90) %33'ünün (34) personelinin sadece ilan girmekle görevli olduğu tespit edilmiştir. Söz konusu personelin sadece ilan girmekle görevli olmadığını belirten %67'lik kesim (56) ise personelin asistan, sekreter ya da emlak danışmanı olarak çalıştığını ya da ofisteki günlük işleri de yapan personel olduğunu belirtmiştir.
- (618) İlanları birden fazla platforma girebilmek ve buralarda güncel tutabilmek için ek personel istihdam etmeyen emlakçılar bunun nedenini ihtiyaç duymama, personel maliyetinin yüksekliği, SAHİBİNDEN ilan paketlerinin pahalılığı nedeniyle bütçe ayıramama, işleri sadece kendilerinin yürütebilmesi, tek platform kullanma gibi nedenlerle açıklamışlardır. Ayrıca emlakçılara ek personel istihdam etmeleri durumunda ek personelin maliyeti sorulmuş, emlakçıların genel olarak asgari ücret düzeyinde bir tutarı maliyet olarak belirttikleri tespit edilmiştir.
- (619) İlanlarını birden fazla platforma girebilmek ve buralarda güncel tutabilmek için ek personel istihdam edebilip edemedikleri sorulan galericilerin 37'si (%11) bu soruya evet, 299'u (%89) hayır yanıtını vermiştir.

Grafik 6: Galerilerin İlanlarını Birden Fazla Platforma Girmek ve Güncel Tutabilmek İçin Ek Personel İstihdam Edebilme Oranı (%)



- (620) İlanları birden fazla platforma girebilmek ve buralarda güncel tutabilmek için ek personel istihdam eden galericilerin genellikle 1-4 aralığında olmak üzere ortalama 1 personel istihdam ettikleri, kişi başına 1-150 arası olmak üzere ortalama 21 ilan düştüğü, istihdam edilen personelin maliyetinin asgari ücret düzeyinde olduğu, ek personel istihdam eden galericilerin (37) %35'inin (13) personelinin sadece ilan girmekle görevli olduğu tespit edilmiştir. Söz konusu personelin sadece ilan girmekle görevli olmadığını belirten %65'lik kesim (24) ise muhasebe, satış birimlerinde çalıştığını ya da ofisteki günlük işleri de yapan personel olduğunu belirtmiştir.
- (621) İlanları birden fazla platforma girebilmek ve buralarda güncel tutabilmek için ek personel istihdam etmeyen galericiler bunun nedenini ihtiyaç duymama, personel maliyetinin yüksekliği, işleri sadece kendilerinin yürütebilmesi, ilan yönetimi işi için ek personele ihtiyaç bulunmaması gibi nedenlerle açıklamışlardır. Ayrıca galericilere ek personel istihdam etmeleri durumunda ek personelin maliyeti sorulmuş, galericilerin genel olarak asgari ücret düzeyinde bir tutarı maliyet olarak belirttikleri tespit edilmiştir.
- (622) Buradan hareketle salt ilan yayımlamak için personel istihdam edilmesinin maliyetinin asgari ücret olduğu görülmektedir. SAHİBİNDEN'de 2021 yılı emlak için aylık 10 (yıllık 120) ilan yayımlamanın bedeli (.....)TL'dir. Bu bakımdan ilan yayımı için personel istihdamı, birçok üye için ilan için platforma ödenen ücretten daha maliyetli olacaktır.
- (623) **İlan giriş sürelerinin kurumsal kullanıcılar nezdinde bir geçiş maliyeti yarattığı iddiasının Soruşturma Raporu'nda yer alan verilerle çeliştiği, bu verilere göre portföy büyüklüğü ve eş anlı kullanım oranı arasında pozitif bir ilişki olduğu, kullanıcıların ilan girişinde zorluk yaşadığı ileri sürülse de ilan sayısı arttıkça rakiple çalışma oranlarının da arttığı, gerçekten ilan girişi zor bir işlem olsaydı ilan sayısı arttıkça çoklu erişim oranlarının düşmesi gerektiği, bu durumun emlakçı ve galericilerin diğer platformlara üye olmamasının nedeninin bu tür zorluklardan değil "rakiplerle çalışmaya ihtiyaç duymamaktan" kaynaklandığını gösterdiği savunması:**

- (624) Söz konusu iddia esasında Soruşturma Raporu'nda aktarılan çok sayıda değerlendirmenin eksik ya da hatalı yorumlandığını izah etmektedir. Rapor'da sadece ilan sayısı daha büyük olan, büyük ölçekli üyelerin rakiple çalışma oranlarının da arttığı yönünde bir tespit yapılmıştır. Rapor'da portföy büyüklüğü ve eş anlı kullanım oranı arasında pozitif bir ilişki olduğu, bunun da faaliyet ölçeğinin yüksek olduğu durumlarda eş anlı platform kullanım oranlarının da yüksek olduğu anlamına geldiği belirtilmiştir. Vasıta alanında da, emlak alanıyla ilgili kısımda ulaşılan sonuçlarla benzer şekilde, faaliyet ölçeğinin büyüdüğü durumda eş anlı platform kullanım oranlarının arttığı görülmektedir. Ancak bu çalışma bir nedensellik analizi içermemekte, var olan durumu resmetmektedir.
- (625) Diğer yandan, özellikle emlak alanında, ofislerin birden fazla işletme veya emlak danışmanını ihtiva etmesi, bu danışmanların portföylerini bir ofisin fiziki ve marka adı gibi imkânlarından yararlanmak üzere bir araya getirmesi sonucu olarak ilan sayısının yani üyelerin ölçekleri artması çok karşılaşılan bir durumdur. Bu hallerde ölçeğin büyümesi doğrudan danışman başına düşen ilan sayısının artmasına anlamına gelmemektedir. Diğer deyişle, üyelerin veri taşıma ihtiyacı ile ofislerin ölçeği arasında doğrudan bir ilişki kurulamamakta, ofisin ölçeği artsa da veri taşıma ihtiyacının bulunması hatta artması ihtimal dâhilinde kalmaktadır. Bu bakımdan, küçük ölçekli üyelere yönelik birden fazla platformda eş anlı ilan yayımlamada karşılaştıkları zorluklar ve veri taşımanın engellenmesinden etkilenmelerine yönelik değerlendirmelerin aslında büyük ölçekli üyeler için de geçerli olduğu eklenmelidir.
- (626) Son olarak, rakip platformlara üye olunmamasının rakiplerle çalışmaya ihtiyaç duymamak ve fakat başka unsurlar da dâhil olmak üzere birçok sebebi olabilecektir. Ancak rakip platformlara ihtiyaç duymayan ofislerin olması, alternatif platformları sağladıkları hizmet özelindeki faydaları için talep eden, ya da özellikle SAHİBİNDEN'in fiyatlarını yüksek bulmaları, SAHİBİNDEN karşısında alıcı gücüne sahip olmamaları, rakip platformların rekabetini önemli bulmaları gibi sebeplerle de hususi olarak rakip platformlardan da paket almayı tercih ettiğini belirten üyelerin varlığını dışlamamaktadır. Dosya kapsamında üyelerin bu motivasyonları detaylıca aktarılmıştır.
- (627) **Veri taşımanın farklı platformlarda yayımlanan ilanların güncel tutulması bakımından kritik olduğunun vurgulandığı, bir platformda yapılan değişikliğin diğer platformlarda da yapılmasının zor olduğunun belirtildiği ancak buna ilişkin olarak da güncelleme olgusunun ne kadar sürdüğü, ne sıklıkla gerçekleştiği konusunda somut verilere yer verilmediği savunması:**
- (628) Soruşturma kapsamında ilan özelliklerinden fiyat, açıklama ve ilana konu olan ev ya da arabaya ait tüm özelliklerin güncellenebilmesinin mümkün olduğu ancak bunların hepsinin ayrı bir işlem gerektirdiği hususları ele alınmıştır. SAHİBİNDEN'de 29.12.2021 tarihinde gerçekleştirilen yerinde incelemede kurumsal üyelerin bir ilanın güncellenmesi için harcadığı sürelerle yönelik ellerinde herhangi bir veri olmadığını da belirtmiştir. Ancak güncellemenin ölçülmesinden ziyade böyle bir eylemin ilgili ilanların yayımlandığı her bir platformda eş zamanlı/yakın zamanlı yapılmasının zorluğu, Soruşturma Raporu'nda açık olarak ortaya konulmuştur.
- (629) İlaveten bir kurumsal üyenin platformda ilanı güncellemek üzere harcadığı ortalama süreyi gözlemlenmek adına, rakip platformlardan kurumsal üyenin ilanı yayıma aldığı andan ilanı yayımdan kaldırdığı ana kadar ilan üzerinde değişiklik yapmak üzere geçirdiği ortalama sürelerle, bu sürelerin hesaplanış biçimlerine, bu sürelerin yıllar

itibarıyla farklılaşıp farklılaşmadığına, farklılaşıyorsa ardında yatan gerekçelere yönelik olarak bilgi talebinde bulunulmuştur.

- (630) (.....) tarafından, ilan güncellemesi ile ilgili süre tutulmadığı, ancak ilanda güncellenen ögenin ne olduğuna göre sürenin değişebileceği, fiyat, açıklama alanı değişikli gibi güncellemelerin basit prosedür kabul edilebileceği ve bir dakikanın altında yapılabilir bir işlem olarak değerlendirildiği, fotoğraf eklenmesi, değiştirilmesi gibi işlemlerin internet hızına, kullanılan cihaza, dosya boyutuna, kullanıcı deneyimine bağlı olarak değişebileceği ve dakikalar alabileceği belirtilmiştir. Öte yandan, kurumsal üyelerin ilanı yayına aldıktan sonra ilan türü (konut, arsa, vb.) ve yayımlanma tipini (satılık, kiralık) değiştiremedikleri, bu kategoriler haricinde tüm özelliklerin güncellenebileceği, 2019'dan bu zamana dek aktif ilanları dışarıda bırakarak ortalama güncelleme sıklığı kontrol edildiğinde ilan güncelleme sıklığının ortalama 23 gün olarak görüldüğü belirtilmiştir.
- (631) (.....) ise Aralık 2022 dönemi içerisinde ilan yayınlamış ve güncellemiş (.....) üye tarafından yayınlanan (.....) ilanı baz alarak bir çalışma yürüttüğünü, aktif bir üyenin aylık bazda ortalama 13 ilan yayına ekleyip çıkartmakta olduğunu ve her bir ilanını 44 kere düzenlediğini, aylık ortalama güncelleme sayısının 572 olarak gerçekleştiğini, bir ilanın güncellenmesi için harcanan sürenin ortalama 1 dakika 37 saniye olarak ölçüldüğünü (%90 ortalaması), ilan düzenleme için harcanan sürenin, aylık 15,4 saat ve yıllık 185 saat olduğunu, bu verinin geçmişe dönük olarak; ekran tasarımları ve süreçlerin zaman içerisinde değişmesi ve bu süreleri kısaltmanın ana hedeflerinden biri olması sebebiyle sağlıklı şekilde karşılaştırılmadığını belirtmiştir. İlavenen güncellemelerin çoğunlukla fiyat, kilometre ve açıklama alanlarında gerçekleştiği, daha az sıklıkla birlikte donanım, ekspertiz, araç hasar tutarı gibi bilgilerin ilana daha sonradan eklenebileceği veya değişiklik gösterebileceği, aynı zamanda ilan bilgilerine ek olarak bu ilanların %8'inde ilan yayımlandıktan sonra fotoğrafların güncellenmesi işleminin gerçekleştirildiği de aktarılmıştır.

I.6.1.5. Sözleşme Hükümlerine İlişkin Savunmalar

- (632) **1. Grup sözleşme hükümleri olarak ifade edilen 5.1.6. ve 4.3. hükümlerinin bayilik/distribütörlük anlaşmalarında yer alan ve bayilerin rakiplerle çalışmasını engelleyen rekabet yasağıyla aynı kefeye koyulduğu, kurumsal müşterilerin ancak “üçüncü kişilere çevrim içi ilan hizmeti sunmaya başlarsa” SAHİBİNDEN ile rekabet ediyor hale geleceği, kurumsal müşterilerin rakip ilan platformuyla çalışmasının onları SAHİBİNDEN ile rekabet eder hale getirmeyeceği savunması:**
- (633) 2002/2 sayılı Dikey Anlaşmalara İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği'nin 3. maddesinde rekabet etmeme yükümlülüğü, alıcının anlaşma konusu mal veya hizmetlerle rekabet eden mal veya hizmetleri üretmesini, satın almasını, satmasını ya da yeniden satmasını engelleyen doğrudan ya da dolaylı yükümlülük olarak tanımlanmıştır.
- (634) SAHİBİNDEN'in kurumsal üyeleri ile akdetmiş olduğu sözleşmenin 5.1.6. maddesinde “(...) Portal dâhilinde bulunan resimleri, metinleri, görsel ve işitsel imgeleri, video klipleri, dosyaları, veritabanları, katalogları ve listeleri çoğaltmayacağını, kopyalamayacağını, dağıtmayacağını, işlemeyeceğini, başka veritabanına aktarmayacağını veya bu nitelikte sonuçlar doğurabilecek şekilde Portal'a yüklemeyeceğini; gerek bu eylemleri ile gerekse de başka yollarla Sahibinden ile doğrudan ve/veya dolaylı olarak rekabete girmeyeceğini kabul ve taahhüt etmektedir.”

Denilmekle birlikte 4.3. maddesinde ise ““Kullanıcı¹⁶³, Portal dahilinde bulunan her türlü resimleri, metinleri, görsel ve işitsel imgeleri, video klipleri, dosyaları, veritabanları, katalogları ve listeleri çoğaltmayacağı, kopyalamayacağı, dağıtmayacağı, işlemeyeceğini, gerek bu eylemleri ile gerekse de başka yollarla Sahibinden ile doğrudan ve/veya dolaylı olarak rekabete girmeyeceğini kabul ve taahhüt etmektedir.” ifadesi yer almaktadır.

- (635) İlgili maddelerde yer alan “gerekse de başka yollarla Sahibinden ile doğrudan ve/veya dolaylı olarak rekabete girmeyeceğini” ve “Sahibinden ile doğrudan ve/veya dolaylı olarak rekabete girmeyeceğini” hükümlerinin rekabet etmeme yükümlülüğü kapsamında değerlendirilebileceği açıktır. Söz konusu ifadeler ilgili maddeleri salt korsan entegrasyon ya da veri taşımayı kapsayan bir halden üyenin herhangi bir yolla SAHİBİNDEN ile rekabet etmesini engelleyen bir hale getirmektedir. Bu bakımdan ilgili maddeler lafzı itibarıyla süresiz bir rekabet etmeme yükümlülüğü içermektedir.
- (636) Öte yandan, SAHİBİNDEN’in kastettiği gibi kurumsal üyelerin “üçüncü kişilere çevrim içi ilan hizmeti sunmaya başlarsa” SAHİBİNDEN ile rekabet ediyor hale gelecekleri açıklamasının sözleşmenin lafzından anlaşılmadığı, kastedilen ifade ile ilgili maddelerde geçen ifadelerin birbiriyle uyumlu olmadığı, maddelerde yer alan hükümlerin çok daha geniş bir sınırlamayı konu edindiği değerlendirilmektedir.
- (637) **SAHİBİNDEN tarafından pek çok kurumsal müşterisinin kendi ilanlarını yayımladığı internet sitesinin mevcut olduğu, SAHİBİNDEN’in emlak ve vasita kategorilerindeki binlerce kurumsal müşterisinin rakiple de çalışmakta olduğu, emlak kategorisinde SAHİBİNDEN’de yayımlanan her üç ilandan birinin rakipte de yayımlandığı, SAHİBİNDEN’in herhangi bir kurumsal müşterisine rakiple çalışmaması yönünde baskı yaptığına yönelik tek bir kayıt veya belgenin mevcut olmadığı savunması:**
- (638) Dosya kapsamında söz konusu savunmaya itibar edilerek değerlendirme yapılmıştır.
- (639) **SAHİBİNDEN’in kendisiyle rakip hale gelen bir kimseye hizmet vermek zorunda olmadığı savunması:**
- (640) Söz konusu hususa ilişkin mevcut soruşturma kapsamında bir analiz gerçekleştirilmemiştir. Sözleşme hükmünün lafzen verdiği mesaj iki önceki savunmaya verilen yanıt ile açıklanmıştır. Fiiliyatta ise sözleşmenin uygulanmadığı tespit edilmiştir. Bu bakımdan sözleşme hükmünün kaldırılması gerektiği değerlendirilmektedir. SAHİBİNDEN’in kendisiyle rakip hale gelen bir kimseye hizmet vermek zorunda olmadığından hareketle sözleşmelerini yeniden düzenleme yoluna gittiği bir senaryo karşısında, mevcut soruşturmada bu yönde bir hüküm ya da uygulamaya yönelik muafiyet değerlendirmesinin yapılmadığı vurgulanmalıdır.
- (641) **2. Grup sözleşme hükümlerinin teknolojik faaliyetlerin doğası gereği getirilen, rakiplerin de bu sebeple sözleşmelerinde yer verdiği hükümler olduğu savunması:**
- (642) Bu savunmaya yönelik olarak “1.6.1.3. Veri Taşımanın Engellenmesinin Gereçeklerine İlişkin Savunmalar” başlığında açıklama yapılmıştır. Bu konudaki sözleşme hükmü ile uygulaması uyumlu olduğundan ilave bir açıklama yapılmasına gerek olmadığı değerlendirilmektedir.

¹⁶³ İlgili sözleşme ekinde Kullanıcı “Portal’a ve/veya Sahibinden Veritabanı’na çevrimiçi (online) ortamdaki erişen her türlü gerçek ve tüzel kişi” olarak tanımlanmıştır.

(643) Kurumsal üyelerin veri taşımalarını engellediği iddia edilen hükümlerin esasen bireysel üyelik sözleşmelerinde de yer aldığı, öte yandan Soruşturma Raporu'nda "bireysel üyelerin veri taşımalarına ilişkin bir sınırlama ile karşılaşılmadığının" ifade edildiği, bu durumun bireysel üyelerin portföy büyüklükleri veya düzenli ilan yayımlayıp yayımlamamasıyla izah edilemeyeceğini, çünkü ihlal iddialarının sözleşme hükümlerine dayandığı ve ihlalin başlangıcının da sözleşme hükümlerinin hayata geçirildiği tarihten başlatıldığı savunması:

(644) İşbu soruşturmanın konusu SAHİBİNDEN'in emlak/vasıta satış/kiralama platform hizmetleri pazarındaki hâkim durumunu veri taşınabilirliği ve diğer yollara kötüye kullanıp kullanmadığının incelenmesine ilişkindir. Bu zamana kadar SAHİBİNDEN'in inceleme konusu yapıldığı Kurul kararlarında SAHİBİNDEN platformunda verilen ilanlar açısından kurumsal üyelik ve bireysel üyelik arasında ikame analizi yapılarak pazarların kurumsal üyelik ve bireysel üyelik özelinde ayrı ayrı tanımlanması uygun görülmüştür. Soruşturma kapsamına bireysel üyelerin alınıp alınmamasına ilişkin olarak pazar analizinde SAHİBİNDEN'de emlak ilanı yayımlayan bireysel üyelerin toplam bireysel üyeler içindeki payı ve bu üyelerin yıl içinde yayımladıkları ilk ilan haricindeki ilanlarının (ücretli ilanların) bireysel üyelerin yayımladığı toplam ilanlar içindeki payı incelenmiştir. Zira bireysel üyelerin yayımladıkları ilanların ilki, hem emlak hem de vasıta kategorilerinde yılda bir defaya mahsus olmak üzere ve 30 gün süreyle yayımda kalmak kaydıyla ücretsiz yayımlanmaktadır. Diğer yayımlanan ilanlar bakımından ise ilan başına ücret alınmaktadır.

(645) Buna göre, SAHİBİNDEN'de yılda en az bir emlak ilanı yayımlayan bireysel üye sayısının toplam bireysel üye sayısındaki ağırlığı 2019-2021 yılları arasında sırasıyla %(.); %(.) ve %(.) ile sınırlı kalmıştır. İlan yayımlayan bu üyelerin büyük çoğunluğu için ise bir ilan portföyünden söz edilememektedir. Zira büyük çoğunluğu yıl içinde yalnız bir ilan yayımlamıştır. Böylelikle, yıl içinde verilen ilk ilan haricindeki ilanların (ücretli ilanların) sayısının toplam ilan sayısı içindeki ağırlığı 2019-2021 yılları arasında sırasıyla %(.); %(.) ve %(.) olarak gerçekleşmiştir. Bireysel üyelerin vasıta ilanları için de benzer bir tablo ile karşılaşılmaktadır. Vasıta ilanları bakımından, SAHİBİNDEN'de 2019-2021 yılları arasında en az bir ilan yayımlayan bireysel üye sayısının toplam bireysel üye sayısındaki ağırlığı sırasıyla %(.); %(.) ve %(.) şeklindedir. Ücretli ilan sayısının toplam ilan sayısı içindeki ağırlığı ise 2019-2021 yılları arasında sırasıyla %(.); %(.) ve %(.) olarak gerçekleşmiştir. Dolayısıyla vasıta ilanları bakımından da bireysel üyelerin büyük çoğunluğunun ücretsiz ilan hakları bittikten sonra ücretli ilan yayımlamayı tercih etmedikleri, yılda birden fazla ilan içeren bir portföye sahip olan bireysel üyelerin sınırlı kaldığı görülmüştür. Bu tespitlere dayanarak bireysel üyelere yönelik faaliyetler mevcut dosyanın kapsamı dışında tutulmuştur, incelenmemiştir, bu sözleşmelere ilişkin herhangi bir aklayıcı ya da suçlayıcı değerlendirmede bulunulmamıştır.

(646) Bireysel üyelerin veri taşımalarına ilişkin bir sınırlama ile karşılaşılmadığı ifadesi ise bireysel üyelik sözleşmelerinde kurumsal üyelik sözleşmelerinin ihlal tespitine konu olan maddelerinin benzeri ile karşılaşılmadığından hareketle kullanılmıştır. Ancak teşebbüsün bu savunması karşısında, söz konusu ifadenin hatalı olduğu anlaşılmaktadır.

(647) Ancak her şekilde, bireysel üyelere yönelik yukarıda aktarılan tespitler doğrultusunda, bireysel üyelerin veri taşımaları gerektiren bir ilan portföyüne sahip olmaması ve bireysel üyelerin kurumsal üyeler gibi çok sayıda ilanı düzenli aralıklarla platformda

yayımlamamaları sebebiyle bireysel üyelere yönelik faaliyetlerin dosya kapsamına alınmamasının yerinde olduğu değerlendirilmektedir.

I.6.1.6. Ekonomik Analize İlişkin Savunmalar

- (648) SAHİBİNDEN'in savunmasında "Rapor, pazar gerçeklerine aykırı bir paket kullanım oranı analizi yapmıştır. Rapor, rakiple çalışan ve örneğin ayda 150 ilan yayımlayan bir kullanıcının "aslında sıfır ilan yayınladığını" ileri sürecek kadar garip bir "paket kullanım oranı hesabı" yapmış ve bundan hareketle zarar ileri sürmüştür. Rapor, bu değerlendirmede sadece "yeni" ilanları baz almış, bir önceki ay satılamayan, kiralanamayan, bu nedenle yayımlanmaya devam edilen ilanları yok saymıştır. Rapor, bu şekilde keyfi olarak SAHİBİNDEN ve rakiplerinin ücret karşılığında yayımladığı ilanların önemli kısmını yok kabul etmiştir. Bu yaklaşım hayatın olağan akışına, maddi hakikate, piyasa gerçeklerine aykırıdır." ifadesini vurgulamış, yapılması gerekenin, her ilan platformunun paket kullanım oranlarının, ilanlar arası yeni/repost vb. yapay ayrımlar yapılmadan hesaplanması olduğunu, bu yaklaşımla Kuruma 8 Şubat 2022 tarihinde talep üzerine sağlanan veriler baz alındığında; SAHİBİNDEN'in genel paket kullanım oranlarının 2019, 2020, 2021 yılları için sırasıyla emlak için %(.....), %(.....), %(.....) olduğu, vasıta içinse %(.....), %(.....), %(.....) olduğu, oysa bu oranların Soruşturma Raporu'nda emlak için ortalama %(.....), vasıta için (savunmanın bir yerinde) ortalama %(.....), bir yerinde %(.....) şeklinde yansıtıldığını iddia etmiştir. Teşebbüs yazılı savunmasının münferit kısımlarında Soruşturma Raporu'nun gerçeklerden kopuk bir değerlendirmeye dayandırıldığını, hatalı olduğunu dile getirmiş, Soruşturma Heyeti'nin tüm ilanlar baz alındığında paket kullanım oranlarının ne olduğunu kendilerine ve Kurula açıklamasını talep etmiştir.
- (649) Teşebbüsün söz konusu savunma, açıklama ve talepleri karşısında, öncelikle analizdeki amacın açıklanması gereklidir:
- (650) Dosya kapsamında soruşturulan SAHİBİNDEN'in rekabeti sınırlayıcı uygulamaları karşısında, üyelerin ve rakiplerin davranışlarını analiz etmek üzere, birden fazla platformda ilan yayımlayan üyelerin hangi platformdan ne kadarlık ilan paketi satın aldığını, bu ilan paketlerini ne kadar satın aldığını, buna karşın fiiliyatta hangi platformda ne kadar ilan yayımladığını tespit etmek üzere ekonomik analiz gerçekleştirmiştir. Bunun için öncelikle alternatif platformlarda vergi kimlik numarası veya TC kimlik numarası eşleşen üyeleri tespit etmiş, bu üyelerin SAHİBİNDEN'de ne kadarlık ilan paketi satın aldığını, bunun ne kadarını kullandığını, bunun karşısında üyelerin rakiplerde ne kadarlık paket satın aldığını ve bunun ne kadarını kullandığını incelemiştir. Elbette, analizin objektifliğini korumak bakımından satın alınan ilan paketlerinin maliyeti de dikkate alınmıştır. Bunun karşısında satın alınan paketin içerdiği ilan hakkının kullanılmayan kısmının üyede meydana getirdiği fiili maliyet de göz ardı edilmemiştir. Ancak en önemlisi, SAHİBİNDEN ve en az bir rakip platformu eş anlı kullanmayı tercih eden, diğer deyişle SAHİBİNDEN başta olmak üzere en az iki platforma ilan ücreti ödeyen üyelerin, SAHİBİNDEN'de ilan yayımladığı ilan sayısı ile rakip platformda yayımladığı ilan sayısı karşılaştırılmıştır. Böylelikle, bir üye portföyünde yeterince ilan bulunmasına ve satın aldığı paketin içerdiği ilan hakkının bu ilanları yayımlamaya imkân tanınmasına rağmen, SAHİBİNDEN'de daha fazla ilan yayımlıyor, ancak rakip platformda portföyündeki ilanları yayımlamıyorsa, bu ücretini ödemesine rağmen rakip platformu kullanmaması anlamına gelecek, fiiliyatta üye için bir refah kaybına işaret edebilecek, rakip içinse sattığı ürünün kullanılmaması sonucu özellikle ilan bakanlar bakımından çekici olmayan bir platform olarak kalmasına yol

açacak bir unsur olarak değerlendirilebilecektir. SAHİBİNDEN tarafından üyelerin ilan verilerini taşımalarına engel olunmasının bu duruma etkisi olduğu söylenebilecektir.

- (651) Buna karşın, birden fazla platform kullanmayı tercih eden üyeler, rakip platformlardan aldıkları paketleri portföylerinin el verdiği ölçüde kullandıkları bir senaryoda veri taşımanın engellenmesi yoluyla rakiplerin faaliyetlerinin zorlaştırılması gibi bir durumdan bahsedilemeyecektir. Zira veri taşımaya imkân sağlanmasa dahi rakip platformla çalışmayı tercih eden ve bunun için ücret ödeyen üyeler, ücretin karşılığını alacak şekilde ilan yayımlama haklarını kullanmış olacaktırlar.
- (652) İkinci olarak, hesaplama usulünün açıklığa kavuşturulmasında fayda bulunmaktadır. Yukarıda açıklanan saikten yola çıkılarak yapılan çalışmada SAHİBİNDEN'in iddia ettiğinin aksine, diğerlerinden farklı modelle çalışan SAHİBİNDEN ve ZİNGAT için, "tıpkı SAHİBİNDEN'in talep ettiği gibi" hem yeni ilanlar hem de re-post edilen ilanlar da dâhil edilmek üzere, tüm ilanları dikkate alarak bir çalışma yapılmıştır. Ancak her şekilde bu çalışma SAHİBİNDEN'in en lehine olan sonucu verecektir. Zira Soruşturma Raporu'nda aktarıldığı üzere, rakiplerde uygulanan ve park yeri modeli olarak isimlendirdiğimiz modelde dikkate alınan ilan sayılarının gerçekte yayımlanan ilan sayılarını yansıtmama, şişirilmiş olma riski mevcuttur.
- (653) Analizin SAHİBİNDEN'in en lehine olacak şekilde gerçekleştirilmesine rağmen, SAHİBİNDEN tarafından iletilen savunmada paket kullanım oranlarının çok daha yüksek olduğunun iddia edilmesi, aynı zamanda teşebbüsün hakkında aşırı fiyatlandırma yapıldığı iddiasına yönelik olan ve mevcut soruşturma ile eş anlamlı yürütülen 2022-1-015 numaralı dosya kapsamında benzer konuda sunduğu verilerin de mevcut soruşturma kapsamında teşebbüs tarafından sunulan verilerden farklı ve fakat ikinci yazılı savunmada teşebbüsün öne sürdüğü paket kullanım oranlarıyla örtüşen nitelikte olması, doğru verinin ortaya çıkarılması, SAHİBİNDEN'den talep edilen ve Soruşturma Raporu'nda ekonomik analize konu olan verilerin yanlış ya da yanıltıcı veriler olup olmadığının ve Kanun'un 16(c) maddesi çerçevesinde bir yükümlülüğü olup olmadığının tespit edilmesi, gerekiyorsa analizin doğru veriler çerçevesinde güncellenmesi gerekliliğini doğurmuştur. Nitekim iki dosyada SAHİBİNDEN tarafından sunulan cevabi yazılardaki veriler karşılaştırıldığında aynı sütundaki verilerin uyumlu olması beklenirken aşağıdaki tablo ile karşılaşılmıştır:

Tablo 57: (.....TİCARİ SIR.....)

- (654) Bunun üzerine SAHİBİNDEN'de yerinde inceleme gerçekleştirilerek teşebbüsün verileri çektiği sistemin arka planında algoritmaya dayalı ya da sistemsel müdahaleye ya da doğrudan müdahaleye dayalı bir eyleminin bulunup bulunmadığı, teşebbüsün gerçek verileri bilinçli bir şekilde çarpıtıp çarpıtmadığı, analize esas alınması gereken verinin ne olduğu sorgulanmıştır.
- (655) Yapılan incelemede, teşebbüs yetkilileri ile birlikte sistemden veriler canlı olarak çekilmiş, iki dosya arasında "Repost Edilmesine Bakılmaksızın Yayımlanan Toplam İlan Sayısı" bakımından oluşan farkın teşebbüs tarafından ilgili verinin tekilleştirilerek sunulmuş olmasından kaynaklandığı anlaşılmıştır. Yerinde incelemede elde edilen Belge-7 de bunu doğrular niteliktedir.
- (656) Belge-7/EG incelendiğinde, teşebbüs çalışanlarının "Repost Edilmesine Bakılmaksızın Fiilen Yayımlanan İlan Sayısı" başlıklı sütunda ilgili yılda yayınlanan ilanların tekrar

edilse de bir kere mi sayılacağı (tekillleştirileceği) yoksa “*Repost Edilmesine Bakılmaksızın Fiilen Yayınlanan İlan Sayısı*”nın ilgili yılda yayınlanan mükerrer ilanları da içerecek şekilde “*Fiilen Yayınlanan İlan Sayısı*” ve “*Repost Edilen İlan Sayısı*” toplamına mı eşit olacağı konusunda yazıştıkları görülmektedir. Belgedeki yazışmadan istenen verinin yanıtının *Repost Edilmesine Bakılmaksızın Fiilen Yayınlanan İlan Sayısı*”nın ilgili yılda yayınlanan mükerrer ilanları da içerecek şekilde “*Fiilen Yayınlanan İlan Sayısı*” ve “*Repost Edilen İlan Sayısı*” toplamı olduğunun anlaşıldığı, ancak Kuruma sunulan veride “*Fiilen Yayınlanan İlan Sayısı*” ve “*Repost Edilen İlan Sayısı*” sütunlarının toplanmadan yalnızca “*Repost Edilmesine Bakılmaksızın Fiilen Yayınlanan İlan Sayısı*” sütununun sunulduğu görülmüştür.

- (657) **Emsal kararlarda şart koşulmasına rağmen Soruşturma Raporu’nun kurumsal kullanıcıların “ne kadarının” veri taşımanın engellenmesi (veya münhasırlaştırma) nedeniyle rakip platformlar ile çalışmadığı hususunda bir hesaplama ve açıklama içermediği, veri taşımanın engellenmesi ve münhasırlaştırma iddialarının hatalı şekilde kurumsal sözleşme maddelerine dayandırılmış olması, sözleşme maddelerinin esasen veri güvenliğini sağlamaya yönelik olduğunun bilinmesi sebepleri ile böyle bir analizin yapılabilmesine imkân da olmadığı savunması:**
- (658) Dosya kapsamında yapılan inceleme ve tespitlerde emsal kararlara uyumun gözetildiği ve başvurulabilecek her noktada detaylı ekonomik analize başvurulduğu değerlendirilmektedir. Mevcut dosyada diğer münhasırlık dosyalarıyla uyumlu şekilde, bir sözleşme hükmü, uygulaması tespit edilmiş, bunun üzerine pazardaki durum ekonomik analizle resmedilmiştir. Analiz sonuçlarının ihlal tespitinin aksini gösterecek herhangi bir noktası bulunmamakta ve ihlal tespitini doğrular sonuçlar ortaya koymaktadır.
- (659) **Soruşturma Raporu’nda veri taşımanın engellenmesinin düşük seviyede birden fazla platform kullanım oranı doğurduğunun ileri sürüldüğü, oysa rakip bir platforma ilan girmek isteyen bir kullanıcı için “eş anlı kullanım oranları” gibi pazar istatistiklerinin değil, fiilen rakip platformda ilan yayımlamanın maliyetlerinin önemli olacağı, bu yönde hiçbir değerlendirme yapılmaksızın salt düşük eş anlı kullanım oranlarının geçiş maliyetlerinin varlığına delil olarak gösterilmesinin hatalı olduğu, öncül araçlarla pazara dışarıdan bir el olarak müdahale ederek o pazarda rekabeti artırmayı amaçlayan bir düzenleyici otorite gibi hareket edildiği savunması:**
- (660) Veri taşımasının engellenmesinin, üyeleri yalnızca SAHİBİNDEN ile çalışmaya, rakip platformlardan paket alan üyeler için ise portföyleri ve paket limitleri müsaade etmesine rağmen etkin şekilde kullanmamaya itebileceği, bu yolla rakiplerin faaliyetlerini zorlaştıracığı değerlendirilmektedir. Yapılan analizler de bunun aksini doğrular niteliktedir. Söz konusu tespit yalnız birden fazla platform kullanım oranına dayanmamaktadır. Bu oran analizin yalnız ilk aşamasını oluşturmaktadır. Ardından eş anlı platform kullanmayı tercih eden üyelerin, teşebbüsün ifadesiyle rakip platformda ilan yayımlamanın maliyetine katlanmış olan üyelerin, ilan portföyünün bulunmasına rağmen ücretini ödediği ilan paketini kullanmamaları ihlal tespitinde önemli bir dayanak olarak ele alınmaktadır. Nitekim bu sorunu aşmak üzere rakiplerin üyelerinin SAHİBİNDEN’deki verilerini bir şekilde taşımanın yollarına başvurduğu ve bunun rekabetin bir aracı haline geldiği gözlemlenmektedir.

- (661) Bunun yanında, ilan yayımlamanın maliyetlerinin önemli olduğu yönündeki savunma kabul edilebilirdir. Ancak bu yönde hiçbir değerlendirme yapılmadığı iddiasına katılmak mümkün değildir. Önceki paragrafta açıklanan analizlerin eş anlı olarak diğer ayağını birim ilan fiyatları oluşturmuştur. Paket kullanım oranları hiçbir noktada paketin fiyatından bağımsız olarak değerlendirilmemiştir. Analizler incelendiğinde, hem paket fiyatlarının, hem birim ilan fiyatlarının aktarıldığı görülecektir. Ancak vurgulanması gereken husus, rakiplerin pazara giriş için düşük fiyat stratejisiyle hareket ettiği, paket ve birim ilan fiyatlarının görece düşük olduğu, hatta kimi rakiplerin sınırsız veya ücretsiz ilan stratejisiyle faaliyet gösterdiği, ancak gelinen noktada, üyelerin rakiplerden satın aldığı paketleri kullanmaması sonucu, fiiliyatta ilan başına ödemiş oldukları ücretin (fiili birim ilan fiyatları) çok daha yüksek olduğudur.
- (662) Teşebbüsün ihlale dayanak olan bu hususları göz ardı etmesinden dolayı ihlal tespitini öncül bir düzenlemeye benzettiği öngörülmektedir.
- (663) **Soruşturma Raporu'ndaki emlak kategorisi için %(.....) ve vasıta kategorisinde %(.....) olarak hesaplanan eş anlı kullanım oranlarının doğru olmadığı, bu oranların hesaplanmasında kullanılan verilerin SAHİBİNDEN ile paylaşılmadığı, SAHİBİNDEN'in elindeki üçüncü taraf verilere göre rakiplerle çalışma oranlarının çok daha yüksek olduğu, vergi kimlik numarası (VKN) ve TC kimlik numarası (TCKN) üzerinden yapılan üye eşleştirmesi işlemlerinin sağlıklı olmadığı, rakiplerin sağladığı verilerde 2019-2020-2021 dönemine ait kaç adet VKN ve TCKN bulunmayan üyenin olduğunun açıklanması gerektiği, emlakçılık ve galericilik sektöründe kayıt dışılığın oldukça yaygın olduğu, bu sebeplerle gerçekleştirilen çalışmanın güvenilir olmadığı savunması:**
- (664) SAHİBİNDEN ve rakiplerinden talep edilen üye bilgilerinin TCKN veya VKN eşlemesi yoluyla eş anlı birden fazla platform kullananlar tespit edilmiştir. Ancak bir önceki savunmaya ilişkin yapılan açıklamada değinildiği gibi, bu oran analizin sonu değil başlangıcıdır. Hedef eş anlı platform kullananların rakiplerden satın aldıkları paketleri kullanım oranları ile SAHİBİNDEN'den satın aldıkları paketleri kullanım oranlarının karşılaştırılmasıdır.
- (665) Eş anlı platform kullanım oranı kayıt dışı çalışmanın olması halinde fiiliyatta daha farklı olabilecektir. Bu amaçla rakiplere ve üyelere sorulan sorular ve gerçekleştirilen görüşmelerde, örneğin (.....) tarafından kayıt dışılığın eskisi kadar çok olmadığı, platformların artık mesleki yeterlik belgesi talep ettikleri, bir ofisin vergi kimlik numarası olmadan ilan paketi satın alamayacağı ve ilgili platformda kendi adına mağaza açılmayacağı, (.....) tarafından sektördeki düzenlemeler sonucu kayıtsız emlakçının da sayısının kayda değer şekilde düştüğü belirtilmiştir.
- (666) (.....) tarafından Eylül 2022 itibarıyla (.....) yakın (.....) yetki belgesi aldığı, VKN veya TCKN olmaksızın satış yapılmadığı yanıtı alınmıştır. Esasında, bu oran birden fazla emlakçı/galericinin bir araya gelerek büyük paket satın alması ve bu yolla paket maliyetini düşürmesi gibi bir senaryoda da fiiliyattakinden farklılaşacaktır. Ancak rakipler ve üyeleri içeren paydaşlara sorulan sorular neticesinde bu yönde bir eğilimin yaygın olmadığı, nitekim emlakçı ve galericiler arasında sıkı bir rekabetin olduğu ve bu tarafların başka bir üyenin adı, mağazası, iletişim bilgileri altında faaliyet göstermeyi tercih etmeyecekleri, bunun rasyonel de olmadığı şeklinde geri bildirimler alınmıştır. Yine de bu gibi riskler göz ardı edilmemiştir. Eş anlı platform kullanım oranı tahminlerine ilişkin SAHİBİNDEN ve rakip platformlara da soru yöneltilmiştir. Alınan geri dönüşler sonucu değiştirecek bir nitelikte olmamıştır.

- (667) Bu senaryolar her şekilde, eş anlı platform kullandığı tespit edilen üyeler bakımından, paket kullanım oranlarının düşük kalmasını değiştirmemektedir. Hatta bu senaryolardan ikincisinin geçerli olduğu bir durumda, her bir bağımsız emlakçı/galerici bakımından tespit edilen paket kullanım oranları olduğundan daha büyük resmedilmiş olacaktır.
- (668) Diğer yandan, ticari sır ve kişisel veri içermesi sebebiyle SAHİBİNDEN'e bu veriler sağlanamayacaktır. Teşebbüsün kendisi de SAHİBİNDEN platformuna ilişkin söz konusu verileri Kuruma sağlamak karşısında benzer gerekçeleri öne sürmüştür.
- (669) **Soruşturma sürecinde EAAD'nin satış hacmine yönelik yaptığı analizlerde yer alan ve SAHİBİNDEN lehine olan hesaplamalara Soruşturma Raporu'nda yer verilmediği, oysa bu tablolardaki verilerin, esasen emlak özelinde SAHİBİNDEN'de yayımlanan ilanların çok önemli bir kısmının rakip ilan sitelerinde de yayımlandığını ortaya koyar nitelikte olduğu, bahse konu verilere göre 2021 yılında emlak alanında SAHİBİNDEN'de yayımlanan ilanlardan (.....) adet ilanının hem SAHİBİNDEN'de hem de rakip platformlarda yayımlanmış görüldüğü, EAAD tarafından hazırlanan rapora göre SAHİBİNDEN'de 2021'de yayımlanan ilanların %(.....)'inin hem SAHİBİNDEN'de hem de rakip ilan sitelerinde yayımlandığı, 2019 ve 2020 yılları için bu oranların sırasıyla %(.....) ve %(.....) çıktığı, benzer şekilde, vasıta alanına ilişkin EAAD verilerine göre 2021 yılında SAHİBİNDEN'de yayımlanan ilanların %(.....)'sinin hem SAHİBİNDEN'de hem de rakip ilan sitelerinde yayımlandığı, 2019 ve 2020 yılları için bu oranların sırasıyla %(.....), 2020 için %(.....)'yi bulduğu savunması¹⁶⁴:**
- (670) Dosya kapsamında yapılan inceleme ve değerlendirmede açıklanan gerekçelerle söz konusu analizin fiiliyatı yansıtmadığı düşünülerek teşebbüsün atıf verdiği tablolar kullanılmamış ancak SAHİBİNDEN'den gelen hatalı verilerin düzeltilmesiyle elde edilen sonuçlar aktarılmıştır. Yenilenen analizdeki sonucun da yine SAHİBİNDEN'in en lehine sonuç verecek nitelikte olduğu tekrar belirtilmelidir¹⁶⁵. Diğer yandan, söz konusu tablolar teşebbüsün bahsini ettiği analiz içeriğini ve rakamları ihtiva etmemektedir. Söz konusu tablolar eş anlı platform kullanan üyelerin hangi platformda kaç ilan yayımladığına ilişkindir. Bir ilanın başka bir sitede yayımlanıp yayımlanmadığının tespiti bu aşamada mümkün değildir. Bu bir yana, aynı platform üzerinde bir ilanının tekrar tekrar yayımlandığının tespitinin dahi mümkün olmadığı/güç olduğu

¹⁶⁴ SAHİBİNDEN tarafından bu oranların, yeni/tekel ilan sayısı bazlı olduğu ve re-post edilen, yani bir önceki ay satılmayan/kiralanan emlak ilanları da dahil edildiğinde bu oranın çok daha fazla çıkacağı iddia edilmektedir. Ancak analizlerde zaten bu yönde bir ayrıma gidilmemiştir.

¹⁶⁵ Park yeri modeliyle çalışan teşebbüslerin platformlarında yayımlanan her yeni ilan yeni bir ilan numarası almaktadır. Dolayısıyla aynı ilan silinip yeniden yüklendiğinde de yeni bir ilan numarası almaktadır. Nitekim bu teşebbüsler bir ilanın başka bir ilanla aynı olup olmadığının tespitinin çok güç olduğunu belirtmiş (bkz. para. 281, 312, 313), bu teşebbüslerle gerçekleştirilen görüşmelerden ve teşebbüslerden gelen bilgilerden bir ilanının repost edilmesi kavramının park yeri modeliyle çalışan platformlar için geçerli ve takip edilebilir bir kavram olmadığı anlaşılmıştır. Zira bu modelde ilan süresi bir ay ile sınırlı değildir ve üye istediği müddet ilanda kalabilmektedir. Ancak rakip teşebbüslerle görüşmelerden güncel olmayan ilanların platformda kalmasını engellemek amacıyla uzun süre yayında kalan ilanlar otomatik olarak pasife alınabilmekte/silinebilmektedir. Anılan sebeplerle, kullanıcılar tarafından hâlihazırda yayımlanan bir ilan silindiğinde ve tekrar yayınlandığında park yeri modeliyle çalışan platform tek bir emlak/vasıtaya ilişkin ilanı iki yeni/benzersiz ilan olarak saymaktadır. Dolayısıyla SAHİBİNDEN'in park yeri modeliyle çalışan rakiplerinin yeni/benzersiz ilan sayısı, silinip yeniden girilen ilanları ya da pasife alınan ilanları da içermesinden dolayı, aslında SAHİBİNDEN'de repost dahil fiilen yayınlanan ilan sayısına denk gelmektedir. Bu bakımdan, teşebbüslerden alınan veriler esasında en kıyaslanabilecek ve SAHİBİNDEN'in en lehine olabilecek senaryoyu temsil etmektedir.

değerlendirilmektedir. Ancak el yordamı ile sınırlı bir örnekleme ya da daha geniş bir örnekleme algoritmayla tahminleme vasıtasıyla böyle bir çalışmanın yapılabileceği, bunun da sağlıklı ve kapsayıcı sonuç vermeyeceği değerlendirilmektedir. Zira bir ilanı oluşturan başlığından, fiyat, ürün, model, yıl, açıklama vb. çok sayıda alan ihtiva eden ilan verisi bulunmaktadır. Bu verilerin farklı platformlar arasında karşılaştırılabilmesi bir yana, karşılaştırılabilse dahi hangi oranda bir eşleşmenin o ilanların aynılığını kanıtlar nitelikte olduğu yanıt vermenin güç olduğu bir soru olarak ortada kalmaktadır.

- (671) **Soruşturma Raporu'nun, sadece yılda 1.200-6.000 ilan yayınlayan ve emlakta kullanıcıların %(.....)'sini, vasıtada ise %(.....)'sini temsil eden, franchise zincir mağazalar gibi dev emlak ofislerini içeren büyük ilan verenler veya 2-3 dev galeri ile görüşüp (yılda ortalama 100/ayda 8 ilan yayımlayan) SAHİBİNDEN müşterilerinin en büyük kısmını oluşturan on binlerce küçük kurumsal kullanıcı ile hiçbir görüşme yapmadan bunlar hakkında kanaate vardığı¹⁶⁶, EAAD'nin görüşlerine dayanılan büyük emlak ofislerinin/galerilerin sahibinden kullanıcıları içinde ne kadar küçük bir kısmı temsil ettiğini gösterir tablolarına Soruşturma Raporu'nda yer verilmediği, Soruşturma Raporu'nun küçük ilan sahiplerinin ticari açıdan ihtiyaç duymama gibi oldukça somut gerekçelerle birden fazla platform ile çalışmak istemeyebileceğini gözetmediği savunması:**
- (672) Resen açılan mevcut soruşturma, Soruşturma Bildirimi'nde aktarıldığı gibi pazar aksaklıkları, paydaşların görüşleri ve daha önemlisi SAHİBİNDEN'in sözleşmeleri ile anket ve görüşme yoluyla erişilen emlakçıların beyanları üzerine açılmıştır. Soruşturma sürecinde ise bunlara ek olarak inceleme yapılmıştır. Ancak franchise veren emlakçıların da SAHİBİNDEN toplam emlak gelirleri içindeki payının 2019 yılında %(.....); 2020 yılında %(.....) ve 2021 yılında %(.....) şeklinde gerçekleştiği belirtilmelidir. Soruşturma Raporu franchise veren söz konusu markaların görüşlerini aktarırken temsil ettikleri büyüklüğü de aktarmıştır.
- (673) EAAD'nin yapmış olduğu Rapor'a aktarılmayan tek analiz SAHİBİNDEN'in hatalı veri sunması sebebiyle fiiliyatı yansıtmadığı anlaşılan analizler olup bunların düzenlenmiş hallerine yukarıda yer verilmiştir. Soruşturma Raporu'nda il bazında ve ölçek bazında eş anlı platform kullanım oranları aktarılmıştır. Buna göre, emlak ve vasıtada, üyelerin yaklaşık yarısının İstanbul, Ankara, İzmir ve Kocaeli'nde faaliyet gösterdiği, il bazında hesaplanan eş anlı kullanım oranlarının her iki faaliyet alanında da iller arasında çok fazla değişim göstermediği, ancak ölçek bazında bakıldığında bir üyenin faaliyet ölçeğinin büyüdüğü durumlarda eş anlı kullanım oranlarının da artış gösterdiği, bu sebeple büyük ölçekli üyelerin birden fazla platform kullanma oranlarının küçük ölçekli üyelere göre daha yüksek olduğu sonucuna varılmıştır.
- (674) Küçük ölçekli ilan sahiplerinin ticari açıdan ihtiyaç duymama gibi gerekçelerle birden fazla platform ile çalışmak istemeyebileceği mümkündür. Ancak veri taşımanın engellenmesi de bu tercihe etki edebilecek muhtemel bir unsurdur. Hâkim Durumdaki Teşebbüslerin Dışlayıcı Davranışlarına İlişkin Kılavuz'da (para. 22, 24) açıklandığı gibi kötüye kullanma değerlendirmesinde muhtemel etki göz önünde bulundurulmaktadır. Diğer yandan, Ek Görüş sürecinde emlakçı ve galericilere yönelik düzenlenen ankette 698 emlakçı ve 514 galericiden gelen yanıtlara göre de, salt büyük ölçekli üyelerin değil

¹⁶⁶ SAHİBİNDEN tarafından, franchising yöntemi ile çalışan Remax, Realty World, Coldwell Banker, Startkey, KellerWilliams (KW) ve benzeri yıllık 1.200, 2.400 vb ilan yayımlayan yabancı emlak zincirleri veya bünyesinde 80-100 çalışan olan, ayda tek başına 500 yılda ise 6.000'e yakın ilan yayınlayan ve franchising yöntemi ile çalışan Turyap Altın Emlak, BETAŞ, Kaçmaz Emlak gibi yerel emlak zincirleri, Nükte Otomotiv, Gürel Oto, SSMotors gibi büyük galerilerle görüşüldüğü belirtilmiştir.

üyelerin genelinin, emlakçıların 508 adedinin galericilerin ise 382 adedinin, veri taşımayı talep ettiği görülmektedir¹⁶⁷.

(675) Her şekilde, salt eş anlı platform kullanım oranlarından hareket edilmediği, eş anlı platform kullandığı tespit edilen kesimin paket kullanım oranlarının dikkate alındığı, bu oranın emlak için SAHİBİNDEN'de %(.....)'lerde, rakiplerde ise yaklaşık %(.....) arasında sınırlı kaldığı, bunun sonucunda hiç değilse eş anlı platform kullandığı tespit edilen üyeler bakımından rakip platformlardan paket satın almak için harcanan değer kullanılmayan kısmının hem üye bakımından rant kaybına sebep olduğu, hem rakip platformda ilan yayını kısıtlandığı için rakibin ilan bakanı çekiciliğinin ve dolayısıyla kullanıcı ağının kısıtlandığı, rakip platformlar arası rekabetin kısıtlanmasından dolayı yine kullanıcıların başta fiyat olmak üzere kalite, çeşitlilik ve inovasyon gibi unsurlar üzerinden zarar gördüğü değerlendirilmektedir.

(676) **Eş anlı kullanım oranlarının ardında ilan girişindeki zorluk, engelleme vb.nin değil bilakis ticari tercihlerin olduğunun görüldüğü savunması:**

(677) Mevcut soruşturma kapsamında (.....) ve (.....) ile gerçekleştirilen görüşmede:

- (.....) tarafından galericilerin (.....) SAHİBİNDEN ile çalıştığı, ikinci platform olarak %20'sinin ARABAMCOM ile de çalışmayı tercih ettiği; (.....) tarafından toplam galerici sayısı içinde sadece SAHİBİNDEN kullanan galericilerin %45'e denk geldiği, birden çok platform kullanan galericilerin toplam galericiler içinde %70'e denk geldiği,
- (.....) tarafından araç ilanı girme işinin kolay olduğu, açıklamaların kopyalanabildiği ve araba fotoğraflarının net ve belirli olmasının süreci kolaylaştırdığı, sistemin bazı bilgileri de otomatik doldurabildiği, ilan taşımanın kolaylaşması galericiler için önemli olsa da platformun tıklanma oranı sayesinde galericilerin aldıkları dönüşleri esasen daha çok dikkate aldıkları, reklamlarından dolayı diğer sitelerden daha fazla tıklama alan SAHİBİNDEN'in tercih edildiği, İstanbul'da birkaç firmanın 3-4 sene önce SAHİBİNDEN'deki ilanları başka platformlara yüklemek için faaliyete başladıkları, söz konusu firmaların ortalama 8-12 ay sonra faaliyetlerine son verdikleri, kapanmalarının sebebinin sistemin çökmesi ya da iş modelinin ilgi görmemesi olabileceği ancak kesin nedenin bilinmediği,
- (.....) tarafından ayrıca birkaç esnafın girdiği ilan bağlantılarının başka platformlarda da görülmesi üzerine SAHİBİNDEN tarafından uyarıldıklarına şahit olunduğu, geçen sene civarlarında ofisine hem SAHİBİNDEN hem de ARABAMCOM etiketi yapıştırmış olan bir galericinin ARABAMCOM platformuna ilanını koyması karşısında SAHİBİNDEN bölge temsilcisi tarafından hem etiketin hem de ilanın kaldırılması için uyarıldığı, ilaveten galericilerin de bu tip uygulamalar karşısında kendi aralarında şikâyetle bulunsalar da, bu şikâyetlerini dile getirmekten korktukları

ifade edilmiştir.

(678) **SAHİBİNDEN'in 2016'dan 2017'ye geçerken ilan sayısının yarısını kaybettiği ve payının %(.....)'lardan %(.....)'lere düştüğü, 2017 yılında tıklanma sayısına göre %(.....) pay aldığı, başka bir deyişle eldeki verilerin, ilan sayısında yarı yarıya azalmaya karşın SAHİBİNDEN'in pazarın en fazla görüntülenen ilan sitesi olabildiğini gösterdiği, vasıtada ise SAHİBİNDEN'in görüntülenmedeki payının**

¹⁶⁷ Detaylar için bkz, 582 ve devam paragrafları.

%(.....) olduğunun ifade edildiği, rakipler ilanların %(.....)'üne sahip iken görüntülenmede %(.....) pay almalarına karşın Soruşturma Raporu'nun hala ilan sayısının başarılı olmakta tek unsur olduğunu varsaydığı, SAHİBİNDEN'in başarısının ilan sayısından bağımsız nitelik arz ettiği ve ticari başarısının iş yapış şeklindeki başarısına dayandığı savunması:

- (679) Soruşturma Raporu'nda teşebbüsün de sağladığı verilere göre hazırlanan pazar payı verilerinde ne ilan sayısı ne gelir miktarı ne de üye sayısı bakımından iddia ettiği gibi bir kırılma/düşüş gözlemlenmemektedir. Soruşturma Raporu'nda ilan sayısı başarılı olmakta tek unsur olarak varsayılmamıştır. 2016'dan 2017'ye geçişte teşebbüsün ilan sayısı bakımından pazar payının azalmasının sebebi, 2017'de pazar analizine Hepsi Emlak'ın girmiş olması, buna karşın geçmişte aktif olup da 2018 yılında pazardan çıkan Milliyet Emlak gibi firmaların verisinin analize dahil edilememiş olmasıdır.
- (680) Kaldı ki SAHİBİNDEN tarafından 08.07.2021 tarih ve 21-34/475-237 sayılı Kurul Kararı'nda "hâkim durum analizinde kurumsal üye sayısı, kurumsal üyelere elde edilen gelirler ve sayfa görüntülenme sayısının parametre olarak değerlendirildiği fakat ilan sayısının dikkate alınmadığı, ilgili analiz için ilan sayısının önem arz ettiği" savunmasında bulunmuş olup 05.08.2021 tarih ve 21-37/540-263 sayılı Kurul Kararı'nda da "kurumsal üyelere yönelik pazarlardaki hâkim durum analizinde kurumsal üye sayısı, kurumsal üyelere elde edilen gelirler ve sayfa görüntülenme sayısının parametre olarak değerlendirildiği fakat ilan sayısının dikkate alınmadığı öte yandan bireysel üyelere yönelik hâkim durum analizi bakımından ilan sayısının dikkate alındığı, kurumsal üyelere yönelik pazarlara ilişkin hâkim durum analizlerinde de ilan sayısının gözlemlenmesi gereken bir parametre olduğu"nu ileri sürmüştür.
- (681) **Dosya kapsamında yapılan değerlendirmelerde rakiple çalışan kullanıcı sayısının az olduğu, bunun da rakiplerde daha az ilan yayımlanmasına ve rakiplerin yeterli büyüklüğe erişememelerine, dolayısıyla da rakiplerin daha az görüntülenmesine neden olduğu, bu nedenle rakiplerin rekabette dezavantajlı hale geldiğinin belirtildiği ve pazardaki başarının tamamen ilan sayısına bağlandığı, ancak bu varsayımın dosya kapsamında yer alan veriler ile çeliştiği, SAHİBİNDEN'in ilan sayıları esas alındığında bile ilan sayısı bakımından emlakta %(.....) paya sahip olduğu ve yayınlanan ilanların %(.....)'inin rakiplerde de yayımlandığı, bu bakımdan rakiplerin yeterli büyüklüğe erişememeleri ile kastedilenin ne olduğunun anlaşamadığı savunması:**
- (682) Bu savunma ile bir önceki savunmanın birbiriyle çeliştiği, önceki iddiasının aksine teşebbüsün ilan sayısını tek unsur olarak gösterdiği görülmektedir. Teşebbüsün pazar gücü gerek geçmiş kararlarda, gerekse bu dosyada, hem üye sayısı ve gelir miktarı hem de görüntülenme sayısı bakımından tutarlı şekilde ortaya konulmaktadır.
- (683) **Dosya kapsamında ulaşılan verilerden de anlaşılacağı üzere gerek emlak gerek vasıta alanında çevrim içi ilan pazarının sürekli yeni girişlere sahne olduğu, bu pazarlara bir giriş engeli olsa 2022 yılında dahi Trendyol'un girmek istemesini anlamlandırmanın mümkün olmayacağı savunması:**
- (684) Giriş engelleri pazarda tutunmaya ve büyümeye karşı engelleri de içerecek şekilde kullanılmaktadır. Trendyol yasal engel/yasaya uyum sebebiyle pazara girememiştir. Ancak, SAHİBİNDEN'e ilişkin alınan geçmiş kararlardaki rakipler ile soruşturma sürecinde aktif olan rakipler karşılaştırıldığında, SAHİBİNDEN'in en etkin rakiplerinden Milliyet Emlak'ın pazardan çıktığı görülmektedir. Aktif rakiplerince kayda değer bir büyüme sergileyemedikleri gözlemlenmektedir.

- (685) **Rakiplerin dokuz yıldır beş incelemede kendilerine defalarca kez sorulmasına karşın giriş engellerine ilişkin dile getirmedikleri hususları bu kez yürüyen soruşturma kapsamında sadece bir rakibin ileri sürmesinin ve bunun sorgulanmadan giriş engeli olarak kabul edilmesinin ancak re'sen açılan bir soruşturma ile bir fırsat doğması üzerine açık bir manipülasyon gayesi ile izah edilebileceğini düşündükleri, bu ahvalde rakiplerin rekabette başarılı olamamalarını SAHİBİNDEN'e yıkmalarının veya afaki giriş engelleri ardına saklanıp Kurumdan medet ummalarının haklı bir yanının olmadığı savunması:**
- (686) Dosyanın resen ya da şikâyet üzerine yürütülmesi, soruşturma standartlarını farklılaştırmamaktadır. Giriş engelleri geçmişten bu yana ilgili pazarda yürütülen dosyalarda konu olagelmiş ve pazarda varlığı tespit edilmiş bir husustur. Mevcut dosya ihlal konusu/ihlal tespiti yapılan uygulama bakımından diğerlerinden farklılaşmaktadır.
- (687) **Dokuz yıldır hemen her sene Kurumca çeşitli vesileler ile “bu pazardaki giriş engelleri nedir” diye kendilerine fikirleri sorulan rakiplerin veri taşımayı ilk defa bu incelemede dile getirmelerinin gözden kaçtığı savunması:**
- (688) Veri taşımanın engellenmesinin bir giriş engeli teşkil ettiği değerlendirilmesi bir yana, geçmiş kararlarda rakiplerin bu yönde beyanda bulunmaması, sonradan bu yönde beyanda bulunmasını geçersiz kılmaya yeterli değildir. Bu varsayım altında bir defa incelenen bir konunun geçen zamandan ve pazardaki diğer değişkenlerden etkilenmeyeceği ve bir daha incelenmesine gerek dahi bulunmadığı yanılığını içinde barındırmaktadır. Diğer taraftan rakiplere sorulan pazarda giriş ve büyüme engelleriyle karşılaşmış ve karşılaşmadıkları ve bunların ne olduğu sorusu karşısında, veri taşımanın engellenmesi birçok engelin yanında en son dile getirilen husustur. Geçmişten ziyade mevcut dosyada veri taşımanın engellenmesinin pazarda bir giriş engeli oluşturduğu yönündeki beyanlarının sebebinin son birkaç yıldır veri taşımanın rakiplerin rekabeti için kaçınılmaz bir uygulama haline gelmeye başlaması, rakiplerin bu yola başvurmaları ve veri taşımanın rekabetin bir unsuru haline gelmesinin etkili olabileceği değerlendirilmektedir.
- (689) **Dosya kapsamında SAHİBİNDEN'in emek, yatırım, çaba ile elde ettiği ilanları diğer platformlara aktarmasını sağlayacak bir imkân sunmamasının giriş engeli olarak değerlendirildiği, rakiplerin beyan ettiği bu hususların girişi engeli olup olmadığı hususunun aynı pazarın bir oyuncusu olan SAHİBİNDEN'e sorulmadığı ve ulaşılan sonuçların objektif olarak nitelendirilemeyeceği savunması:**
- (690) Dosya konusu soruşturmada hâkim durum analizi kapsamında pazar payları ve alıcı gücü unsurlarına ek olarak pazara giriş ve pazarda büyüme engelleri incelenmiştir. İlgili kısımda aktarıldığı üzere olası giriş/büyüme engellerinin muhatabı olarak rakiplere çevrim içi ilan yayımlama platform hizmetleri pazarına giriş ve bu pazarda büyüme bakımından (varsa) karşılaştıkları engeller sorulmuştur. Pazarda yerleşik olan ve 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesi kapsamında incelenen teşebbüse pazara giriş ve pazarda büyüme engellerinin sorulmaması olağandır. Ancak rakiplerin iddialarının aksini ispat yükü teşebbüsün üzerindedir. Teşebbüsün kendine yöneltilen iddiaların aksini Kanun'un kendine sunduğu savunma hakları çerçevesinde sunması mümkündür.
- (691) Diğer yandan, veri taşımanın engellenmesi rakipler tarafından bir giriş ve büyüme engeli olarak dile getirilmekle birlikte, veri taşımanın engellenmesi ihlale yol açan bir uygulama olarak değerlendirilmiştir. Bu bakımdan, veri taşımanın engellenmesi bir giriş engeli olarak değerlendirilmemiştir. Ancak ihlal konusu eylemin rekabeti sınırladığı ve dolayısıyla rakiplerin rekabetinde bir engel meydana getirdiği değerlendirilebilecektir.

- (692) Dosya kapsamında yapılan incelemede pazarda karşılaşılan aksaklıklar, zorluklar ve engellemeler çerçevesinde veri taşımanın engellenmesi değerlendirilmiştir. Bu çerçevede önce incelenen pazarın yoğunlaşmış yapısı, çift taraflı özelliği, çevrim içi pazar niteliğinden kaynaklanan ilk giren avantajı¹⁶⁸, kapsam ekonomisi ve ağ etkileri sonucu hem ilan bakan hem de ilan verenler bakımından SAHİBİNDEN'in önemli bir konuma geldiği, SAHİBİNDEN'in marka bilinirliği, geniş kullanıcı ağı ve yarattığı yüksek hacimli trafiğin bir giriş/büyüme engeli teşkil ettiği, bu engelleri aşmak üzere yüksek pazarlama bütçelerine/yatırım harcamalarına ihtiyaç olduğu gibi pazar aksaklıklarına değinilmiştir. Ardından, emlak ve vasıta alanındaki kurumsal üyelerin aynı ilanı birden fazla platformda ayrı ayrı girmesi, takip etmesi, güncel tutması ve sonlandırmasında yaşadıkları zorluklar ele alınmış, bu zorlukların rakip teşebbüsler için bu engelleri(n etkisini) 'daha da artırdığı' değerlendirilmiştir.
- (693) Bunun ardından ise, kurumsal üyelerin birden fazla platforma ayrı ayrı ilan girmesi ve bu ilanları güncel tutması bakımından karşılaştıkları zorlukları bertaraf etmek üzere rakipler tarafından pek çok yol denenmesi ve bunların etkisizlikle sonuçlandığı aktarılmıştır:
- (694) (.....) ve (.....) zincir emlak ofislerinin internet siteleriyle "doğrudan" entegrasyon sağlamayı denediği ancak (.....) beyanına göre ilgili şirketlerin platformlarının istikrarlı olmamaları, sürdürülebilir teknik destek sağlayamamaları nedeniyle bu yöntemden beklediği verimi alamadığı anlaşılmaktadır. Benzer şekilde (.....) büyük çaplı galericilerin kendilerine ait internet siteleriyle doğrudan/dolaylı olarak entegrasyon sağladığı ancak pazarın büyük bir kısmını ifade eden galericilerin böyle bir imkâna sahip olmaması nedeniyle söz konusu entegrasyonlardan kaynaklanan ilanların (.....) üzerinde yayımlanan ilanların içinde oldukça küçük bir paya sahip olduğu görülmektedir. Son olarak SAHİBİNDEN'in emlak kategorisindeki (.....) tek bir arayüzden birden fazla platformda ilan yayımlamayı sağlayan teşebbüslerle (REOS vb.) entegrasyon sağladığı ancak ilgili teşebbüslerin cevabi yazılarından söz konusu hizmetten bekledikleri ölçüde verim alamadıkları anlaşılmaktadır.
- (695) Dahası, (.....) SAHİBİNDEN kurumsal üyelerinin SAHİBİNDEN platformundaki ilanlarını aktarabilmeleri için (.....) denediği ancak söz konusu yöntemin bu tür veri aktarma metotlarının SAHİBİNDEN tarafından sürekli bir biçimde teknik olarak engellenmeye çalışılması, SAHİBİNDEN'in kendi internet sitesindeki küçük bir HTML değişikliği yapmasının yöntemle ilişkin kodların çalışmasını engellemesi gibi sebeplerle verimsiz olduğu anlaşılmaktadır. (.....) kurumsal üyelerinin diğer platformlardaki ilan verilerini aktarabilmesi adına ilk olarak (.....) sunduğu ancak anılan hizmetin SAHİBİNDEN tarafından teknik olarak engellenmesi neticesinde kullanımdan kaldırıldığı, bunun üzerine (.....) oluşturduğu ve personel istihdam ettiği, bu yöntemle müşterilerinin taleplerini belirli ölçüde karşılayabilse de ilgili ilanlara ait fotoğrafların üzerinde "*Sahibinden*" filigranının bulunması nedeniyle bahse konu yöntemin de istenilen ölçüde verimli olarak çalışmadığı görülmektedir.

¹⁶⁸ 2000 yılında faaliyetlerine başlayan SAHİBİNDEN emlak kategorisi bakımından çevrim içi ilan platformu hizmetleri pazarına ilk giren teşebbüstür. SAHİBİNDEN'in ilgili pazardaki mevcut rakiplerinin tamamı SAHİBİNDEN'den sonra faaliyetlerine başlamıştır. Vasıta kategorisi bakımından çevrim içi ilan platformu hizmetleri pazarına ise SAHİBİNDEN ile birlikte ARABAMCOM da 2000 yılında giriş yapmıştır. Ancak SAHİBİNDEN çok kategorili bir platform olarak pazara ilk giren niteliğini korumaktadır.

- (696) Dolayısıyla emlakçı/galericilerin rakip teşebbüslerden veri taşıma yönündeki talepleri karşısında, gerek emlak gerekse vasıta alanındaki rakip teşebbüslerin bir bir veri taşıma yoluna girdikleri görülmektedir.
- (697) Hatta veri taşımanın bir nevi SAHİBİNDEN ile rekabet edebilmek için kaçınılmaz bir unsur haline geldiği anlaşılmaktadır. İşte sözleşmelerdeki ilgili maddelerde yasaklanan uygulamalar tam da rakiplerin başvurdukları/başvurmak durumunda kaldıkları bu son yöntemi engellemektedir. Bu sebeplerle, pazarda karşılaşılan aksaklıklar ve zorluklar karşısında veri taşımasının engellenmesinin rakiplerin faaliyetlerini zorlaştırdığı değerlendirilmektedir.
- (698) **Emlak ilanları yönüyle kullanıcı sayısı ve ilan sayısı bakımından pazarın %41'inin rakiplerde olduğu, kullanıcıların %30'unun SAHİBİNDEN ile çalışmadığı bir ortamda, SAHİBİNDEN'de yayımlanan her üç ilanın birinin (%35'in) rakipte de yayımlandığı bir durumda rakiplerin karşılaştığı hangi giriş engelinden bahsedildiğinin anlaşılamadığı savunması:**
- (699) Teşebbüsün yukarıda aktarılan savunmasında ileri sürdüğü gibi ilan sayısı başarının tek göstergesi değildir. SAHİBİNDEN'in pazardaki gücü ve eylemleri karşısında pazarda oluşan etkiler, dosya kapsamında incelenmiştir.
- (700) **SAHİBİNDEN'den 14-15 yıl sonra pazara giren kuruluşların pazarda yer edinmek için reklam ve sair harcamalarını veri taşıma sebebiyle SAHİBİNDEN'e bağlamanın hatalı olduğu savunması:**
- (701) Soruşturma kapsamında pazarlama, satış ve dağıtım giderlerine (PSDG) ilişkin de inceleme yapılmış ve rakiplerin giriş engellerine ilişkin beyanları doğrudan veri kabul edilmeyerek, pazarda giriş ya da tutunma amacıyla ne şekilde çaba harcadığını incelenmiştir.
- (702) SAHİBİNDEN'in rakiplerinin söz konusu engelleri aşmak adına ne derece yatırım gerçekleştirdiklerini somutlaştırmak amacıyla, pazarlama, satış ve dağıtım giderleri (PSDG) ve PSDG'nin toplam gelir içerisindeki payı incelenmiştir.
- (703) Buna göre, ağ etkisi karşısında rakiplerce yapılan yatırımlar bakımından, SAHİBİNDEN'in rakiplerinin PSDG tutarları SAHİBİNDEN tarafından katlanılan PSDG tutarına yakınsamakta, hatta bunu aşmaktadır. Şöyle ki SAHİBİNDEN'in emlak kategorisinde 2021 yılında (.....)TL gelir elde ederken, (.....)TL PSD harcaması yaptığı, (.....) HEPSİ EMLAK'ın ise (.....)TL gelir elde ederken (.....)TL PSD harcaması yaptığı görülmektedir. Benzer şekilde vasıta kategorisinde SAHİBİNDEN'in 2021 yılında (.....)TL gelir elde ettiği ve (.....)TL PSD harcaması yaptığı görülürken, (.....) ARABAMCOM'un (.....)TL gelirin (.....)TL PSD harcaması yaptığı görülmektedir. Oranlandığında da vasıta alanındaki rakip teşebbüslerin pazarlama, satış, dağıtım harcamaları gelirlerinin çok daha üstüne çıktığı görülmekte, en yakın rakip (.....) için gelirin (.....) katı harcamadan bahsedilmektedir. Keza (.....) örneğinde olduğu gibi gayrimenkul alanındaki rakiplerin PSD harcamaları SAHİBİNDEN'in gerçekleştirdiği PSD harcamalarını aşabilmektedir.
- (704) Bu harcamalara ek olarak ilan girme işlemlerinin hızlandırılması için zorunlu alanların sadeleştirilmesi, mobil cihazdan ilan yüklemeyi kolaylaştırmak için SMS altyapısı sağlanması, ilandaki görselin hangi odaya ait olduğunun tespit edilerek sadece fotoğrafları yükleyerek ilan açıklamalarının otomatik oluşturulmasını sağlayacak yapay zekâ modulünün geliştirilmesi gibi yenilikçi girişimler de etkili bir çözüm olamamaktadır.

(705) SAHİBİNDEN'in rakiplerine çevrim içi ilan yayımlama platform hizmetleri pazarına giriş ve bu pazarda büyüme bakımından (varsa) karşılaştıkları engeller sorulmuştur. Gerek emlak gerekse vasıta alanındaki rakiplerin tümü ilgili pazarlarda giriş ve büyüme engelleriyle karşılaştıklarını beyan etmiştir. Söz konusu engellere ilişkin açıklamalar aşağıdaki şekildedir:

- Pazara ilk giren avantajı, pazarın çift yönlü özelliği ve yoğun ağ etkileri
- Bu etkilerin aşılması/yeterli seviyede kullanıcı ve üyeye erişilmesi, bilinirliğin ve sürdürülebilirliğin sağlanması, marka bilinirliğinin artırılması için yüksek yatırım maliyetlerinin, reklam/pazarlama harcamalarının gerekliliği,
- Bu bakımdan ürün ve hizmetlerin niteliğine ilişkin geliştirilen inovasyonların etkisiz kalması,
- Bu bakımdan ücretsiz fiyatlandırmanın dahi etkili olamaması,
- Tek bir platform üzerinde verilerin toplanması, kurumsal üyelerin kendi verilerini dilediği zaman başka platform ile paylaşmaması, çevrim içi platform hizmeti kullanıcılarının çoklu erişim imkânlarının önünde engeller olması,
- SAHİBİNDEN'in vazgeçilmez olması, emlakçıların öncelikle SAHİBİNDEN'i tercih etmesi ve alternatif platformlara bütçe ya da zaman ayıramaması.

(706) (.....), üyelerin zaman ayırma sorununu şu şekilde açıklamaktadır:

“Emlak ticaretine aracılık eden danışmanların çevrim içi ilan yayımlama platformlarına ayırabildikleri zamanın kısıtlı olması, gün içinde ticari faaliyetleri nedeniyle masa başında zaman bulamadıkları için bu faaliyetlerini kısıtlı süre içerisinde gerçekleştirmektedirler. Her ne kadar ofis sahipleri pazarlamada çeşitlilik ve fiyat fayda dengesi argümanları sunularak farklı platformlar denemeye ikna edilse dahi, ofiste görev alan danışmanlar birden fazla platformda aynı işleri tekrarlı olarak yapmaktan imtina etmektedirler. Sonuç olarak ürün kullanılıp denenmeden vazgeçilmektedir. Bu durum pazar liderinin tüketiciye daha fazla seçenek sunabilmesine, ilan çeşitliliği sunabildiği için daha fazla tercih edilir olmasına, doğal olarak emlak ofisleri pazarını domine etmesine neden olmaktadır.”

(707) (.....) pazarın çift taraflı özelliği ve ağ etkilerini aşağıdaki şekilde açıklamaktadır:

“Asıl sorun bu platformun bilinirliğinin ve sürdürülebilirliğinin sağlanması ciddi yatırım gerektirmektedir. Ayrıca platformun kullanıcın gözünde daha kabul edilebilir bir düzeye gelmesi için platform yayıma çıktıktan sonra gerek yeni geliştirmeler gerekse bakım maliyetleri ciddi bir tutar gerektirmektedir. Ziyaret edilen bir platform ve rakipler arasından sıyrılan bir rakip olabilmek ya da var olan pazar paydaşlarına yeni bir rakip olarak çıkabilmek için çok ciddi reklam harcamaları yapmak gerekmektedir. Farklı kanallardaki reklam harcamaları ile birlikte tüketici tarafından tanınma ve aranan bir platform olma işlemlerine ilk adım atılabilmektedir. Sonrasında platforma getirdiğiniz tüketiciyi talebi karşılayacak seviyede ilan sayısı ile karşılanması gerekir ki bunun için de arz tarafında yeteri sayıda ilan bulunduracak çalışmaları yapıp platforma ilan verecek üyeleri çekmeniz gerekmektedir. Pazaryerleri için aşılması gereken en önemli adım bu olup burada belirli bir noktaya gelmek marka bilinirliğini artırmaktan geçmektedir. Ziyaretçi trafiğini artırmak için yeterli sayıda ilan olması gereklidir. Yeterli ilan yoksa trafik oluşturulamayacağı için yeterli müşteri olmaz. Bunu aşmak için ciddi miktarda trafik üretmek için para harcamak gereklidir. Tipik bir tavuk-yumurta sorunsalı ile karşı karşıya olduğumuzu söyleyebiliriz. Üyeniz ve dolayısıyla ilan sayınız az ise yani raflarınız dolu değilse, ziyaretçi çekemezsiniz, ziyaretçiniz az ise, üyelik satmanız yani haliyle raflarınızı doldurmanız zorlaşır; sonuç olarak gelirleriniz yeterli düzeye gelemez, bu defa öz kaynaklarınızdan sürekli ziyaretçi çekmek için para harcarsınız; ancak gelen ziyaretçiler de yetersiz ilan gören bir site gördüklerinde, sitede kalmazlar;

yaptığınız harcamalar da bir bakıma boşa gitmiş olur. Pazaryerlerinde, tüketiciler genel davranış olarak ürünü (ilanı) çok olan platformu tercih ederler.”

(708) (.....) de SAHİBİNDEN'in aldığı trafik büyüklüğünü ve bunun pazara giriş için meydana getirdiği engelleri şu şekilde açıklamaktadır:

“Yerleşik işletmeci, pazara girme potansiyeli olan teşebbüslere göre Google organik arama sonuçlarında daha üst sıralarda yer aldığından doğal bir trafik avantajına sahip olmaktadır. Google'ın arama sonuçlarında web sitelerine yer verirken sitenin ne kadar eski olduğunun bir kriter olarak değerlendirildiğini düşündüğümüzden pazara yeni girecek olan oyuncuların arama sonuçlarında ilk sıralarda yer alamamaları nedeniyle sitelerine yeterli trafik çekmeleri zor olacaktır. Emlak sektöründe SAHİBİNDEN markasının pazarı domine edişi ve isim avantajını da kullanmasıyla beraber herhangi bir yeni veya mevcut oyuncunun ilan aramalarında değil ikinci veya üçüncü sırada çıkması, aynı sayfada yani ilk 20 alternatif arasında çıkması bile zorlaşıyor. “SAHİBİNDEN” kelimesi aynı zamanda jenerik bir arama olduğu için kullanıcının arama niyeti belli olmamakla birlikte SAHİBİNDEN'in tüm organik sonuçları domine ettiğini görüyoruz. Bu durum diğer markaların reklam vermesini zorunlu hale getiriyor. Bir örnekle açıklamak gerekirse “SAHİBİNDEN kiralık daire” aramasına baktığımızda toplam trafiğin %98'i Organik sonuçlardan elde ediliyor. SAHİBİNDEN'in trafik payı ise burada %95. Neredeyse tüm trafiği alıyor. Long term kelimelere baktığımızda da SAHİBİNDEN'in bu kelimelerde de hala trafik payının yüksek olduğunu görebiliriz. Yine aynı şekilde rakamsal örnek ile durumu ifade etmek gerekirse emlakçıdan değil mal sahibi tarafından verilen bir ilan hem SAHİBİNDEN hem (.....) platformuna verilmiş olsa bile "SAHİBİNDEN" platformuna verilen ilan 66 kat fazla trafik çekiyor. Bu rakamlara baktığınızda da mevcut oyuncuların veya sektöre yeni girmeyi planlayan oyuncuların yaşadığı veya yaşayacağı mağduriyeti daha net görebiliyoruz.”

(709) **HEPSİ EMLAK ve ARABAMCOM'un SAHİBİNDEN'den fazla PSDG harcaması yapmasının tek sebebinin rakiplerce bütünüyle SAHİBİNDEN'e atfedilen giriş ve büyüme engellerinin aşılması amacıyla hizmet ettiğini işaret eden Soruşturma Raporu'nun hatalı bir yaklaşım benimsediği, PSDG'nin her pazar oyuncusu için olağan bir harcama olduğu ve rakiplerin birbiri ile rekabet etmek için veya pazara kendilerinden önce girmiş oyunculardan pay kapmak için elbette ciddi PSDG harcaması yapmak durumunda kalabilecekleri, SAHİBİNDEN tarafından IPSOS'a yaptırılan anketler çerçevesinde, örneğin HEPSİ EMLAK tarafından yapılan PSDG harcamalarının, bu kuruluşun marka isminin değiştirilmesinin menfi etkilerini telafi etmek amacıyla yapıldığı ve amacın kuruluşun son üç yılda yaşadığı önemli bilinirlik kayıplarının önüne geçmek olduğu, rakip teşebbüslerin SAHİBİNDEN tarafından yaratılan herhangi bir engele ilişkin değil bizzat kendi markalarından kaynaklı sorunlar veya kendi markalarını güçlendirmek gayesiyle harcama yapabildikleri, ARABAMCOM'un yakın dönemde Trink Sat denilen ve ilan işinden ayrı bir faaliyet olan araba satışı işine girdiği ve Trink Sat uygulaması için ağır PSDG harcamasında bulunduğu, ARABAMCOM'un PSDG altında ele alınan reklam harcamalarının %85'inin ilan işini ilgilendirmediği, ARABAMCOM'un ilan işi dışında yeni bir faaliyet koluna yoğun bir biçimde yatırım yaptığı ancak Soruşturma Raporu'nda rakiplerin PSDG detayına inilmediği, Ticaret Bakanlığının, e-ticaret firmaların pazarda rakiplerin gelişmesini engelleyecek surette yüksek pazarlama ve reklam harcamaları yaptığından bahisle 6563 sayılı Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun'da değişiklik yoluna gittiği, Soruşturma Raporu'nun ise, SAHİBİNDEN'in bu şekilde bir davranışı olmadığını, bilakis rakiplerin ihtiyaç duymaları halinde**

SAHİBİNDEN'den yüksek reklam ve pazarlama harcamalarına gidebildiğini gösterdiği savunmaları:

- (710) Dosya konusu soruşturmada HEPSİ EMLAK ve ARABAMCOM'un SAHİBİNDEN'den fazla PSD harcaması yapmasının gerekçeleri inceleme konusu yapılmamıştır. Platformların PSD harcamaları karşılaştırmalı olarak resmedilerek rakiplerin pazarda tutunma çabalarının boyutu aktarılmıştır. Rakiplerin PSD harcaması yapmasını ihlale bağlamak söz konusu olmadığı gibi, PSD harcamasının rekabetin bir unsuru olmasının olağan olduğu değerlendirilmiştir. 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesi kapsamında öncül bir müdahalenin söz konusu olmayacağını teşebbüs de savunmasında dile getirmiştir. Rakiplerin PSD harcaması yapıp yapmamasını, harcamanın gerekçesini veya bu harcamaların hangi kanallara dağıtılması gerektiği sorgulanmamaktadır.
- (711) **Kurum tarafından gönderilen bilgi isteme yazılarına cevaben iletilen kullanıcı sayıları ile Soruşturma Raporu'nda yer alan kullanıcı sayılarının farklılık gösterdiği savunması:**
- (712) Soruşturma Raporu'ndaki pazar payı hesaplamasında, SAHİBİNDEN tarafından 22.04.2022 tarihinde gönderilen bilgi talebi yanıt yazısındaki 1. sorunun yanıtı olarak sağlanan üye sayıları bilgileri kullanılmıştır. EAAD analizlerine esas teşkil eden hesaplamalardaki kullanıcı sayıları ise aynı bilgi talebi yanıtının 3. sorusundaki üye iletişim bilgileri tablosu üzerinde çalışılarak elde edilmiştir. EAAD analizine konu olan 3. soru ile pazar payı analizine konu olan 1. soruda SAHİBİNDEN tarafından sağlanan yanıtlar üye sayısı bakımından farklılık arz etmektedir. Dolayısıyla sonuçlar da farklılık arz etmektedir. Ancak, söz konusu iki bilgi arasındaki üye farkının 2019'da 1.066, 2020'de 536 ve 2021'de 472 olduğu görülmüştür. Gerek pazar payı gerek eş anlı platform kullanımı hesaplaması açısından söz konusu farkların anlamlı bir etkiye yol açmayacağı değerlendirilmektedir. Söz konusu iki sorunun niteliğinin farklı olması, 3. sorunun doğrudan üye sayısını sormaması sebepleriyle farklı sonuçlar çıkması anlamlı görülmektedir.

I.6.1.7. Nadir Kitap Kararı Doğrultusundaki Savunmalar

- (713) **Kurulun veri taşımaya ilişkin ihlal isnatlarına yaklaşımını yakın tarihli Nadir Kitap kararıyla somutlaştırdığı, veri taşınabilirliği hususunda en güncel karar olan Nadir Kitap kararında veri taşıma eksenli rekabet ihlali iddialarının ileri sürülebilmesi için Kurul tarafından ortaya koyulan ve yukarıda yer verilen şart ve kriterlerin göz ardı edildiği, veri taşımalarının engellenmesi fiilinin Nadir Kitap'ın verisini rakipleri taşıyan kullanıcılar ile ilişkisini sonlandırdığı veya üyeliklerini askıya alması ile çok sayıda somut örnekle gösterildiği, Nadir Kitap'ın rakip platformlardan veriler kaldırılana kadar bu kullanıcılarla çalışmadığını ortaya koyduğu savunması:**
- (714) *Nadir Kitap* kararı *Bilsa* kararından sonra Kurulun veri taşınabilirliğine yönelik almış olduğu ikinci karardır¹⁶⁹. Kararda, "*www.nadirkitap.com*" isimli internet sitesi üzerinden ikinci el kitapların çevrim içi satış piyasasında aracılık hizmeti sağlayan Nadir Kitap'ın rakip aracı hizmet sağlayıcılar vasıtasıyla ürünlerini pazarlamak isteyen satıcı üyelerinin (sahafaların) verilerini kendilerine sağlamayarak rakip teşebbüslerin faaliyetlerini zorlaştırmak suretiyle hâkim durumunu kötüye kullandığı iddiası incelenmiştir. Söz konusu soruşturmada, ilgili verilerin satıcılara sağlanmamasının satıcıların rakip platformlar ile çalışma kararları bakımından belirleyici olduğu, rakip

¹⁶⁹ 07.04.2022 tarihli ve 22-16/273-122 sayılı Kurul kararı.

platformlar ile çalışan sahafların satış adetleri ve listelenen kitap adetleri karşılaştırıldığında rakip platformlar üzerinden satışların çok sınırlı kaldığı, bunun nedenlerinden birinin ise satıcıların sahip oldukları envanterin ancak kısıtlı bir kısmını rakip platformlar üzerinden sergilemeleri olduğu tespitleri yapılarak Nadir Kitap'ın eylemlerinin satıcıların rakip platformlara geçiş maliyetlerini arttırdığı, bu durumun rakiplerin satıcılara erişimini ve böylelikle de faaliyetlerini zorlaştırdığı, ayrıca pazara girmek isteyen teşebbüsler bakımından da giriş engeli oluşturduğu tespit edilmiştir. Dolayısıyla Nadir Kitap'ın veriye erişimi ve veri taşınabilirliğini zorlaştırmak suretiyle gerçekleştirdiği eylemlerin, 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesini ihlal ettiği sonucuna ulaşılarak teşebbüse para cezası verilmiştir. Ayrıca, ihlalin sonlandırmasını ve pazardaki etkin rekabetin tesis edilmesini teminen Nadir Kitap'ın, satıcı üyelerinden bu yönde bir talep gelmesi halinde, ilgili satıcı üyelere kitap envanter verilerini doğru, anlaşılabilir, güvenli, eksiksiz bir şekilde, ücretsiz ve uygun formatta sağlamasına karar verilmiştir.

- (715) İlgili savunmaya ilk olarak, rekabet hukuku kapsamında her davranışın olay özelinde değerlendirildiği belirtilmelidir. Ayrıca veri taşımanın engellenmesi yoluyla rakiplerin faaliyetlerinin zorlaştırılmasına yönelik içtihadın *Nadir Kitap* kararıyla başlamadığı, *Bilsa* kararının da bu bakımdan örnek teşkil ettiği eklenmelidir. Kurul ilgili kararında, *Bilsa*'nın veya diğer yazılım firmalarının, yazılımlarını veya bu yazılımlar vasıtasıyla oluşan verileri korumak için şifre uygulaması yapmalarının bir ihlal oluşturmayacağını belirtmiştir. Ancak, ihlal olduğu tespit edilen husus, veriler şifrelenerek korunaklı hale getirilse dahi, *Bilsa* yazılımından vazgeçip başka bir yazılım firmasının ürününü kullanmak isteyen okulların talep etmeleri durumunda bu verilere açık biçimde ulaşabilmelerinin engellenmesidir. Diğer bir ifadeyle, sözleşme süresinin bitiminden itibaren bu verilerin halen şifreli olarak tutulmasının ve diğer yazılımlara aktarılmasına izin verilmemesinin piyasaya suni bir giriş engeli yarattığı değerlendirilmiştir. Sonuç olarak, *Bilsa*'nın, okullara ait verilerin aktarımını önleyen şifreleme uygulaması yoluyla gerek ilgili piyasaya yeni firmaların girişini gerekse giriş yapabilmiş firmaların pazara derinliğine nüfuz etmelerini önlemek suretiyle, piyasadaki alıcı niteliğindeki okulların maliyetsiz bir şekilde geçiş yapabilecekleri alternatif firmaların oluşmasını engellediği, böylece hâkim durumdaki firma olarak ilgili piyasada çalışabilir rekabetin gerçekleşmesini önleyen yapay bir giriş engeli yaratmış olduğu kanaatine varılmıştır. Bu nedenle, hâkim durumda olduğu tespit edilen *Bilsa*'nın okul yazılımı piyasasındaki rekabet koşullarını bozmayı amaçlayan faaliyetlerde bulunmak suretiyle Kanun'un 6. maddesinin birinci fıkrasını ihlal ettikleri sonucuna ulaşılmıştır.
- (716) Bu çerçevede, Nadir Kitap kararında geçmişte veri taşınması mümkün kılınmaktayken bir noktada bunun kesilmesine yönelik bir eylem incelenmişken *Bilsa* kararında verinin ilk defa taşınmasının engellenmesi incelemiştir. Mevcut dosya özelinde de SAHİBİNDEN'in evveliyattan üyelere ilan verilerini taşımayı mümkün kılmamış olmasının ihlal tespitini ortadan kaldıracak bir unsur olmadığı açıktır.
- (717) Diğer yandan, teşebbüsün iddialarının aksine hem *Bilsa*, hem *Nadir Kitap* kararlarının mevcut dosya özelinde ihlal tespitiyle uyumlu değerlendirme ve tespitler içerdiği değerlendirilmektedir.
- (718) Örneğin, *Bilsa* kararı da güvenlik gerekçeleriyle taşımanın engellenmesi iddialarını haklı gerekçe olarak kabul etmemiş, *Bilsa*'nın veya diğer yazılım firmalarının, yazılımlarını veya bu yazılımlar vasıtasıyla oluşan verileri korumak için şifre uygulaması yapmalarının bir ihlal oluşturmayacağını, ancak başka bir yazılım firmasının ürününü kullanmak isteyen okulların talep etmeleri durumunda bu verilere

açık biçimde ulaşabilmelerinin engellenmesinin ihlal oluşturduğunu belirtmiştir. Mevcut dosya özelinde de güvenlik gerekçeleriyle tarama vb. uygulamaların engellenmesi ihlal sayılmamakta, ancak bu gerekçelerin üyelerin talep etmeleri halinde platforma kendilerinin sağladığı ilan verilerini taşımalarının engellenmesini açıklayamadığı değerlendirilmektedir.

- (719) *Nadir Kitap* kararından bir örnek verilecek olursa, ilgili soruşturmada rakip platformlar ile çalışan sahafların satış adetleri ve listelenen kitap adetleri karşılaştırıldığında rakip platformlar üzerinden satışların çok sınırlı kaldığı, bunun nedenlerinden birinin ise satıcıların sahip oldukları envanterin ancak kısıtlı bir kısmını rakip platformlar üzerinden sergilemeleri olduğu tespit edilerek *Nadir Kitap*'in eylemlerinin satıcıların rakip platformlara geçiş maliyetlerini arttırdığı, bu durumun rakiplerin satıcılara erişimini ve böylelikle de faaliyetlerini zorlaştırdığı, ayrıca pazara girmek isteyen teşebbüsler bakımından da giriş engeli oluşturduğu tespit edilmiştir. Benzer şekilde, mevcut soruşturmada da salt alternatif platformların kurumsal üye sayılarına bakılmamış, bu üyelerin platformlarda yayımladıkları ilan sayıları da incelenmiş, rakip platformla (da) çalışmayı tercih eden üyelerin rakip platformda hakim durumdaki teşebbüse nazaran sınırlı sayıda ilan yayımlanmasının bir sebebinin veri taşımanın engellenmesi olduğu değerlendirilmiştir. Mevcut soruşturmanın içtihatla uyumuna ilişkin örneklerin bir kısmı da diğer savunmalar kapsamında aşağıda aktarılmaktadır.
- (720) **Nadir Kitap kararında “veri” kavramının neyi ifade ettiğinin net bir şekilde ortaya koyulduğu ancak mevcut soruşturmada bu kavramın neyi ifade ettiğinin göz ardı edildiği savunması:**
- (721) Mevcut dosya özelinde “veri” kavramının bir çevrim içi emlak veya vasıta platformunda ilan yayımlamak için gerekli olan adres, açıklama, bina yaşı ya da araç yılı vb. parçaları kapsadığı açıktır.
- (722) Ayrıca ihlal tespitinde defaten SAHİBİNDEN platformundaki her türlü veri ile üyenin bizatihi platforma girdiği ilan veri arasında ayırım yapılmıştır. Örneğin sözleşmelerde üyenin kendi talebi veya rızası doğrultusunda taşınmasının engellenmesi ile SAHİBİNDEN'in platformunda yer alan genel olarak verilerin bütünü veya bir parçasının taşınmasının engellenmesi farklı değerlendirilmiştir.
- (723) Dosya kapsamında yapılan tespit ve değerlendirmelerde mevcut soruşturmanın SAHİBİNDEN'in bir metasını rakiplerle paylaşma zorunluluğunu konu edinmediği belirtilmiş, soruşturmada taşımaya konu olan verinin üyelerin bizatihi kendileri tarafından SAHİBİNDEN platformuna girilen ilan özelliklerini açıklayan veriler olduğu vurgulanmıştır. Diğer taraftan, özellikle veri taşıma için önerilen yöntemin de tespit edilen rekabeti sınırlayıcı uygulamaları ortadan kaldırması ve bundan kaynaklı olumsuz etkileri gidermesi kaydıyla, paydaşların görüşleri doğrultusunda da şekillenebileceği belirtilerek taşımanın uygulamada ne şekilde mümkün olabileceğine ilişkin varsa SAHİBİNDEN'in de görüşlerini paylaşması beklenmiştir.
- (724) **Nadir Kitap üyelik sözleşmelerinde yer alan “Kullanıcılar, NadirKitap ve-veya sitedeki üçüncü şahısların şahsi haklarına, mal varlığına tecavüz teşkil edecek nitelikteki, sitedeki resim, metin vs. görsel ve işitsel imgeleri çoğaltmayacağını, dağıtmayacağını, işlemeyeceğini taahhüt eder.” hükmünün münhasırlık hükmü olmadığını ifade ederken, mevcut dosyada benzer hükmün münhasırlık hükmü olduğunun ileri sürülmesinin Kurul kararlarıyla tutarlı olmadığı savunması:**

- (725) SAHİBİNDEN tarafından aktarılan Nadir Kitap sözleşmelerinde yer alan hükmün, SAHİBİNDEN'in üyelik sözleşmelerinde yer alan 5.1.6. maddesinden daha dar kapsamlı olduğu değerlendirilmektedir. Öyle ki yukarıda da aktarıldığı üzere, SAHİBİNDEN'in sözleşmelerinde yer alan 5.1.6. ve 4.13 maddelerinin temelde korsan entegrasyon gibi kötü niyetli saldırıları önleme amacına hizmet ettiği değerlendirildiğinden ve veri güvenliğini sağlamanın başka yasal düzenlemeler kapsamında bir yükümlülük olduğu anlaşıldığından bu kapsamda olan/olabilecek durumlar ihlal tespitinden ayrı tutulmuştur. Ancak bu noktada, sözleşmede yer alan "SAHİBİNDEN'in malvarlığına tecavüz teşkil edecek nitelikteki eylemler" ifadesinin geniş yorumlanması halinde söz konusu hükmün kullanıcıların SAHİBİNDEN platformunda yayımladıkları kendilerine ait ilanlarına ilişkin verileri tarama, kazıma vb. yöntemlerle elde ederek kendisine ait internet sitesinde yayımlamasını engellemek ya da bu yönde eylemlere karşı yaptırım uygulamak amacıyla da kullanılabilirdiği değerlendirilmektedir. Maddenin daha çarpıcı kısmı ise üyeye yönelik getirilen "gerek bu eylemleri ile gerekse de başka yollarla Sahibinden ile doğrudan ve/veya dolaylı olarak rekabete girmeyeceği" yönündeki yükümlülüktür. Söz konusu yükümlülük, ilgili maddeyi salt korsan entegrasyon ya da veri taşımayı kapsayan bir halden üyenin herhangi bir yolla SAHİBİNDEN ile rekabet etmesini engelleyen bir hale getirmektedir.
- (726) **Nadir Kitap'ın anılan davranışlarının münhasırlık yaratabileceğinin ve veri taşınabilirliğinin engellenmesinin rakip platformlarla çalışmayı sınırlayarak pazardaki çoklu erişimi engellediğinin ilgili Kararda gösterildiği ancak SAHİBİNDEN hakkında yürütülen mevcut soruşturmada bunun ortaya konulmadığı savunması:**
- (727) EAAD analizleri ile pazardaki çoklu erişim davranışları ortaya konulmuş, kurumsal üyelerle yapılan ankette ise SAHİBİNDEN'deki ilanlarını kendi sitelerine ya da başka platformlara taşımak isteyen üyelerin zaman maliyeti, yüksek üyelik ücretleri nedeniyle SAHİBİNDEN dışındaki rakip platformların ya da kendi sitelerinin ilan yayımlayabilecek olması gibi güdülere rağmen çoklu erişim davranışını gerçekleştiremedikleri açıklanmıştır.
- (728) **Dosya kapsamında yapılan analizde kullanıcı sayısı temelli bir değerlendirme yapıldığı ve elde veri olmasına karşın SAHİBİNDEN'de yayımlanan ilanların ne kadarının rakip platformlarda yayımlandığına, rakip platformlarda çalışan kullanıcıların yayımladığı ilanların ise SAHİBİNDEN'deki toplam ilan sayısı içindeki payına yer verilmeyerek eksik değerlendirme yapıldığı savunması:**
- (729) Dosya kapsamında yapılan incelemede eş anlı birden fazla platform kullanan kullanıcıların sayısı, oranı, bu kullanıcıların ortalama birim ilan fiyatları karşısında her bir platformdan satın aldığı ilan paketi ile her bir platformda yayımladıkları ilan sayısı üzerinden yola çıkılarak paket kullanım oranları temelinde analiz yürütülmüştür. Eş anlı platform kullanan üyelerin her bir platformda yayımladıkları toplam ilan sayıları ile SAHİBİNDEN'de yayımladıkları ilan sayıları karşılaştırılmıştır. Bu karşılaştırma SAHİBİNDEN'in sağladığı verilerin hatalı olması sebebiyle sağlıklı olmadığından Soruşturma Raporu'nda aktarılamamıştır. Bu karşılaştırmada, emlakta rakip platformlar ile çalışan kullanıcıların SAHİBİNDEN üzerinden yayımladığı ilanların rakip platformlara nazaran üç yıl için ortalama % (.....) daha fazla olduğu, vasıtada ise rakip platformlar ile çalışan kullanıcıların SAHİBİNDEN üzerinden yayımladığı ilanların rakip platformlara nazaran üç yıl için ortalama % (.....) daha fazla olduğu tespit edilmiştir.

(730) **Nadir Kitap kararında veri taşımamasının sağlanmamasını haklı gerekçesinin mevcut olup olmadığının sorgulandığı, öte yandan mevcut dosyada SAHİBİNDEN'in münhasırlığa yol açtığı iddia edilen kurumsal üyelik sözleşmelerinin haklı gerekçesinin araştırılmadığı savunması:**

(731) Hâkim Durumdaki Teşebbüslerin Dışlayıcı Davranışlarına İlişkin Kılavuz'un haklı gerekçeyi açıkladığı 30. paragrafında yer alan

“Kanun’un 6. maddesinin uygulanmasında Kurul ayrıca, hâkim durumdaki teşebbüsün, incelemeye konu davranışına ilişkin olarak sunduğu haklı gerekçe iddialarını da göz önünde bulundurmaktadır.”

ifadesi ile 32. paragrafında yer alan

“İncelemeye konu teşebbüs tarafından öne sürülen etkinlik gerekçesini değerlendirirken Kurul, teşebbüsten aşağıda sayılan dört koşulun birlikte sağlandığını ispat etmesini beklemektedir:

- *Etkinlikler davranışın sonucu olarak gerçekleşmeli ya da gerçekleşmesi muhtemel olmalı,*
- *Davranış söz konusu etkinliklerin gerçekleşmesi için vazgeçilmez olmalı,*
- *İncelenen davranış sonucunda ortaya çıkması muhtemel etkinlikler, davranışın etkilenen pazarlarda rekabet ve tüketici refahı üzerindeki olası olumsuz etkilerini telafi etmeli,*
- *Davranış, fiili ve potansiyel rekabetin kaynaklarının tamamını ya da çoğunu devre dışı bırakarak etkin rekabeti ortadan kaldırmamalı.”*

ifadesi, haklı gerekçenin teşebbüs tarafından öne sürüldüğünü, bu bakımdan ispat yükünün teşebbüste olduğunu, öne sürülen gerekçelerin değerlendirilmesinin ise sayıldığı şekilde dört adet şartı olduğunu göstermektedir. Teşebbüsün gerek savunmaları, gerekse bilgi talepleri çerçevesinde öne sürdüğü gerekçeler, ayrıca uygulamaların olası sebeplerini sorgulamak üzere pazarda araştırılan gerekçeler dosya kapsamında yapılan ve yukarıda yer verilen inceleme ve tespitlerde detaylıca değerlendirilmektedir.

(732) Bu çerçevede kurumsal üyelik sözleşmelerinin SAHİBİNDEN'in “korsan” biçimde kendi veri tabanına entegrasyon sağlamak veya SAHİBİNDEN veri tabanındaki verileri herhangi bir izne tabi olmaksızın kopyalamak saikiyle hareket edebilecek kişilerin eylemlerini kapsamına aldığı varsayılarak yapılan değerlendirmeler esasında haklı gerekçe göz önüne alınmadan bir sonuca ulaşılmadığını göstermektedir.

(733) **Nadir Kitap'a girilen verinin pazarda faaliyet gösterebilmek için ne derece zorunlu olduğu ve yeniden oluşturulmasının kullanıcılara yaratacağı geçiş maliyetlerinin zaman ve parasal bakımdan ortaya konulduğu, ancak mevcut dosyada benzer bir kantitatif analiz yapılmadığı, Nadir Kitap platformundaki kullanıcıların ortalama 10.397 kitabı olduğu, bu kitaplara ait verilerin rakip platforma ortalama beş dakika harcanarak girilmesi halinde tüm kitapların sisteme girilmesi için 51.892 dakikaya ihtiyaç duyulduğu, eş deyişle yaklaşık 866 saate ya da mesai süresi ortalama 8 saatten hesaplanırsa 108 güne ihtiyaç bulunduğu, ortalama bir satıcı için bizzat kitap girişi yaparak birden fazla platformda bulunmanın maliyetinin kabaca 5.198 TL olduğu, 50.000 adet kitabı olan bir satıcı için anılan maliyetlerin kabaca 25.000 TL olarak hesaplandığı, yıllık toplam cirosu 300.000 TL'nin altında olan işletmeler için gelirlerinin %10'una tekabül eden söz konusu maliyetlerin yüksek olduğu, satıcıların taşımaya konu**

verileri için “7 yıllık emekleri, 5 yıllık emekleri, verileri yeniden girmelerinin 1 yıldan fazla mesai alacağı” gibi değerlendirmelere yer verildiği, dolayısıyla Nadir Kitap’taki verilerin makul bir sürede ve makul bir maliyet ile tekrar oluşturulmasının mümkün olmadığı tespitlerinin yer aldığı, satıcıların büyük çoğunluğunun “*veri aktarımının rakip bir platform ile çalışıp çalışmama kararlarında belirleyici olacağını*” belirttiği ve “*geçiş maliyetlerinin pazarda kapama etkisi yarattığı*” hususlarının yer aldığı savunmaları:

- (734) Nadir Kitap kararında iddiaların odak noktasını satıcıların *nadirkitap.com* üzerinde bulunan verilerini alamadıkları için rakip platformlar ile çalışmaya başlayamamaları oluşturmakta ve kitap sayısının çokluğu sebebiyle de verilerin manuel bir şekilde tek tek girilmesinin yoğun bir emek ve maliyet gerektirdiği, verilerin satıcılar bakımından makul bir sürede ve makul bir maliyet ile tekrar oluşturulmasının mümkün olmadığı tespitleri yapılmaktadır. Dolayısıyla SAHİBİNDEN’in savunmasında aktardığı Nadir Kitap kararı kapsamında yapılan hesaplama taşımaya konu edilen verilerin büyüklüğü ile ilişkilidir.
- (735) Mevcut dosyada verilerin büyüklüğünden ziyade bahse konu ilanların ömrünün kısa olması önem arz etmektedir. Söz konusu ilanların yaşam süresi bir ay gibi bir süredir. Ancak her ay yenilenen bu ilanlar için başta fiyat ve açıklama olmak üzere diğer ilan alanlarına girilen verilerin sıklıkla güncellenmesi gerekmektedir.
- (736) Buradan hareketle, bir defaya mahsus 5 ya da 7 yıl gibi yıllarca birikmiş verilerin baştan girilmesi için katlanılması gereken bir maliyet hesaplanmışken, SAHİBİNDEN örneğinde ilan girişi, güncellemesi ve sonlandırması ve buna yönelik engel, zorluk ve maliyetler süreklilik arz etmektedir. Teşebbüsün bahsettiği sahaf başına düşen yıllar itibarıyla birikimli kitap sayısının (10.397) ilgili karar itibarıyla Nadir Kitap’ın faaliyette olduğu süreç dikkate alındığında (2008-2022) aylık ortalama sahaf başına düşen kitap sayısının 58 olduğu anlaşılmaktadır. Mevcut dosya özelinde üye başına SAHİBİNDEN’de yayımlanan aylık ortalama ilan sayısı ise 8’dir. Aşağıda pazarın özelliklerine ilişkin aktarılacak farklılıklar karşısında bu farklılığın makul olduğu değerlendirilmektedir.
- (737) Nadir Kitap kararında (para. 292) “*Söz konusu bilgilerin internet sitelerine yüklenmesi bakımından çeşitli uygulamalar söz konusudur. Satıcılar, manuel kayıt yapabildikleri gibi, hâlihazırda internet sitesinde yer alan ürün bilgilerini kullanarak, katalogdan yükleme yöntemi ile de giriş yapabilmektedirler. NADİRKİTAP yetkilileri ile yapılan görüşmede; sisteme kitap kaydı yapılabilmesi için; belirlenen alanlardan “kategori”, “kitap adı”, “yazar”, “kondisyon” ve fiyat bilgisinin zorunlu olduğu, katalogdan yükleme seçeneğinin kullanılması durumunda ise “kitap adı”, “yazarı” gibi alanların doldurulmasında gerek kalmadığı, satıcının ürünün kondisyon ve fiyat bilgisini girmesinin yeterli olduğu ifade edilmiştir. Benzer şekilde, NETARTI ile yapılan görüşmede de; “kitap adı”, “yazar”, “dil”, “cilt durumu”, “kondisyon”, “stok” ve “fiyat” alanlarının zorunlu olduğu; katalogdan ekleme seçeneğinde ise, satıcının sadece fiyat bilgisini eklemesinin yeterli olduğu belirtilmiştir.*” tespiti yapılmıştır. Dolayısıyla sahafın girmesi gereken ilan verileri için zorunlu alanların 5 adet olduğu ancak kitaplar katalogdan otomatik olarak yüklendiğinde yalnızca fiyat bilgisinin girilmesinin yeterli olduğu anlaşılmaktadır. Kararda, bir ilan için ortalama harcanan süre 5 dakika olarak kabul edilmektedir.
- (738) Mevcut dosya özelinde ise emlak için girilen başlıca ilan alanları metrekare, oda sayısı, bina yaşı, kat sayısı, ısıtma, banyo sayısı, eşyalı olma durumu, site içerisinde yer alıp

almama, aidat durumu, depozito; galerici için girilmesi gereken ilan alanları ise marka, seri, model, yıl, yakıt, vites, araç durumu, kilometre, kasa tipi, motor gücü, motor hacmi, çekiş, renk, garanti, plaka, görüntülü görebilme olarak sıralanmaktadır. Mevcut dosyada üyeler emlakçı ve galericilerden oluşmaktadır. Özellikle emlakçılar bakımından önaraştırma döneminde uygulanan anket sonuçlarında farklı platformların formatlarının farklı olması, yazı karakterlerinin uyumsuz olması, fotoğraf ve video formatlarının büyüklüğü ve miktar/süresinin farklı olması nedeniyle yaşanan zorluk, farklı platformların ilan bilgi/açıklama kriterlerinin farklı olması nedeniyle yaşanan zorluk, fotoğraf ve/veya videoların farklı platformlara yüklenmesinin zaman alması nedeniyle yaşanan zorluk, birden fazla platforma ayrı ayrı ilan girmenin zaman alması nedeniyle sahada müşterilere vakit ayrılamaması vb. yaşanan zorluklar olarak sayılmıştır. Ek Görüş döneminde uygulanan ankette dile getirilen zorluklar ise her bir platform için ayrı ilan hazırlamanın zorluğu, vakit kaybı, ilan bilgilerinin farklı platformlarda hatalı olarak görünmesi, ilanların kontrol edilmesi konusunda zorluklar, sorunu çözmek için farklı entegrasyon firmaları ile çalışmak durumunda kalmak ancak bu durumda bile SAHİBİNDEN'in entegrasyona izin vermemesi olarak sayılmıştır. Anketlere göre, üyelerin bir ilan yayımlamak için sağladıkları süreler ortalama 20 dakikadır. Rakip platformlar bu süre için 2-13 dakika aralığını vermişlerdir. SAHİBİNDEN ise (.....) yanıtını sağlamıştır.

- (739) İlan girişinin aldığı söz konusu süreden daha önemlisi bu ilan bilgilerinin sıklıkla güncellenmesi ihtiyacıdır. Nitekim kitap ile gayrimenkul, vasıta alanları birbirinden çok farklı özellikler taşıyan alan olup söz konusu ürünlerin satışı/kiralanmasına yönelik hizmet verenlerin rekabeti arasında da dikkatten kaçırılmaması gereken ayrımlar bulunmaktadır. Mevcut dosya konusu ilgili pazarda aynı ilanının satışa çevrilmesi için birden fazla emlakçı arasında rekabet bulunmaktadır. Emlakçılar yayımladıkları ilanı satışa çevirebilmek ve bunun üzerinde komisyon alabilmek üzere birbiriyle yarışmaktadır. Mevcut dosyadaki ilan konusunun yaşam döngüsü, değeri ve ilan konusunun satışa çevrilmesi ile alınacak komisyon miktarları, ortalama bir kitap satışındaki benzer olgularla karşılaştırılamayacak niteliktedir. Söz konusu komisyon, anılan yarışta zaman unsurunu da değerli kılmaktadır. Üyeler ilanları bir an evvel satışa çevirmek üzere zamanla yarışmaktadır. İlanı satışa çevirme sürecinde, girdikleri ilan bilgilerinin defalarca değiştirmekte, güncellemektedir. Dahası, ilan sonlandığında ilanı yayımdan kaldırmak dahi kritik bir unsurdur. Zira Nadir Kitap'ta kitap platform üzerinden ticareti dönen bir üründür, söz konusu platform bir e-ticaret platformudur. Bu platformda kitap alıcısı/son kullanıcı söz konusu kitabı platforma baktığında, ilan konusu kitap satışa çevrilmişse stokta kalmadığına ilişkin bilgi otomatik olarak sağlanabilmektedir. Buna karşın dosya konusu pazar ilan platformlarına ilişkindir. Söz konusu platformlarda bir ilan artık yayıma konu değilse ve fakat üye ilanının platformda yayımını sonlandırmamışsa, bu söz konusu platformun rekabeti bakımından dezavantaj oluşturmaktadır. Artık yayımda olmaması gereken/geçersiz bir ilan için ilan verenle iletişime geçen ilan bakan, bu ilanının geçersiz olduğunu öğrendiğinde platformun ilan bakanda verdiği izlenim olumsuz olmakta ve bu platformun kullanıcı ağını genişletmesinde bir engel oluşturmaktadır.
- (740) Dahası dosya konusu ilgili pazarda özellikle emlakçılar bakımından ofis bünyesinde bulunan danışmanlar ile ofis sahibi arasında klasik bir işçi-işveren ilişkisi bulunmamakta, her danışman özerk çalışmaktadır. Ofis sahipleri, alternatif platformların sağladıkları hizmet özelindeki faydaların yanı sıra, özellikle SAHİBİNDEN'in fiyatlarını yüksek bulmaları, SAHİBİNDEN karşısında alıcı gücüne sahip olmamaları, rakip platformların rekabetini önemli bulmaları gibi sebeplerle de

hususî olarak rakip platformlardan da paket almayı tercih edebilmektedir. Ancak emlak danışmanları ilan satışa dönüşebilmesi için en kritik mecra olan SAHİBİNDEN'e ilanlarını girdikten sonra bu işlemleri aynı motivasyonla rakip platformlarda da gerçekleştirmekten imtina edebilmektedir. Emlak danışmanlarının katlandıkları ilan masraflarının açıklanan paylaşım sistemi sonucu görece daha düşük hale gelmesi bu durumu daha da tetikleyebilmektedir. Aralarında bir işçi-işveren ilişkisinin bulunmaması sebebiyle ofis sahipleri ne kadar aksi yönde yönlendirme yapsalar da bu ataleti aşamayabilmektedir.

Benzer şekilde, emlak danışmanlarının tek görevi ilanı satışa çevirmek değildir. Danışmanlar mesailerinin büyük çoğunluğunu ofis dışında ilan konusuna yönelik danışmanlık hizmeti sağlamaktadır¹⁷⁰. Anket aracılığıyla erişilen kurumsal üyelere ve ilanlarını birden fazla platforma girebilmek ve buralarda güncel tutabilmek için ek personel istihdam edebilip edemedikleri sorulan emlakçıların 90'u (%19) bu soruya evet, 395'i (%81) hayır yanıtını vermiştir.¹⁷¹ Salt ilan yayımlamak için personel istihdam edilmesinin maliyetinin ise asgari ücret olduğu görülmektedir. SAHİBİNDEN'de 2021 yılı emlak için aylık 10 (yıllık 120) ilan yayımlamanın bedeli (.....)TL'dir.

I.6.1.8. Alt Kullanıcı Sınırlamasına İlişkin İkinci Yazılı Savunmalara Yönelik Değerlendirme

- (741) **Alt kullanıcı konusunda ileri sürülen iddialara Soruşturma Bildirimi'nde yer verilmediği, Soruşturma Heyetinin ilk defa Soruşturma Raporu'nun tamamlanmasından bir ay önce (19.09.2022) alt kullanıcılara ilişkin bilgi talebinde bulunduğu ve bu iddiaların soruşturmanın konusuna usulen aykırı suretle yapılmış bir eklenti olduğu, bu durumun 4054 Sayılı Kanun'a aykırı olduğu savunması:**
- (742) 4054 sayılı Kanun'un 45. maddesinde yer alan "Soruşturma safhası sonunda hazırlanan rapor, tüm Kurul üyeleri ile ilgili taraflara tebliğ olunur. Bu Kanunu ihlal ettiği belirlenenlere yazılı savunmalarını 30 gün içinde Kurula göndermeleri tebliğ edilir." hükmü ile 46. maddesindeki "Sözlü savunma toplantısı, tarafların cevap dilekçesi ya da savunma dilekçelerinde sözlü savunma hakkını kullanmak istediklerini bildirmeleri üzerine yapılır." hükmünden anlaşılacağı üzere, tarafların savunma haklarını kullanmaları için soruşturma bildirimının tebliği üzerine yaptıkları birinci yazılı savunmalarına ek olarak Soruşturma Raporu'nun tebliğinden sonra da iki yazılı ve bir sözlü savunma hakları bulunmaktadır. Bu çerçevede Soruşturma Raporu'nun tebliğiyle iletilen bir iddianın savunulması için ikinci ve üçüncü yazılı savunma ile bir de sözlü savunma imkânı bulunmaktadır. Alt kullanıcı sınırlamasına yönelik iddialar 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesini ve hâkim durumun kötüye kullanılmasını yol açan uygulamaları kapsayan dosya konusuyla¹⁷² da uyumludur¹⁷³.

¹⁷⁰ Detay için bkz. para. 169, 170.

¹⁷¹ Detay için bkz. para. 173.

¹⁷² Dosya konusu, Sahibinden Bilgi Teknolojileri Pazarlama ve Ticaret AŞ'nin emlak/vasıta satış/kiralama platform hizmetleri pazarındaki hâkim durumunu veri taşınabilirliği ve diğer yollara kötüye kullanıp kullanmadığının incelenmesini içermektedir.

¹⁷³ Öte yandan Danıştay 10.Dairesinin E.2000/6091 ve K.2002/4115 sayılı kararında 20.5.1999 tarih ve 121 sayılı Kurul kararıyla davacı şirketlerin aralarında bulunduğu maya üreticilerinin aralarında anlaşarak 4054 sayılı Kanunu ihlal ettikleri iddiası ile açılan soruşturmanın 12.11.1999 tarihinde tamamlanmasından sonra, aynı iddiaları içeren yeni bir şikâyetin (konusu aynı olduğu gerekçesiyle) 10.2.2000 tarihli Kurul toplantısında soruşturmaya dâhil edilmesi ve soruşturma heyetine ek soruşturma raporu düzenleme görevi verilmesi soruşturma usulüne aykırı olmakla birlikte; dava konusu kararda

- (743) **2020 Kasım öncesi ve sonrası fark etmeksizin SAHİBİNDEN'in her zaman alt kullanıcı sayısına bir üst sınır koyduğu, bahsi geçen iki dönem arasında değişen tek hususun alt kullanıcı sayısı hesaplama yöntemi ve buna bağlı alt kullanıcı sayısı/miktarı" (mutlak rakamı) olduğu savunması:**
- (744) Dosyada "SAHİBİNDEN tarafından değişiklik yapılan alt kullanıcı uygulamasının haklı gerekçelere dayandığı varsayılsa dahi ilgili sorunu giderme noktasında bulunan çözümün kullanıcıları bir üst pakete yönlendirmek olması orantılı görünmemektedir. Bu sebeple SAHİBİNDEN'in uygulaması, haklı gerekçe olmaksızın kurumsal üyeler karşısındaki vazgeçilmez konumunun kötüye kullanılması olarak değerlendirilmektedir" ifadesinden ve genel olarak 1.5.2.2. numaralı başlıkta incelenen ilgili bölümden görüleceği üzere, 2020 Kasım'da yapılan değişiklik sonrasındaki kısmıyla ihlal iddiasına konu edilmiştir. "Alt kullanıcı sınırlaması ise 5 Kasım 2020 itibarıyla rekabeti sınırlayıcı şekilde uygulamaya geçirilmiştir." değerlendirmesinden de bu açık şekilde anlaşılmaktadır.
- (745) İlaveten Belge-3/EG'de yeni alt kullanıcı sınırlamasına ilişkin hesap yönteminin tartışıldığı görülmektedir. Yeni belirlenen alt kullanıcı sayıları formülüne göre mevcutta daha fazla alt kullanıcıya sahip mağaza sayıları aşağıdaki tabloda yer almaktadır.

Tablo 58: (.....TİCARİ SIR.....)

İlgili tablodan anlaşılacağı üzere (.....) formülünde toplamda (.....) kullanıcı, (.....) formülünde toplamda (.....) kullanıcı ve son olarak (.....) formülünde ise toplamda (.....) kullanıcı yeni uygulamadan etkilenme potansiyeli olan kullanıcılar olarak tasnif edilmiştir.

- (746) Belge-3/EG'de dikkat çekici diğer bir husus da esasen (.....) olarak kurgulanan formülün de yönetilebilir olduğu beyan edildikten sonra (.....) olarak kurgulanan formülün tercih edilmesidir. İlgili belgede yer alan "Evet (.....) ve (.....) arasında çok fazla fark yok belki ama (.....). Ben minimum friction yaratmak adına (.....) dedim bu bakış açısıyla. Ama senin de belirttiğin gibi (.....) de yönetilebilir." ifadelerinden ve Belge-5'te yer alan "(.....)" ifadelerinden de ilgili formülün (.....) uygulanması durumunda (.....) hatta bu formülün büyük paketleri kullanan kullanıcılar üzerinde (.....) da belirtilmektedir.
- (747) **2020 Kasım ayı öncesinde SAHİBİNDEN tarafından emlak ofislerinin kendilerine tanımlı alt kullanıcı haklarını gerçekten kullanıp kullanmadıklarının incelendiği ve son altı aydır bunların çok büyük ölçüde kullanılmadığının (çoğu alt kullanıcı hesabının son 6 aydır pasif olduğu) tespit edildiği, SAHİBİNDEN tarafından emlak ofislerine yönelik bir anket yapıldığı, bir emlak danışmanın kaç adet portföy yönettiğinin sorulduğu ve baskın olarak (.....) sayısının çıktığı savunması:**

sonradan soruşturmaya dâhil edilen şikâyet ile ilgili bir hüküm bulunmaması, başka bir anlatımla bu usulsüzlüğün davacılar aleyhine bir sonuç yaratmaması nedeniyle anılan aykırılığın dava konusu işlemin iptalini gerektirecek ağırlıkta bir sakatlık oluşturmadığı sonucuna varılmıştır. Dolayısıyla alt kullanıcı sınırlaması açısından da Ek Görüş aşamasında ihlal tespitinde bulunulmadığı, teşebbüs aleyhine bir ceza talep edilmediği belirtilmelidir.

- (748) Danışmanların yönettiği ortalama portföy tahminine göre kurgulanan bu sistemin her şekilde ortalamanın altında portföye sahip olan danışmanlar/ofisler için maliyet yarattığı değerlendirilmektedir.
- (749) Dosya kapsamında yapılan ankette 2022 yılında emlak danışmanlarının ayda kaç adet ilan yayımladıklarına ilişkin ortalama, en az ve en fazla değerler hakkında tahminleri sorulmuştur. Katılımcıların yanıtlarına göre, ayda yayımlanan ortalama ilan sayısının 0-400 arasında değiştiği ve sunulan sayıların ortalamasının 16,65 olduğu tespit edilmiştir. Aylık yayımlanan minimum ilan sayısının ise 0-220 aralığında değiştiği ve ortalama 10,38 olduğu hesaplanmıştır. Son olarak ayda yayımlanan maksimum ilan sayısının 0-400 aralığında seyrettiği ve ortalama 22,37 olduğu anlaşılmaktadır. Buna göre, ankete yanıt veren üyeler bakımından alt kullanıcı başına ortalama ilan sayısının 10'dan yüksek olduğu görülmektedir.
- (750) Son olarak 2022 yılında emlak danışmanlarının aylık kaç adet ilan yayımladıklarına ilişkin ortalama, en az ve en fazla değerler konusundaki tahminleri franchise emlak ofislerine sorulmuştur. Franchise emlak ofislerinden (.....), bünyesindeki emlak danışmanları tarafından ayda ortalama 3 adet ilan yayımlandığını, (.....) bünyesindeki emlak danışmanları tarafından ayda ortalama 20 adet ilan yayımlandığını, (.....) bünyesindeki emlak danışmanları tarafından ayda ortalama 5 adet ilan yayımlandığını, (.....) ise bünyesindeki emlak danışmanları tarafından ayda ortalama 8 adet ilan yayımlandığını ifade etmiştir.
- (751) İlâveten alt kullanıcı düzenlemesinin gerekçelerinin aktarıldığı Belge-5/EG'de yer alan,

“(...)

Bir Gayrimenkul Danışmanı sektörün güncel durumunda kaç adet portföy yönetiyordur?

Cevap verenlerin %79'ü kullanıcı başına 15 veya daha az portföy olduğunu belirtti. En fazla gelen cevap “Kullanıcı başına 10 adet portföy yönetiliyor” oldu. (Tüm cevap verenlerin %24'ü)

Bir Gayrimenkul Danışmanın etkin olarak yönetebileceği portföy sayısı en fazla kaç olmalıdır?

Cevap verenlerin %79'u kullanıcı başına en fazla 15 veya daha az portföyün etkin yönetilebileceğini belirtti.”

ifadelerinden kullanıcıların çoğunluğunun 10 ila 15 arasında bir portföy öngördüğü anlaşılmaktadır. Alt kullanıcı sınırlaması bakımından bir danışmanın yönetebileceği ilan portföyünün 10 ilan ile sınırlanacağı şekilde bir kurgu yapılıyor olması, 10'dan daha az ilan portföyü olan kullanıcı grubunu etkileyeceği ihtimali ortaya çıkmaktadır. İlâveten yine Belge-5/EG'de yer alan “*Olası kötüye kullanım davranışıyla sahibinden.com'un ticari kaybının önlenmesi*” başlığında geçen , “*kendi hesaplarına çalışan kişilerin bir ofis altında toplanma davranışı sergilenmesidir. Farklı ilan paketleri almak yerine tek ilan paketi ile maliyet avantajı sağlanması, sahibinden.com açısından ticari kayıp anlamına gelmektedir.*” ifadelerinden de alt kullanıcı sınırlaması arkasında yatan gerekçenin SAHİBİNDEN'in ticari kaygıları olduğu anlaşılmaktadır.

- (752) **Bu değişiklik sonrasında SAHİBİNDEN'in yaptığı inceleme neticesinde, müşterilerin %(.....)'lik bir kısmının bu yeni alt kullanıcı sayısını aştığını gördüğü, bu kullanıcıların aktif olarak kullandıkları alt kullanıcı sayısı ne ise o kadar alt kullanıcı sayısını dondurduğu, diğer bir deyişle mevcut paketlerine devam ettikleri dönemde aynı alt kullanıcı sayısını koruyabilmelerine imkân tanındığı savunması:**

- (753) Alt kullanıcı hesaplarının dondurulmuş olması, ilgili süre için etki doğmadığını göstermektedir. Ancak yalnız bir yıllık geçiş dönemi için alınan bu önlemin sonraki dönemde uygulamanın doğurabileceği rekabete aykırı etkiler için haklı gerekçe sayılamayacağı değerlendirilmiştir. Uygulamanın ihlal niteliği taşıması için uzun vadede söz konusu uygulamadan etkilenen emlakçıların sayısının ve söz konusu etkinin incelenmesi gerektiği değerlendirilmektedir. Belge-3/EG'de de "*Maltada devam ettiği sürece şimdiki alt kullanıcı sayıları değişmeyecek. Bu karar belirli periyotlarda (Örneğin 6 ayda bir) gözden geçirilecek.*" *Yeni yapı hayata geçtikten sonra Maltada upgrade/downgrade yapan müşteriler yeni kurala göre alt kullanıcıya sahip olacak. Yeni ürün dünyasında yeni kural geçerli olacak. Malta dan Yeni Ürün e geçen ve eski kurala göre alt kullanıcı sayısı olan mağazalar için de yeni kural geçerli olacak.*" ifadelerinden de alt kullanıcı sayısını dondurulduğu ancak bunun da mutlak bir düzenleme olmadığı, kullanıcının mevcut paketini değiştirmesi durumunda alt kullanıcı sayılarının da yeni sisteme uyarlanacağı belirtilmiştir.
- (754) **5 Kasım 2020 tarihinde sadece emlak tarafındaki uygulamada değişiklik yapıldığı vasıta tarafında değişiklik yapılmadığı ve 2014'ten bu yana aynı sınırlamaların uygulandığı, Soruşturma Raporu'nda alt kullanıcı sayısının kısıtlanması ile ilgili iddiaların emlak ve vasıtayı birlikte mi kapsadığının netleştirilmediği savunması:**
- (755) Söz konusu iddia karşısında Ek Görüş sürecinde galericilere yönelik bir anket düzenlenmiştir. *SAHİBİNDEN* tarafından ilan paketlerine uygulanan alt kullanıcı sınırlamasının olumsuz etkilerinin bulunup bulunmadığı sorusuna istinaden galericilerin 98'i evet (%32), 205'i hayır (%68) yanıtını vermiştir. Alt kullanıcı sınırlamasına ilişkin 2020'de gerçekleştirilen değişikliğin yalnız emlak alanında olması, söz konusu anket sonucu ile birlikte dikkate alındığında, ilgili savunmanın geçerli olduğu kabul edilmekte, alt kullanıcı sınırlamasına ilişkin iddianın çevrim içi vasıta satışı/kiralama platform hizmetlerini kapsamadığı değerlendirilmektedir.
- (756) **Hizmet sağlayıcısının hizmet verdiği kuruluşlardan kaç adet kullanıcının sisteme erişme yetkisinin olduğunu bilmek istemesinin doğal olduğu savunması:**
- (757) Kaç alt kullanıcının sisteme eriştiğini veya sisteme erişen alt kullanıcıların kim olduğunu, yetkili olup olmadığını, sahiden ilgili mağaza sahibinin emlak ofisi bünyesinde iş birliği halinde çalışmakta olup olmadığını vb. tespit etmenin doğrudan yolu bu sayıyı sınırlamak değildir. Söz konusu amaçlara hizmet edecek alternatif yollar mevcuttur. Hâkim durumdaki teşebbüs bu amaçlara erişmek için alt kullanıcı sayısını sınırladığında ve gerektiğinde ücreti mukabilinde olsa dahi ek alt kullanıcı hakkının satın alımına imkân tanımadığında, davranışının olası rekabeti sınırlayıcı etkilerini öngörmek üzere özel yükümlülüğe sahiptir.
- (758) **Alt kullanıcı sayısı sınırının, çevrim içi hizmetlerde sık karşılaşılan bir olgu olduğu, emlak özelinde alt kullanıcı sayısının sınırlandırılmasına yönelik uygulamanın EMLAKJET, HEPSİ EMLAK ve ZİNGAT gibi teşebbüslerde de uygulandığı, ZİNGAT'ın aynen SAHİBİNDEN'de olduğu gibi bir uygulamayı benimsediği, buna karşılık Soruşturma Raporu'nda "Bu uygulamanın pazarda yapılan araştırmalarda da karşılık bulmadığı"** ifadesinin ne anlama geldiğinin ve bu uygulamanın pazarın genelinde uygulanmakta bir olgu olduğunun gösterilmesi için daha somut bir delilin nasıl sunulması beklendiğinin izah edilmediği, zincir emlak ofislerinin sadece SAHİBİNDEN aleyhine şikâyetle bulunup ZİNGAT ve HEPSİ EMLAK uygulamalarını dile getirmemelerinin çelişki yarattığı savunmaları:

- (759) Soruşturma sürecinde iki defa (biri hususi olarak paketin özelliklerini açıklama kısmının da sağlanmasına vurgu yapılarak) SAHİBİNDEN'e kurumsal üyelerine sunduğu paketlerin özellikleri, fiyatlandırma modeli ve kullanım şartları sorulmuş, ancak teşebbüs tarafından paketlerin iddia konusu alt kullanıcı sınırlamasını içerdiğine ilişkin bir açıklama sağlanmamıştır. Söz konusu uygulama ancak emlakçılar ile yapılan görüşmeler esnasında, bu teşebbüslerin dile getirdikleri şikâyetler vesilesiyle öğrenilmiştir. Bunun üzerine SAHİBİNDEN'den uygulamanın gerekçesi sorulmuştur. Teşebbüsün ileri sürdüğü gerekçelerin ikna edici bulunmaması, söz konusu uygulamaya yönelik makul başka gerekçelerin varlığı sorgulanmak üzere rakiplerin bilgisine başvurulmuştur. Teşebbüsün Soruşturma Raporu'nda geçtiğini ileri sürdüğü "*Bu uygulamanın pazarda yapılan araştırmalarda da karşılık bulmadığı*" ifadesi, tam da bu hususa ilişkindir. Dosyada SAHİBİNDEN'in alt kullanıcı sınırlamasına ikinci bir gerekçe olarak öne sürdüğü gayrimenkul danışmanlarının yönettiği ortalama portföy büyüklüğüne göre belirlenmiş makul adetlerde kullanıcı tanımlamalarını sağlamak hususunun ardındaki rasyonalite anlaşılamamıştır. Bu [gerekçenin anlamını] sorgulama pazarda yapılan araştırmalarda da karşılık bulamamıştır [neticesiz kalmıştır].
- (760) Dosya kapsamında, söz konusu uygulamanın gerekçeleri sorgulanmış olup vasıta satış pazarında SAHİBİNDEN dışında kalan rakip platformların ilan paketi özelinde alt kullanıcı sınırlamasına gitmediği, emlak satış pazarında ise genel itibarıyla alt kullanıcı sınırlaması bulunsa dahi bu sınırlamaların esnetilerek kullanıldığı görülmüştür.
- (761) Ek Görüş aşamasında da pazarda faaliyette bulunan rakip platformlara alt kullanıcı sınırlaması uygulayıp uygulamadıkları, SAHİBİNDEN tarafından bu yönde bir sınırlama uygulamasının gerekçesinin ne olabileceği ve bu sınırlamanın kurumsal üyelere ve rakip platformlara etkilerinin ne olduğu hususlarında soru yöneltmiştir.
- (762) (.....), kurulduğu günden itibaren alt kullanıcı sınırlaması uygulamasını kullanmakta olduğunu, yapmış olduğu rakip ve sektör analiz çalışmaları sonucunda sektör pratiğinin bu yönde olduğunu ve (.....)'in kuruluştaki iş planı dahilinde bu tutumun rasyonel olduğu kararı verildiği için uygulandığını, temelinde yatan sebebin ticari olduğunu, müşterilere nasıl ilan limiti konuyorsa alt kullanıcı limiti de koyarak aynı şekilde belli bir büyüklüğe ulaşan müşterilerin üst paketlere geçişine de katalizör etkisi yapmasını bekledikleri, bu uygulamanın temel motivasyonunun ticari bir iş yapma ve paket satışından gelen gelirleri artırmak olduğunu ifade etmektedir.
- (763) (.....) tarafından hesaba ait ön tanımlı kullanıcı hakkı paketinin 2017 öncesinden beri bulunduğunu ve 2022 yılı başından beri istenildiği takdirde paket değişmeden alt kullanıcı eklenebildiği ifade edilmiştir.
- (764) (.....) tarafından gayrimenkul ofisinde çalışan her kullanıcıya *Jethat* adını verdikleri özel bir numara tanımladıklarını ve bu hizmetin beş yıldır sunulduğu, böylece her emlak ofisi üyesine (.....) üzerinden kaç adet telefon araması aldığının raporlandığı, *Jethat* sisteminde (.....) kullanımına açık sınırlı sayıda hat bulunduğu, bu sebeple kurumsal üye ilan paketlerinde sınırlı sayıda danışman hakkı sunulduğu, emlak ofislerinin ek danışman hakkı talep etmesi halinde bu hizmetin ücretsiz olarak sağlanabildiği, bu uygulamanın temel saikinin ek ciro ve karlılık olduğunun düşünüldüğü, emlak ofislerinin ilan sayısı ve (muhtemelen dolayısıyla) gelirinin de sabit kaldığı ya da düştüğü dönemlerde bile; çalışan sayısına bağlı olarak yüksek ödeme yapmaya devam ettikleri, emlak ofisleri SAHİBİNDEN'e daha fazla ödeme yaptıklarından ikinci

bir platforma ayırabilecekleri bütçelerinin azalabildiği, emlak ofislerinin bu durumlarda ikinci bir platform ile çalışmayı durdurabildikleri ifade edilmektedir.

(765) Tüm bu bilgiler dikkate alındığında, pazarda ya alt kullanıcı sınırlamasının uygulanmadığı ya da bu yönde bir sınırlama varsa geniş uygulandığı ve talep edilmesi halinde ücretli ya da ücretsiz olarak ek alt kullanıcı hakkı tanımlandığı gözlemlenmiştir. Ek alt kullanıcı tanımlanmasının platforma bir maliyeti olduğu ya da bu yönde teknik bir engel olduğuna ilişkin de bilgi edinilememiştir. Diğer yandan, rakiplerin pazarda çok sınırlı bir pazar payıyla faaliyet gösterdikleri ve SAHİBİNDEN'in tekel gücüne yakın pazar gücü düşünüldüğünde, benzer olsaydı dahi rakip teşebbüslerin uygulamaları ile SAHİBİNDEN'in uygulamalarının pazarda doğuracağı etki aynı olmayacaktır. Zira bu sebeple rekabet hukukunda rakipler değil hâkim durumdaki teşebbüslerin bu pazar güçlerini kötüye kullanmaları yasaklanmaktadır.

(766) **Ortada gerçek bir rekabet sorunu olmadığı, bu hususun kurumsal kullanıcılar tarafından da hiç gündeme getirilmediği savunması:**

(767) *Kurumsal Üyelerden Elde Edilen Bilgiler* başlığında, görüşme gerçekleştirilen *franchise* emlak ofislerinin ilgili sorunu gündeme getirmesi dolayısıyla piyasada alt kullanıcı hareketlerinin ve buna yönelik sınırlamaların boyutunun incelenmesi gerekli görülmüştür. Öte yandan, SAHİBİNDEN'de gerçekleştirilen yerinde incelemede elde edilen Belge-2/EG, Belge-4/EG ve Belge-6/EG'nin, kurumsal üyelerin alt kullanıcı limitlerini artırmak istediklerine yönelik şikâyetlere ilişkin olduğu görülmektedir.

(768) Söz konusu savunmalar karşısında ayrıca emlak ve galericilere yönelik düzenlenen ankette SAHİBİNDEN tarafından ilan paketlerine uygulanan alt kullanıcı sınırlamasının olumsuz etkilerinin olup olmadığı sorulmuş ve emlakçıların 152 adedi, galericilerin ise 98 adedi bu uygulamadan olumsuz yönde etkilendiklerini belirtirken; emlakçıların 260 adedi, galericilerin ise 205 adedi olumsuz etkilenmediklerini belirtmiştir.

(769) SAHİBİNDEN tarafından ilan paketlerine uygulanan alt kullanıcı sınırlamasının olumsuz etkileri olduğunu ifade eden emlakçılar söz konusu duruma gerekçe olarak

- Üst paket alma zorunluluğu,
- Ofis çalışanları açısından alt kullanıcı sayısı yetersizliği,
- Alt kullanıcı eklemek için talep edilen ücretler düşünüldüğünde harcanan tutarların artması,
- Çok ilan için az danışman bulunması,
- Ana kullanıcının kullanıcı adı ve şifresinin paylaşılması sonucunda ana kullanıcıların sahip olduğu yetkileri personelin kullanabilir hale gelmesi,
- Başka ana kullanıcıların üzerinde ilan yayımlandığı durumda platform üzerinden ilan için arayan müşterilerle iletişimde yaşanan aksaklıkları,
- Yeni personel istihdam edememe,
- İkinci bir kurumsal mağaza açmak durumunda kalma

hususlarını göstermiştir.

(770) SAHİBİNDEN tarafından ilan paketlerine uygulanan alt kullanıcı sınırlamasının olumsuz etkileri olmadığını belirten emlakçılar konu hakkında bilgileri olmadığını, ofislerinde tek ya da 2-3 kişi ile çalıştıklarını, alt kullanıcı sınırı olmadığından emlakçıların ilanları paylaşarak yayımlaması nedeniyle müşteri güveni açısından riskler olduğu, ilan yayımlama ve takibi açısından alt kullanıcı sınırının bulunması gerektiğini açıklamışlardır.

- (771) Öte yandan franchise emlak ofisi olan (.....) tarafından alt kullanıcı sınırlamasının olumsuz etkisi olmadığı, markaları bünyesinde çok sayıda danışman çalıştıran ofislerin bulunmadığını, ancak ofisinde çok sayıda danışmanı bulunan emlak ofisleri için bu sınırlamanın problem oluşturabileceği belirtilmiştir. (.....) tarafından bu sınırlamanın olumsuz etkilerinin bulunduğu ifade edilmiş olup 100'lük ilan paketi satın aldıklarında danışman sayısı yeterli gelmediğinde danışman sayısının yükseltilemediği ve bir üst pakete geçilmesinin istendiği, bu yolla danışman eklenebildiği ancak daha fazla ücret ödenip üst pakete geçildiğinde üst pakette yer alan ilan sayılarını dolduramadıkları belirtilmiştir.
- (772) (.....) tarafından ise kendilerine bağlı emlak ofislerinin birçoğunda 20 ila 90 arasında gayrimenkul danışmanının faaliyet gösterdiği, ilan paketlerine uygulanan alt kullanıcı sınırlamasının, aynı emlak ofisinin içerisindeki gayrimenkul danışmanlarının kendi isimleri ile SAHİBİNDEN'e ilan girişi yapmasına engel olduğu, gayrimenkul danışmanlarının kendi isimleri ve telefon numaraları ile ilan girişinin kısıtlanması durumunun (i) nihai tüketicinin ilanın gerçek sahibi olan gayrimenkul danışmanına ulaşması açısından zorluk oluşturan bir durum olduğu, (ii) İlan veren gayrimenkul danışmanlarının kamu otoritesi tarafından denetlenmesini engellediği, normalde alt kullanıcıların kendi isim-soyisim ve cep telefonu bilgilerini sisteme girmesi ve ilanlarını bu kullanıcı bilgileri ile yayınlamasının esas olduğu ancak alt kullanıcı sınırlaması nedeni ile çalışan sayısı 20'nin üzerinde olan birçok emlak ofisi alt kullanıcı adı soyadı yerine emlak ofisinin adını bir alt kullanıcı gibi sisteme tanımlamakta olduğu ve emlak ofisinde çalışan onlarca emlak danışmanına ait yüzlerce ilanı bu kullanıcı ile sisteme eklediği, bu durumun da yasal yükümlülüklere uyma zorunluğunu perdelediği ve emlakçılık faaliyetini gerekli yasal yükümlülükleri yerine getirmeksizin icra eden kişilerin işlerini kolaylaştırdığı belirtilmiştir.
- (773) **Soruşturma Raporu'nda SAHİBİNDEN tarafından ya alt kullanıcı sınırı uygulanmaması, ya da uygulanırsa bile kurumsal kullanıcıların örneğin ek ücret ödeyerek bunun sayısını artırabilmeleri gerektiği ifadesinin, bir işletmenin pazara sunduğu bir ürünün niteliğinin ve içeriğinin dışarıdan bir el olarak Rekabet Kurumu tarafından belirlenmesi anlamına geldiği, Soruşturma Raporu'nun bu hususta ex-ante bir yaklaşımla sektörel regülasyon otoritesi gibi tutum sergilediği savunması:**
- (774) Soruşturma Raporu'nda alt kullanıcılara yönelik sınırlama uygulanmaması gerektiği ya da ek ücret ödeyerek alt kullanıcı sayısının artırılması gerektiğine yönelik bir düzenleme getirilmesi mümkün değildir, teşebbüsün bu bakımdan hangi ifadelerle atıf yaptığı anlaşılmamıştır.
- (775) Dosyada uygulamaya ilişkin olarak ancak rekabet hukuku çerçevesinde haklı gerekçe değerlendirmesi yapılmıştır. Teşebbüsün uygulamaya ilişkin sunduğu gerekçelerden ilkinin Taşınmaz Ticareti Hakkında Yönetmelik olduğu, ancak Yönetmelik uyarınca yetki belgesi olmayan emlak danışmanı işletmelere üyelik açmama yükümlülüğü getirildiği, bunun alt kullanıcı sınırlamasıyla ilişkisi kurulamadığı değerlendirilmiştir. Yönetmelik'te alt kullanıcı sayısına sınır getirilmesi öngörülmemektedir. Emlak danışmanı tüzel kişilik (sözleşmeli işletme) niteliğini haiz olsa dahi, platforma getirilen yükümlülük bu kişilerin sayısına yönelik kısıtlama değil, bu kişilerin yetki belgelerini kontrol ederek ilanlarını yayımlamak şeklindedir. Keza Yönetmelik'te SAHİBİNDEN'in ileri sürdüğü gibi sözleşmeli işletmelerin mağaza kullanıcısı olarak, yeni üyelik açmadan ilan yayımlamasına yönelik bir hüküm görülmemiştir. Bilakis Yönetmelik'te "işletme" haricinde "sözleşmeli işletme" tanımının yapılmasının emlak ofisleri ile

çalışan tüzel kişi niteliği haiz emlak danışmanlarını ifade ettiği değerlendirilmektedir. Bu bakımdan da emlak ofislerinin çalıştığı sözleşmeli işletmecilerin sayısının sınırlanması da anlamlı ve Yönetmelik'le ilişkili bulunmamaktadır.

- (776) Ayrıca ilgili Yönetmeliğin "Mesleki yeterlilik belgesi" başlıklı 10. maddesinin birinci fıkrası ile sorumlu emlak danışmanları için Seviye 5, emlak danışmanları için ise Seviye 4 Mesleki Yeterlilik Belgesi'ne (MYB) sahip olması zorunluluğu getirilmiştir. Platformlar alt kullanıcının bu belgeye sahip olup olmadığını kontrol edebilmesi için MYB kontrolünün gerçekleştirilebildiği bir sistem kurulmuştur. Bu bakımdan Yönetmeliğin alt kullanıcı sınırlamasına gerekli kılmaktan ziyade, tam tersine işaret ettiği değerlendirilmektedir. Emlak ofisi tarafından alt kullanıcı tanımlanmak istendiğinde, ilgili alt kullanıcıların emlak ofisi bünyesinde faaliyet gösteren ve mesleki yeterlilik belgesine sahip olan emlak danışmanları veya yetkili sözleşmeli işletme olup olmadıklarına dair belge talep etmesi ve bunları yetki belgesi olmaksızın ilan vermeye çalışan kimselerden ayırt etmesi mümkündür.
- (777) SAHİBİNDEN alt kullanıcı sınırlamasına ikinci bir gerekçe olarak da gayrimenkul danışmanlarının yönettiği ortalama portföy büyüklüğüne göre belirlenmiş makul adetlerde kullanıcı tanımlamalarını sağlamak öne sürülmüştür. Öncelikle makul adetlerde kullanıcı tanımlamasının ardındaki rasyonel gerekçe anlaşılammış, bu uygulamayı gerektiren teknik ya da finansal bir gerekçeye de erişilememiştir.
- (778) SAHİBİNDEN tarafından değişiklik yapılan alt kullanıcı uygulamasının haklı gerekçelere dayandığı varsayılsa dahi ilgili sorunu giderme noktasında bulunan çözümün kullanıcıları bir üst pakete yönlendirmek olması orantılı görünmemektedir. Bu tespitler SAHİBİNDEN' e ne yapması gerektiği yönünde öncül düzenlemeden ziyade, ne yapmaması gerektiği yönünde ardıl düzenleme kapsamında olağan tespitlerden ibarettir.
- (779) **SAHİBİNDEN'de emlak mağazası açanların "işletmeler" ve "sözleşmeli işletmeler" olduğu, emlak danışmanlarının ise tek başına mağaza açmadığı, bu bilgiler ışığında taşınmaz ticaretinde bu üç kişi (işletme, sözleşmeli işletme, emlak danışmanı) dışında bir kişi/kuruluş olmayacak iken uygulamada mağaza sahibi işletmelerin yetki belgesi olmayan ancak buna karşın taşınmaz ticareti alanında iştigal eden kişileri de "alt kullanıcı" olarak tanımlayabildiği, SAHİBİNDEN tarafından alt kullanıcılara yönelik yetki belgesi/yeterlilik belgesi incelemesi yapılmadığı, mevzuatın da bu şekilde bir yükümlülük getirmediği gibi SAHİBİNDEN'in bunu yapacak alt yapısı, fiziki imkanı, insan kaynağının bulunmadığı, ancak yetki belgesi olmayan kişilerin de fiilen taşınmaz ticareti yapabildiklerinin piyasadan duyulduğu, SAHİBİNDEN'in belge kontrolü yapabildiği tek muhatap olan mağaza sahiplerinin alt kullanıcı olarak ne sözleşmeli işletme ne de emlak danışmanı statüsünde olan kişileri tanımlayabilmekte olduğu, dolayısıyla yetki belgesi olmayan, emlak danışmanı statüsünde de olmayan bu kimselerin fiilen taşınmaz ticaretinde rol oynayabildiği ve mağaza sahiplerinin alt kullanıcı tanımlamalarıyla buna imkan verebildiği, bu nedenle aktif olarak kullanılmayan, pasif durumdaki ihtiyaç dahi olmayan alt kullanıcı sayılarına imkan tanınmasının hukuk dışı kullanıma çanak tutacağı savunması:**
- (780) Taşınmaz Ticaret Bilgi Sistemi (TTBS) 5 Eylül 2018 tarihinde faaliyete geçmiş olup taşınmaz ticaretiyle iştigal eden tacirler ile esnaf ve sanatkârlara yetki belgesi bu tarihten itibaren TTBS üzerinden Ticaret İl Müdürlüklerince verilebilmektedir. Yetki

belgesi işletme adına düzenlenecek olup tüzel kişi tacirlerin birden fazla taşınmaz ticareti yapılan işletmesi olması durumunda her bir işletme için ayrı ayrı yetki belgesi alınması gerekmektedir.

- (781) Yönetmeliğin 12. maddesi¹⁷⁴ ile internet ortamında taşınmaz ticaretine yönelik ilan verilmesine aracılık eden gerçek veya tüzel kişiler için yükümlülükler öngörülmüştür. Bu kapsamda söz konusu araçlar, ilanlarda yetki belgesi numarasının, yetki belgesindeki işletme adının veya unvanının bulunup bulunmadığını, işletme ve sözleşmeli işletmelerin üyeliğinden önce Bakanlığın internet sayfası veya TTBS üzerinden yetki belgesinin bulunup bulunmadığını kontrol etmek ve buna göre yetki belgesine sahip olmayan işletme ve sözleşmeli işletmeleri platformlarına üye yapmamakla yükümlüdürler. Dolayısıyla sözleşmeli işletmelerin alt kullanıcı olarak tanımlanabildiği dikkate alındığında, fiiliyatta SAHİBİNDEN'in alt kullanıcılara yönelik yetki belgesi kontrolü yapması şeklinde bir yükümlülük altında olduğu anlaşılmaktadır.
- (782) Öte yandan Ticaret Bakanlığı tarafından yayımlanan "TTBS Sözleşmeli İşletme ve Danışman Bildirimi Rehberi"nden¹⁷⁵ de görüleceği üzere sisteme giriş yaptıktan sonra işletme türü seçiminin akabinde seçilen türe göre (ticari işletme veya esnaf işletmesi) MERSİS/ESBİS uygulamalarından yetkili olunan işletmeler ekrana gelir. Danışman bildirimleri yapılacak olan işletme seçilir ve "Danışman Bildirimi" butonuna tıklanır. Danışman bildirimleri yapılırken ad, soyad, doğum tarihi, uyruk ve cinsiyet bilgileri ilgili sistemlerden çekilerek ekrana getirilmektedir. MYB Kontrolü butonuna tıklanarak bildirim yapılacak olan kişinin MYB kontrolü de yapılabilecektir. Böylece kişi MYB ile sisteme kaydedilebilecektir.
- (783) Yine TTBS sistemine giriş yaptıktan sonra İşletme türü seçiminin akabinde seçilen türe göre MERSİS/ESBİS uygulamalarından yetkili olunan işletmeler ekrana gelmektedir. Sözleşmeli işletme bildirimleri yapılacak olan işletme seçilir ve "Sözleşmeli İşletme İşlemleri" butonuna tıklanmaktadır. Sözleşmeli işletme olarak eklenen işletmeler "Sözleşmeli İşletmeler" alanında listelenmektedir. Sözleşmeli işletme danışman bildirimleri ise Sözleşmeli İşletmeler alanında yer alan "Danışman Bildirimi" butonuna tıklanarak yapılabilmektedir. Sözleşmeli işletme ve danışman bildirimleri, bildirim yapılan işletmenin bağlı olduğu Ticaret İl Müdürlüğüne iletilmektedir.
- (784) Sözleşmeli işletme yetkilisi, yetki belgesi başvurusu için uygulamaya giriş yaptıktan sonra "Yeni Başvuru" menüsüne tıklamaktadır. Ekrana gelen yetkili olduğu işletmeler arasından yetki belgesi başvurusunda bulunacağı sözleşmeli işletmeyi seçmektedir. Bu aşamada sözleşmeli işletmenin başvuruya devam edebilmesi için, bağlı olduğu işletmenin TTBS uygulaması üzerinden başvuru yapacak olan sözleşmeli işletmeyi

¹⁷⁴ Söz konusu araçlar;

a) ..."İlanlarında yetki belgesi numarasına, yetki belgesindeki işletme adı veya unvanına, adres bilgisi hariç olmak üzere il, ilçe, mahalle, ada ve parsel bilgileri ile 15 inci maddenin üçüncü fıkrasında belirtilen diğer bilgilere, iletişim bilgisine ve varsa taşınmazın enerji kimlik bilgilerine kolay okunabilir şekilde yer verir."...

b) İşletme ve sözleşmeli işletmelerin üyeliğinden önce Bakanlığın internet sayfası veya Bilgi Sisteminden yetki belgesi kontrolü yaparak yetki belgesine sahip olmayan işletme ve sözleşmeli işletmeleri üye yapmamak.

c) Aynı taşınmaza yönelik birden fazla işletme veya sözleşmeli işletme tarafından ilan verilmesi durumunda, o taşınmaza ilişkin yetkilendirme sözleşmesine taraf olan işletme veya sözleşmeli işletmenin talebi halinde yetkisiz verilen ilanları yayımdan derhal kaldırmak,

d) İlan, şikâyet ve üyeliklere ilişkin bilgileri Bakanlığın taleplerine uygun olarak Bakanlığa iletmek, ile yükümlüdür.

¹⁷⁵ Ayrıntılı bilgi için bkz., <https://ttbs.gtb.gov.tr/Home/CalisanBildirimDok>, Erişim Tarihi: 09.01.2023.

bildirmesi ve sözleşme başlangıç tarihini girmiş olmalıdır. Sözleşmeli işletmeyi bildiren işletmenin de yetki belgesi bulunması gerekmektedir. Bu şartlar sağlandığında sözleşmeli işletme başvurusuna devam edebilecektir. Yetki belgesi başvurusuna ilişkin dokümanlar "Belge Ekle" alanından yüklendikten sonra "Başvuruyu Tamamla" butonuna tıklanmaktadır. Ticaret İl Müdürlüğü başvuru onayladıktan sonra "Yetki Belgelerim" menüsünden başvuruya ilişkin yetki belgesi görüntülenebilmektedir.

(785) Yukarıda aktarılanlardan hareketle, SAHİBİNDEN'e Yönetmeliğin 12. maddesi dolayısıyla yüklenen sorumluluk ile emlak danışmanı olmayan yahut yetki belgesi olmayan kimselerin SAHİBİNDEN sistemine alt kullanıcı olarak tanımlanmasının önüne geçilebileceği değerlendirilmektedir. Emlak danışmanları için mesleki yeterlilik belgesine sahip olmanın ilan verebilmek için yeterli olduğu anlaşılmaktadır. Amaç şayet ilan paketlerinin kayıtsız danışmanlara kullanılmaması ise, bunun takibini yapmak için mesleki yeterlik belgeleri ayırt edici olarak kullanılabilmesi mümkün görülmektedir. Bu bakımdan emlak danışmanı tüzel kişilik (sözleşmeli işletme) niteliğini haiz olsa dahi, platforma getirilen yükümlülük bu kişilerin sayısına yönelik kısıtlama değil, bu kişilerin yetki belgelerini kontrol ederek ilanlarını yayımlamak şeklindedir.

(786) **Dosya kapasamında yapılan değerlendirmelerin temelini oluşturan "emlak ofisinin satın aldığı ilan paketi kapsamında yayımladığı ilan sayısının maksimum ilan sayısına ulaşmadığı halde sırf danışman sayısı sebebiyle daha üst pakete geçmesi" hususunun gerçeği yansıtmadığı, kurumsal kullanıcının ihtiyaç duyulan ilan sayısının artmadığı senaryoda, aynı pakete devam ederek yanındaki sözleşmeli işletme ve/veya emlak danışmanlarının her birinin temsil ettiği ilana mağazasında yer vermesinin fiilen mümkün olduğu, "Diğer taraftan, danışmanların yönettiği portföy tahmininin ortalamalarına göre kurgulanan bu sistemin her şekilde ortalamasının altında portföye sahip olan danışmanlar/ofisler için maliyet yarattığı açıktır"** ifadesinin hatalı bir değerlendirme içerdiği, örneğin aylık 100'lük bir paket kullanan bir mağaza sahibi her biri en düşük portföy olan 1 adet emlağa sahip alt kullanıcılardan 100 tane ile çalışmak istiyorsa bunun tek yolunun alt kullanıcı sayısını artırmak olmadığı, nitekim pazarda bazı kurumların yaptığı gibi ilanlara bir santral/iletişim numarası yazıp gelen aramaları ilgili kişilere yönlendirerek bunu yapmanın mümkün olduğu, bunun için ek maliyete de gerek olmadığı, ilaveten bir üst pakete geçme ihtiyacı duymayan kurumsal üyelerin bünyesinde bulunan sözleşmeli işletmelerin SAHİBİNDEN'den 10'luk bir ilan paketi satın alarak yine sözleşmeli oldukları zincir emlak ofisinin ismini zikrederek de ilan yayımlayabilecekleri savunmaları:

(787) SAHİBİNDEN tarafından öne sürülen alternatif yöntemin emlakçılar açısından sakıncaları bulunmaktadır. İlgili pazarda ilana konu olan ürünlerin değerinin milyonlar büyüklüğünde olması, emlakçıların ilanların satışa dönmesi halinde yüzde 2-4 arasında komisyon alması, ürünlerin birden fazla emlakçı üzerinden ilana verilebilmesi, söz konusu ilanları bir an evvel satışa çevirebilmek bakımından bir zaman yarışını ortaya çıkarmaktadır. İlaveten emlak danışmanlarının da kendi arasında bir rekabetin söz konusu olduğundan hareketle bu amaçla kendi portföyünü ve bilinirliğini artırmaya gayret eden bir emlakçının kendi ilanını mağaza kullanıcı adı altında yayımlayacak olması emlak danışmanının bilinirliğine zarar verecek ve emlak danışmanları arasındaki rekabeti sınırlandıracaktır. Öte yandan, emlak danışmanlarının ayrı paketler satın almaları yönündeki savunma ise, pazarda birden fazla danışmanın kaynak tasarrufu, maliyet etkinliği gibi sebeplerle aynı emlak ofisi altında portföylerini bir araya

getirmenin doğasıyla çalışmaktadır. Öte yandan, emlak ofisleriyle yapılan görüşmelerde, emlak ofisleri arasında emlak danışmanlarını kendilerine çekebilmek bakımından da bir rekabet olduğu, emlak danışmanlarının daha fazla görünürlük imkânı sağladığından birden fazla platform kullanan emlak ofislerini tercih ettiği ifade edilmiştir. Bunun karşısında, emlak ofislerinin alt kullanıcı maliyetini 10'luk paket almak suretiyle danışmanlara yüklemesi de emlak ofisinin kendisine danışman çekebilme potansiyelini etkileyerek emlak ofisleri arasında var olan rekabeti de olumsuz etkileyecektir.

- (788) **Soruşturma Raporu'nda ticari kullanıcıların münhasırlaştırıldığı, rakiplerin faaliyetlerinin zorlaştırıldığı gibi ihlal tespitlerine yönelik olarak alt kullanıcı uygulamasının etkisi hususunda bir değerlendirmeye yer verilmediği ve kaç adet kullanıcının üst pakete geçmek zorunda bırakıldığı gibi sayısal verilerin gösterilmediği savunması:**
- (789) *Alt Kullanıcı Sınırlamasının Değerlendirilmesi* başlığında ele alındığı üzere, SAHİBİNDEN tarafından alt kullanıcı sınırlamasına ilişkin olarak sunulan gerekçeler makul görülmemiş ve bu bölüm altında ileri sürülen iddialar *Çevrim İçi Platform Hizmeti Pazarlarının ve Bu Pazarlardaki Kurumsal Üyelerin Davranışlarının Analizi* numaralı başlık altında EAAD tarafından yapılan analizler ile desteklenerek sınırlı kaynaklarla faaliyet gösteren ve ilan harcamalarının büyük bir kısmını SAHİBİNDEN'e ayıran emlak ofislerinin ve galericilerin ihtiyaçları olmamasına rağmen alt kullanıcı sınırı dolayısıyla üst paketlere yönlendirilmeleri, böylelikle SAHİBİNDEN'e daha fazla ödeme yapmak zorunda bırakılmaları, bunun sonucunda birden fazla platform kullanmak üzere rakip ilan platformlarına aktarılabilecekleri kaynaklarının sınırlandırıldığı, bunun da rakip ilan platformlarına dezavantaj yarattığı, rakip platformlardan ilan satın alabilecek/satın alma motivasyonu olan üyelerin rakiplerden ilan satın almasını engelleyebileceği ve bu açıdan veri taşımanın engellenmesinde olduğu gibi fiili münhasırlığa yol açabileceği, dolayısıyla alt kullanıcı sınırlamasının da veri taşımanın engellenmesine benzer etkiler meydana getirdiği değerlendirilmiştir.
- (790) Öncelikle, SAHİBİNDEN tarafından aktarılan bilgilerden ve dosya kapsamında yapılan tespitlerden hareketle, 5 Kasım 2020'de yalnızca emlak tarafındaki kurumsal üyeler bakımından alt kullanıcı sınırlamasına gidildiği ve vasıta tarafında böyle bir uygulama değişikliğinin yapılmadığı anlaşılmıştır. Dolayısıyla alt kullanıcı sınırlamasına yönelik ele alınan hususlar bakımından yalnızca emlak tarafında faaliyette bulunan kurumsal üyeler bakımından inceleme gerçekleştirilmiştir.
- (791) Akabinde, Ek Görüş sürecinde, söz konusu analizler için kullanılan verilerden SAHİBİNDEN'in sağladığı verilerin hatalı olduğu anlaşılmış ve bunun üzerine analiz yeniden gerçekleştirilmiştir. Bu çerçevede SAHİBİNDEN'in paket kullanım oranlarının kayda değer şekilde değiştiği görülmüştür. Bunun üzerine alt kullanıcı sınırlamasının etkilerine yönelik yapılan çalışmalar aşağıda aktarılmaktadır:
- (792) İlk olarak, 27.12.2022 tarihli yerinde incelemede sırasında sistemden canlı olarak çekilen, SAHİBİNDEN'de yayımlanan ilan sayısının (yeni ve yeniden yayına alınan ilanları bakımından tekilleştirme yapılmaksızın tüm ilanlar) ne kadarının alt kullanıcı ne kadarının mağaza sahibi tarafından yayımlandığı bilgisi aşağıdaki tabloda aktarılmaktadır:

Tablo 59: Yıllar İtibarıyla Emlak Tarafında Yer Alan Kurumsal Üyelerin Mağaza Sahibi ve Alt Kullanıcı Bazında İlan Dağılımı

Yıllar	İlan sahibi	İlan Sayısı	İlan Oranı (%)
2019	Alt Kullanıcı	(.....)	(.....)
	Mağaza Sahibi	(.....)	(.....)
	Toplam İlan Sayısı	(.....)	100
2020	Alt Kullanıcı	(.....)	(.....)
	Mağaza Sahibi	(.....)	(.....)
	Toplam İlan Sayısı	(.....)	100
2021	Alt Kullanıcı	(.....)	(.....)
	Mağaza Sahibi	(.....)	(.....)
	Toplam İlan Sayısı	(.....)	100
2022	Alt Kullanıcı	(.....)	(.....)
	Mağaza Sahibi	(.....)	(.....)
	Toplam İlan Sayısı	(.....)	100

Kaynak: Yerinde İncelemede Elde Edilen Belgeler.

(.....TİCARİ SIR.....)

(793) Yukarıdaki tablodan da görüleceği üzere SAHİBİNDEN platformunda 2019-2020 yılları arasında yayımlanan toplam ilanların (yeni+repost) sırasıyla %(.....), %(.....), %(.....) ve %(.....) alt kullanıcılar tarafından yayımlanmaktadır. Başka bir deyişle alt kullanıcılar tarafından SAHİBİNDEN platformunda yayımlanan ilanlar tüm ilanların yıllar itibarıyla ortalama %(.....) bir oranına karşılık gelmektedir.

(794) İkinci olarak, SAHİBİNDEN tarafından talep edilen bilgi ve belgelere yönelik sunulan cevabi yazıda aktarıldığı üzere, 5 Kasım 2020 tarihinden önce ilgili düzenleme hayata geçirilmeden önce yapılan çalışmada

- 10'lu ilan paketi kullanan mağazaların %90'dan fazlasında (.....)'ten az sayıda,
- 25'li ilan paketi kullanan mağazaların %90'dan fazlasında (.....)'ten az sayıda,
- 35'li ilan paketi kullanan mağazaların %90'dan fazlasında (.....)'ten az sayıda,
- 50'li ilan paketi kullanan mağazaların %90'dan fazlasında (.....)'den az sayıda,
- 75'li ilan paketi kullanan mağazaların %90'dan fazlasında (.....)'dan az sayıda,
- 100'lü ilan paketi kullanan mağazaların %85'ten fazlasında (.....)'ten az sayıda,
- 200'lü ilan paketi kullanan mağazaların %70'ten fazlasında (.....)'ten az sayıda

alt kullanıcı tanımlanmış olduğu ifade edilmiştir. Ek Görüş sürecinde gerçekleştirilen yerinde incelemede, 19.10.2020 tarihinde Emlak tarafındaki kurumsal üyelere yönelik alt kullanıcı düzenlenmesine ilişkin şirket içi görüşmeleri içeren Belge-5'te de aynı tespitlerin yapıldığı görülmüştür.

(795) Üçüncü olarak, etki çalışması kapsamında kullanılmak üzere, 27.12.2022 tarihli yerinde inceleme esnasında veri çekilmek istenmiş, ancak veri seti o anda sistem üzerinden çekilemediğinden ve hazırlanması süreç gerektirdiğinden, teşebbüsten kurumsal üyelerin 2019-2022 yılı için her bir paket özelinde alt kullanıcı sınırı hakkındaki bilgileri ve üye bazında fiiliyatta tanımlanan alt kullanıcı sayıları ile aylık bazda 2020-2022 yılları arasında mağazaların sahip olduğu alt kullanıcılara ve kullandıkları paketlere yönelik bilgiler talep edilmiş, yanıtlar 09.01.2023 tarih ve 34495 sayı ile Kurum kayıtlarına girmiştir. İlgili cevabi yazıya yönelik olarak gerçekleştirilen analizin detayları aşağıda aktarılmaktadır.

(796) Öncelikle, SAHİBİNDEN tarafından gönderilen cevabi yazıda yer alan bilgilerden alt kullanıcı sınırlamasına yönelik değişikliğin getirildiği yıl olan 2020'nin aylarından rastgele seçilen Ocak, Şubat, Haziran ve Eylül ayları bakımından bir analiz gerçekleştirilmiştir. İlgili aylar özelinde veri sağlanan toplam (.....) kullanıcı içinden öncelikle ilan paketi aylık limiti bakımından herhangi bir bilgi sağlanmamış olan kullanıcılar ayıklanmıştır¹⁷⁶. Bu şekilde bir ayıklama yapıldıktan sonra ise 200'lük paket üstü kullanımları olduğu tespit edilen kullanıcılar da bu analiz kapsamına dahil edilmemiştir¹⁷⁷. Geri kalan kullanıcılar satın aldıkları paket limitine göre ayrıştırılmıştır. Daha sonra bu paket limitinde kalan kullanıcıların Kasım 2020 değişikliği ile hayata geçirilen yeni alt kullanıcı sınırlamaları ilgili ayda getirilseydi, söz konusu limitleri aşım aşmadıkları sorgulanmış ve satın aldıkları paket hakları kapsamında yeni alt kullanıcı limitlerini aşan düzeyde alt kullanıcı kullanan risk grubu üyelerin ilgili paketi satın alan tüm üyelere oranına bakılmıştır. Söz konusu çalışmaya aşağıdaki tabloda yer verilmiştir:

Tablo 60: Paket Özelinde, Yeni Getirilecek Alt Kullanıcı Sınırını Aşan Kurumsal Üyelerin Tüm Üyelere Oranı (2020) (%)

Paket Limiti	Yeni Alt Kullanıcı Limiti	Aylar							
		Ocak (Sayı)	Ocak (Oran)	Şubat (Sayı)	Şubat (Oran)	Haziran (Sayı)	Haziran (Oran)	Eylül (Sayı)	Eylül (Oran)
10	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
25	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
35	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
50	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
75	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
100	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
200	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: SAHİBİNDEN Cevabi Yazısı ve Raportörler Tarafından Yapılan Hesaplamalar.

(797) İlgili tablodan da görüleceği üzere, Kasım 2020 değişikliği ile hayata geçirilen yeni alt kullanıcı sınırlamaları Ocak, Şubat, Haziran ve Eylül aylarında birinde hayata geçirilseydi, 10'luk pakette aşım yapan üye oranları aylar itibarıyla %(.....) ile %(.....) arasında seyrederken; 25'lik pakette %(.....) ile %(.....); 50'lik pakette %(.....) ile %(.....); 75'lik pakette %(.....) ile %(.....); 100'lük pakette %(.....) ile %(.....) ve 200'lük pakette %(.....) ile %(.....) arasında değişmektedir. Bu çerçevede risk grubunun sınırlı bir oranda olduğu görülmektedir. En fazla aşımın, dolayısıyla uygulamadan en fazla etkilenecek risk grubunun 100'lük ve 200'lük paketlerde olduğu anlaşılmaktadır. Buna karşılık aylık toplama bakıldığında ise toplam (.....) üyeden, fiili alt kullanıcı limiti değişiklik sonrası tanımlanacak olan yeni alt kullanıcı limitini aşan üye sayısı başka bir deyişle risk grubunda olan üye sayısı Ocak ayı için toplamda (.....), Şubat ayı için (.....), Haziran ayı için (.....) ve Eylül ayı için (.....)'dur. Dolayısıyla Ocak, Şubat, Haziran ve Eylül aylarının her birinde fiili alt kullanıcı limiti değişiklik sonrası tanımlanacak olan yeni alt kullanıcı limitini aşan üyeler ortalama %(.....) tekabül etmektedir. Dolayısıyla alt kullanıcı sınırlamasına yönelik incelenen değişiklikten etkilenebilecek üye sayısının minimal düzeyde olduğu görülmektedir.

(798) Ardından, SAHİBİNDEN'in 2020 Kasım itibarıyla uygulamaya koyduğu alt kullanıcı limitlerinin güncellenmesine dair değişikliklerin, kullanıcıları bir üst paketi satın almaya zorlamak yönünde fiili bir etkisinin olup olmadığını incelemek üzere (.....) gözlem

¹⁷⁶ 2020 yılı Ocak için (.....), Şubat için (.....), Haziran için (.....) ve Eylül için (.....) adet kullanıcıyı içermektedir.

¹⁷⁷ 2020 yılı Ocak için (.....), Şubat, Haziran ve Eylül için (.....) adet kullanıcıyı içermektedir.

içeren bir veri seti üzerinden analizlere başlanmıştır. Bu veri setindeki kullanıcıların 2019, 2020, 2021 ve 2022 yılı için taahhütlerine bağlı olarak birden çok kez aylık alt kullanıcı güncellemelerine gittiği görülmektedir. Bununla beraber 2019 ve 2020 yılı içinde bu güncelleme sıklıkları düşük olduğundan bu yıllar analize dâhil edilmemiştir. Bu bakımdan analizlerde 2021 yılı, politika değişikliğinin vuku bulduğu yıl (baz yılı) ve 2022 yılı bu değişikliğin tam anlamıyla etkisini gösterdiği yıl (karşılaştırma yılı) şeklinde tasnif edilmiştir. Buna karşın 2021 yılı verileri içerisinde de bahse konu yılda taahhüt süresi sona eren ve Kasım 2020 yılında hayata geçirilen yeni alt kullanıcı limitlerini dikkate alarak sözleşme yenileyen müşterilerin olduğu belirtilmelidir.

- (799) Yapılan çalışmada ilk olarak, veri setinde yer alan ve bu politika değişikliğinden negatif etkilenebileceği varsayılan müşteri grubu belirlenmeye çalışılmıştır. Buna göre tanımlanan alt kullanıcı sayısına en yakın fiili aktif kullanıcı sayısına sahip üyelerin, alt kullanıcı uygulamasına yönelik politika değişikliği sonrasında düşen alt kullanıcı limitinden etkilenmeye aday grup olduğu varsayılmıştır. Bu grubu diğer kullanıcılardan ayırtmak bakımından müşterilerin 2019-2022 yılları arasındaki her bir yıl için risk oranı hesaplanmış olup hesaplamada aşağıdaki formül kullanılmıştır:

$$\text{Risk Oranı} = \frac{\text{Aylık Aktif Kullanıcı Sayısı}}{\text{Tanımlanabilen Toplam Kullanıcı Sayısı}}$$

- (800) Eğer Risk Oranı herhangi bir yıl için 1'e eşit veya 1'den büyük ise o müşteri analize konu risk grubuna dâhil edilmektedir. Akabinde verideki mükerrer gözlemlerin giderilmesi ve kullanıcıların veri bağlamında üniform (kıyaslanabilir & homojen) hale getirilmesi maksadıyla her bir müşteri için, 2021 ve 2022 yılı için ortalama aylık aktif alt kullanıcı sayısı, aylık tanımlanabilecek toplam alt kullanıcı sayısı, aylık paket limiti ve aylık (fiilen) yayımlanan ilan sayısı hesaplanmıştır. Bu analizde, SAHİBİNDEN tarafından yapılan politika değişikliği sonrası 2021'den 2022'ye doğru potansiyel olarak üst tarifeye geçme eğiliminde olabileceği varsayılan üyelerin daha üst bir pakete geçmeye zorlandığı hipotezi sınanmıştır. Dolayısıyla eğer böyle bir durum varsa aylık yayımlanabilecek ilan limiti değişkeninin ortalama büyüklüğü artacaktır.
- (801) Analiz sonucunda risk grubundaki tüm müşteriler için ortalama olarak aylık paket limiti veya fiilen yayımlanan ilan miktarı ortalama (.....) yükselmiş ve (.....) birimlik (yaklaşık %(.....)) bir artış ortaya çıkmıştır. Öte yandan bu artış istatistiksel olarak anlamlı değildir. Dolayısıyla yalnızca politika değişikliğine bağlı olarak bir yorum yapılacak olursa, analize konu politika değişikliğinin kullanıcılar üzerinde istatistiksel olarak anlamlı ve attirıcı bir etkisi olmadığı söylenebilecektir. Ortalama ilan sayısının ise 2022'de 2021'e kıyasla yaklaşık (.....) birim arttığı saptanmaktadır. Zira bu artış istatistiksel olarak da anlamlıdır. Bu iki sonuç arasında kuramsal olarak bir illiyet bağı kurulamamaktadır. Bir diğer ifadeyle, ilan sayısı ortalama artmış olmasına karşın müşterilerin üst pakete geçişine yönelik istatistiksel olarak anlamlı etkilere rastlanılmamıştır.
- (802) İkinci olarak, analizler müşteri gruplarına göre aylık paket limiti temel alınarak yapılacak sınıflandırmalar çerçevesinde tekrar gerçekleştirilmiştir. Buna göre aylık paket limitleri bakımından

II. Grup: 25-100

III. Grup:100+

şeklinde tanımlanmıştır.

- (803) Aynı çalışmanın söz konusu gruplar özelinde yapılan versiyonunda, I. grup için hem aylık paket limiti hem de fiilen yayımlanan ilan sayısı bakımından anlamlı değişime ulaşılmamıştır. II. grup için hem aylık paket limitlerinde hem de ortalama fiilen yayımlanan ilan sayısında istatistiksel olarak anlamlı şekilde bir artış gözlemlenmektedir. Bu artış aylık paket limitlerinde (.....) birim, ortalama fiilen yayımlanan ilan sayısında yaklaşık (.....) birim şeklindedir. II. grup ile benzer olarak III. grupta da aynı yönde sonuçlara ulaşılmıştır. Lakin değişimlerin büyüklükleri ölçekten dolayı oldukça yüksek ölçülmektedir. Bu grup için aylık paket limiti (.....) yükselmekte olup yaklaşık (.....) birimlik bir artış yaşanmaktadır. Fiilen yayımlanan ilan sayısındaki artış ise yaklaşık (.....) birim olarak hesaplanmaktadır. Dolayısıyla yapılan sınıflandırma sonucu politikanın etkisinin atfedilebileceği asıl müşteri gruplarının II. ve III. grup olduğu ve söz konusu gruplar bakımından istatistiksel olarak anlamlı bir etkinin olduğu söylenebilecektir. Özellikle, III. grupta fiilen yayımlanan ilan sayısındaki artışın ((.....) birim) aylık paket limiti artışına ((.....)) nazaran daha az olması bu grubun uygulamadan negatif etkilenme riskinin daha yüksek olduğuna işaret etmektedir.
- (804) Yukarıda aktarılan tüm bilgi, belge ve analizler sonucunda yapılan ilk analizde 2019-2022 yılları arasında alt kullanıcı kullanılarak SAHİBİNDEN platformuna girilen ilanların tüm ilanlara oranının yaklaşık %(.....) olduğu görülmüştür. Akabinde, bu %(.....) kesimde alt kullanıcı limitlerinin değiştirilmesinden potansiyel olarak etkilenebilecek üyeler saptanmış ve Tablo 59'd detayları aktarılmıştır. Buna göre, 2020 yılında örnek olarak alınan aylarda yeni düzenlenen alt kullanıcı sayısı sınırları uygulansaydı, bu sınırlamadan potansiyel olarak olumsuz etkilenebilecek üyeler tüm üyelerin %(.....)'lük bir kesimini oluşturmaktadır. Yeni politikanın uygulamaya geçirilmesinin ardından gerçekleşen zararı ölçümlemek adına yapılan çalışmada ise, paket ayırımına gidilmediğinde politika değişikliği ile üst pakete geçiş arasında anlamlı bir bağlantı kurulamamaktadır. Ancak üyelerin paketler özelinde gruplandırılmasıyla gerçekleştirilen çalışmada, 100 üstü paket kullanan III. grubun politika değişikliğinin ardından aylık paket limitinin (.....) birim, buna karşın fiilen yayımlanan ilan sayısındaki artışın (.....) birim olduğu görülmüştür.
- (805) Alt kullanıcı sınırlamasına ilişkin incelenen davranışın etkilerine yönelik yukarıda aktarılan çalışmalar neticesinde, her ne kadar incelenen alt kullanıcı uygulamasının teoride üyeleri bir üst paket kullanmaya zorlayabileceği ve haklı gerekçesi olmaksızın uygulandığı değerlendirilse de, incelenen iki yıl için, uygulamada üzerinde bu yönde etki doğabilecek üye sayısının sınırlı olması, bu sınırlı üye üzerinde oluşan etkinin de minimal düzeyde kalması sebebiyle, bu aşamada etkisinin olmadığı değerlendirilmektedir. Ancak bu etki, ileride risk grubuna dâhil olan popülasyonun genişlemesi ve/veya bu popülasyon üzerindeki etki miktarının artması durumuna göre farklılaşabilecektir.
- (806) Dolayısıyla bu noktada, SAHİBİNDEN'in alt kullanıcı sınırlaması uygulaması ile hâkim durumunu kötüye kullanmadığı kanaatine varılmıştır.

I.5.3. İdari Para Cezasına İlişkin Değerlendirme

(807) Yukarıda yer verilen tüm bilgi, değerlendirme ve tespitler ışığında, SAHİBİNDEN tarafından

- Dopingli ilanları şeffaf şekilde yayımlamadığı,
- Doğal reklam uygulamasında şeffaf davranmadığı,
- Sıralama algoritması yoluyla kendini kayırdığı,
- Sağladığı diğer hizmetlerde (emlak/araç değerlendirme, sıfır araç satışında yetkili bayiye yönlendirme, ekspertiz sağlama gibi) kendini kayırdığı/yanıltıcı sonuç verdiği,
- Kurumsal üyelere alt kullanıcı sınırlaması getirmek suretiyle üyelerin birden fazla platform kullanmalarını zorlaştırdığı

ve bu yollarla rekabetin sınırlanmasına yol açarak hâkim durumunu kötüye kullandığı iddialarını destekleyen herhangi bir bilgi ya da bulguya rastlanmamıştır. Bu sebeple söz konusu iddialara yönelik bir ihlal tespitinde bulunulmamıştır.

(808) Bununla birlikte, teşebbüsün çevrim içi platform hizmetleri bakımından kurumsal üyelerin ilan verilerini taşımayı engellediği iddiasına yönelik olarak;

- Kurumsal Üyelik Sözleşmesi'nin 5.1.6. maddesinin ve ekinin 4.3. maddesinin rekabet etmeme yükümlülüğü içerdiği,
- Kurumsal Üyelik Sözleşmesi'nin 5.1.6. ve 5.1.7. maddeleri ile ekinin 4.10, 4.11, 4.14, 4.15, 4.18, 4.3. gibi maddelerinin üyenin kendi ilanlarının verisini (i) kendi kanallarına, üyelerin birlik/odalarının oluşturduğu diğer portallara ya da MLS gibi sistemlere, (ii) rakip platformlara taşımalarını engelleyerek üyenin birden fazla platforma erişimini zorlaştırarak fiili münhasırlığa yol açtığı

ve bu yolla 4054 sayılı Kanun'un 6(a) maddesi kapsamında rakiplerin faaliyetlerini zorlaştırdığı tespit edilmiştir. Ancak (i) rekabet etmeme yükümlülüğünün uygulanmadığı (ii) kendi kanallarına, üyelerin birlik/odalarının oluşturduğu diğer portallara ya da MLS gibi sistemlere veri taşımanın engellenmesinin ise pazarda önemli bir etki doğurmadığı anlaşılmıştır.

(809) SAHİBİNDEN Kurumsal Üyelik Sözleşmeleri 2016 tarihinden itibaren bireysel ve kurumsal üyeler için ayrı üyelik sözleşmeleri akdedilmiş olsa da 2014 ve 2015 yıllarındaki sözleşmelerin hem bireysel hem de kurumsal kullanıcılar için geçerli olduğu, hatta ulaşılabilen en eski sözleşme örneklerine bakıldığında bu sözleşmelerin 2012 yılından beri uygulamada olduğu görülmektedir.

(810) 4054 sayılı Kanun'un 16. maddesinin üçüncü fıkrasında "Bu Kanunun 4, 6 ve 7 nci maddelerinde yasaklanmış davranışlarda bulunanlara, ceza verilecek teşebbüs ile teşebbüs birlikleri veya bu birliklerin üyelerinin nihai karardan bir önceki mali yılsonunda oluşan veya bunun hesaplanması mümkün olmazsa nihai karar tarihine en yakın mali yılsonunda oluşan ve Kurul tarafından saptanacak olan yıllık gayri safi gelirlerinin yüzde onuna kadar idarî para cezası verilir" hükmüne yer verilmiştir. 15.02.2009 tarih ve 27142 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan "Rekabeti Sınırlayıcı Anlaşma, Uyumlu Eylem ve Kararlar ile Hâkim Durumun Kötüye Kullanılması Halinde Verilecek Para Cezalarına İlişkin Yönetmelik" (Yönetmelik) 1. maddesinde ise Yönetmeliğin amacı; "4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanunun 4 üncü ve 6 ncı maddelerinde yasaklanmış davranışlarda bulunan teşebbüs ile teşebbüs birlikleri

veya bu birliklerin üyeleri ile bunların yönetici ve çalışanlarına, aynı Kanunun 16 ncı maddesi gereğince verilecek para cezasının tespitine ilişkin usul ve esasları düzenlemek” şeklinde belirlenmiştir.

- (811) Yukarıda yer verilen değerlendirmeler çerçevesinde, kurumsal üyelerin emlak satış/kiralama faaliyetlerine ve kurumsal üyelerin vasıta satış faaliyetlerine yönelik çevrim içi platform hizmetleri pazarlarında hâkim durumda olduğu tespit edilen SAHİBİNDEN'in kurumsal üyelerinin veri taşımalarını engellemek suretiyle üyelerin birden fazla platform kullanmalarını güçleştirdiği, bu yolla ve rekabet etmeme yükümlülüğü ile fiili/sözleşmesel münhasırlık uyguladığı ve rakiplerin faaliyetlerini zorlaştırdığı, dolayısıyla hâkim durumunu kötüye kullanarak 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesini ihlal ettiği tespit edilmiş, bu kapsamda 4054 sayılı Kanun'un 16. maddesi ve ilgili Yönetmelik hükümleri uyarınca teşebbüs hakkında idari para cezası uygulanmasına karar verilmiştir.
- (812) Yukarıda ihlal olarak nitelendirilen uygulamaların aynı pazarlarda, aynı müşterilere yönelik olarak birbirleriyle aynı ya da çakışan dönemlerde gerçekleştiği görülmektedir. Tüm bu uygulamaların SAHİBİNDEN için aynı ekonomik amacı sağlamaya hizmet ettiği ve benzer etkiler doğurduğu, tüm bu uygulamaların münhasırlık yoluyla rakiplerin dışlanmasına ve faaliyetlerinin zorlaştırılarak rekabetin sınırlandırılmasına neden olduğu, bu nedenle tüm bu uygulamaların tek bir ihlal teşkil ettiği kanaatine varılmıştır.
- (813) Ceza Yönetmeliğinin 4. maddesine göre; teşebbüslere verilecek nihai para cezası miktarı belirlenirken öncelikle Yönetmelik'in 5. maddesi çerçevesinde temel para cezası belirlenmelidir. Ardından, eğer maddi vakiada mevcut ise, Yönetmeliğin 6. ve 7. maddelerinde düzenlenen ağırlaştırıcı ve hafifletici unsurlar uygulanarak nihai para cezası tespit edilmelidir.
- (814) Ceza Yönetmeliğinin 5. maddesinin birinci fıkrasında temel para cezasının hesaplanması bakımından “karteller” ve “diğer ihlaller” şeklinde bir ayırım öngörülmektedir..Bu kapsamda, temel para cezası hesaplanırken ihlale taraf olan teşebbüslerin Kurul tarafından saptanacak yıllık gayri safi gelirlerinin, karteller için %2'si ile %4'ü, diğer ihlaller için %0,5'i ile %3'ü arasında bir oran esas alınacaktır. Ceza Yönetmeliğinin 3. maddesine göre diğer ihlaller, “Kartel tanımı dışında kalan, 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanunun 4 üncü ve 6 ıncı maddelerinde yasaklanmış davranışlar” şeklinde tanımlanmıştır. SAHİBİNDEN'in 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesini ihlali “diğer ihlaller” kategorisindedir. SAHİBİNDEN'e uygulanacak temel para cezası oranı %(.....) olarak belirlenmiştir.
- (815) Ceza Yönetmeliğinin 5. maddesinin üçüncü fıkrasına göre, temel para cezasının belirlenmesinde dikkate alınacak bir diğer husus, ihlalin süresidir. Söz konusu maddenin üçüncü fıkrasına göre; bu oran bir yıldan uzun beş yıldan kısa ihlallerde yarısı oranında, beş yıldan uzun süren ihlallerde bir katı oranında artırılmalıdır (.....). Son olarak, Ceza Yönetmeliğinin 6. ve 7. maddeleri kapsamındaki ağırlaştırıcı ve hafifletici unsurların bulunmadığı değerlendirilmiştir.
- (816) Ek olarak; dosya kapsamında Kanun'un 9. maddesinin birinci fıkrası uyarınca ihlali sonlandırmak ve pazardaki etkin rekabetin tesis edilmesini temin etmek için SAHİBİNDEN'e:
- i. Gereğeli kararın tebliğinden itibaren 3 (üç) aylık süre içerisinde yerine getirmek ve Kuruma tevsik etmek üzere; SAHİBİNDEN ile kurumsal üyeler

arasında imzalanan sözleşmenin ihlal konusu hükümleri içermeyecek şekilde yeniden düzenlenmesi,

ii. Gerekçeli kararın tebliğinden itibaren 2 (iki) aylık süre içerisinde yerine getirmek ve kendisine tanınan sürenin en geç bir ay öncesinde hazırladığı uyum tedbirlerini Kuruma sunmak üzere, kurumsal üyelerin SAHİBİNDEN platformuna girdikleri emlak ve vasıta ilan verilerini rakip platformlara etkin şekilde taşıyabilmelerini ve bu ilanların içerdiği verileri güncel tutabilmelerini sağlayacak altyapıyı herhangi bir bedel talep etmeksizin kurması,

iii. Rakip platformlarda üyeliği bulunan kurumsal üyelerin, bu platformlardaki emlak ve vasıta ilan verilerini SAHİBİNDEN platformuna taşıması ve ilanların içerdiği verileri SAHİBİNDEN platformunda güncel tutabilmesi için talepte bulunması ve rakip platformların da bu talebi kabul etmesi halinde; SAHİBİNDEN'in, üyelerin verilerini taşıyabilmelerini ve güncel tutabilmelerini sağlayacak altyapıyı herhangi bir gecikmeye mahal vermeksizin makul olan en kısa sürede ve herhangi bir bedel talep etmeksizin kurarak rakip platformlardan gelecek taleplerin kesintisiz ve etkin bir şekilde karşılanmasını sağlaması,

iv. SAHİBİNDEN'in, yukarıdaki hususların Kurul kararı doğrultusunda yerine getirilip getirilmediğinin tespit edilmesini teminen süreci, başlangıcında ve sonunda Kuruma tevsik etmesi,

v. SAHİBİNDEN'in ilk uyum tedbirinin uygulanmaya başlamasından itibaren 3 (üç) yıllık süre boyunca ve yılda bir periyodik olarak Kuruma rapor sunması

yükümlülüklerinin getirilmesine karar verilmiştir.

J. SONUÇ

(817) 30.09.2021 tarihli ve 21-46/655-M sayılı Kurul kararı uyarınca yürütülen soruşturma ile ilgili olarak düzenlenen Rapor'a ve Ek Görüş'e, toplanan delillere, yazılı savunmalara, sözlü savunma toplantısında yapılan açıklamalara ve incelenen dosya kapsamına göre,

1. SAHİBİNDEN'in kurumsal üyelerin emlak satış/kiralama faaliyetlerine ve kurumsal üyelerin vasıta satış faaliyetlerine yönelik çevrim içi platform hizmetleri pazarlarında hâkim durumda olduğuna,

2. SAHİBİNDEN'in kurumsal üyelerinin veri taşımalarını engellemek suretiyle birden fazla platform kullanmalarını zorlaştırdığı, bu yolla ve sözleşmelerinde getirdiği rekabet etmeme yükümlülüğü yoluyla fiili/sözleşmesel münhasırlık uyguladığına, rakiplerinin faaliyetlerini zorlaştırdığına, dolayısıyla hâkim durumunu kötüye kullanarak 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesini ihlal ettiğine,
3. Bu nedenle, 4054 sayılı Kanun'un 16. maddesinin üçüncü fıkrası ve "Rekabeti Sınırlayıcı Anlaşma, Uyumlu Eylem ve Kararlar İle Hâkim Durumun Kötüye Kullanılması Halinde Verilecek Para Cezalarına İlişkin Yönetmelik" in 5. maddesinin birinci fıkrasının (b) bendi ve ikinci fıkrası hükümleri uyarınca 2021 mali yılı sonunda oluşan ve Kurul tarafından belirlenen yıllık gayri safi gelirlerinin takdiren, % (.....)'ü oranında olmak üzere
 - Sahibinden Bilgi Teknolojileri ve Pazarlama AŞ'ye 40.150.533,15-TL; idari para cezası verilmesine
4. İhlali sonlandırmak ve pazardaki etkin rekabetin tesis edilmesini temin etmek için SAHİBİNDEN'e
 - i. Gerekçeli kararın tebliğinden itibaren 3 (üç) aylık süre içerisinde yerine getirmek ve Kuruma tevsik etmek üzere; SAHİBİNDEN ile kurumsal üyeler arasında imzalanan sözleşmenin ihlal konusu hükümleri içermeyecek şekilde yeniden düzenlenmesi,
 - ii. Gerekçeli kararın tebliğinden itibaren 2 (iki) aylık süre içerisinde yerine getirmek ve kendisine tanınan sürenin en geç bir ay öncesinde hazırladığı uyum tedbirlerini Kuruma sunmak üzere, kurumsal üyelerin SAHİBİNDEN platformuna girdikleri emlak ve vasıta ilan verilerini rakip platformlara etkin şekilde taşıyabilmelerini ve bu ilanların içerdiği verileri güncel tutabilmelerini sağlayacak altyapıyı herhangi bir bedel talep etmeksizin kurması,
 - iii. Rakip platformlarda üyeliği bulunan kurumsal üyelerin, bu platformlardaki emlak ve vasıta ilan verilerini SAHİBİNDEN platformuna taşıması ve ilanların içerdiği verileri SAHİBİNDEN platformunda güncel tutabilmesi için talepte bulunması ve rakip platformların da bu talebi kabul etmesi halinde; SAHİBİNDEN'in, üyelerin verilerini taşıyabilmelerini ve güncel tutabilmelerini sağlayacak altyapıyı herhangi bir gecikmeye mahal vermeksizin makul olan en kısa sürede ve herhangi bir bedel talep etmeksizin kurarak rakip platformlardan gelecek taleplerin kesintisiz ve etkin bir şekilde karşılanmasını sağlaması,
 - iv. SAHİBİNDEN'in, yukarıdaki hususların Kurul kararı doğrultusunda yerine getirilip getirilmediğinin tespit edilmesini teminen süreci, başlangıcında ve sonunda Kuruma tevsik etmesi,
 - v. SAHİBİNDEN'in ilk uyum tedbirinin uygulanmaya başlamasından itibaren 3 (üç) yıllık süre boyunca ve yılda bir periyodik olarak Kuruma rapor sunmasıyükümlülüklerinin getirilmesine,

5. Kurumsal üyelere alt kullanıcı sınırlaması getirmek suretiyle üyelerin birden fazla platform kullanmalarını zorlaştırdığı, dopingli ilanları şeffaf şekilde yayımlamadığı, doğal reklam uygulamasında şeffaf davranmadığı, sıralama algoritması yoluyla kendini kayırdığı ve sağladığı diğer hizmetlerde (emlak/araç değerlendirme, sıfır araç satışında yetkili bayiye yönlendirme, ekspertiz sağlama gibi) kendini kayırdığı/yanıltıcı sonuç verdiği ve bu yollarla rekabetin sınırlanmasına yol açarak hâkim durumunu kötüye kullandığı iddialarının reddine

gerekçeli kararın tebliğinden itibaren 60 gün içinde Ankara İdare Mahkemelerinde yargı yolu açık olmak üzere OYBİRLİĞİ ile karar verilmiştir.