

Rekabet Kurumu Başkanlığından,

REKABET KURULU KARARI

Dosya Sayısı : 2010-2-66 (Devralma)
Karar Sayısı : 10-27/387-142
Karar Tarihi : 31.03.2010

A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER

Başkan : Prof. Dr. Nurettin KALDIRIMCI
Üyeler : Mehmet Akif ERSİN, İsmail Hakkı KARAKELLE, Doç. Dr. Cevdet İlhan GÜNAY, Murat ÇETİNKAYA, Reşit GÜRPINAR

B. RAPORTÖRLER : Ayşe Özlem UZUN, Nimet ALACAPUNAR

C. BİLDİRİMDE BULUNAN :- Ströer Out of Home Media AG
Temsilcisi: Dr. M. Fevzi TOKSOY
Maya Akar Center, 100/10, 34394, Esentepe- İstanbul

D. TARAFLAR : - Ströer Out of Home Media AG
Group headquarter Ströer Allee 1 50999 Cologne- ALMANYA
- Akademi Reklam Tan. Tur. Tek. San ve Dış. Tic. Ltd. Şti
Gümüşsuyu Mah. İnönü Cad. Miralay Şefik Bey Sk. No.7
Beyoğlu / İstanbul

E. DOSYA KONUSU: Ströer Kentvizyon Reklam Pazarlama A.Ş.'nin %40 oranındaki hissesinin Ströer Out of Home Media AG tarafından devralınması işlemine izin talebi.

F. DOSYA EVRELERİ: Kurum kayıtlarına 12.3.2010 tarih ve 2185 sayı ile intikal eden bildirim üzerine, 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun ve 1997/1 sayılı Rekabet Kurulu'ndan İzin Alınması Gereken Birleşme ve Devralmalar Hakkında Tebliğ'in ilgili hükümleri çerçevesinde yapılan değerlendirme sonucunda düzenlenen 19.3.2010 tarih ve 2010-2-66/Öİ-10-AÖU sayılı Devralma Ön İnceleme Raporu, 26.3.2010 tarih ve REK.0.06.00.00-120/146 sayılı Başkanlık Önergesi ile 10-27 sayılı Kurul toplantısında görüşülerek karara bağlanmıştır.

G. RAPORTÖRLERİN GÖRÜŞÜ: İlgili Rapor'da; bildirim konusu devralma işleminin 1997/1 sayılı Tebliğ kapsamında olduğu, 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 7. maddesi anlamında, bir hâkim durum yaratmaya veya mevcut bir hâkim durumu güçlendirmeye yönelik olarak rekabetin önemli ölçüde azaltılması sonucunu doğurmayacağı, işleme izin verilmesinde bir sakınca bulunmadığı ifade edilmiştir.

H. İNCELEME VE DEĞERLENDİRME

H.1. İşleme İlişkin Bilgiler

Dosya konusu işlem Ströer Out of Home Media AG (Ströer AG), Akademi Reklam Tan. Tur. Tek. San ve Dış. Tic. Ltd. Şti. (Akademi Reklam) ve Mustafa İLBAK arasında imzalanan 10 Mart 2010 tarihli Hisse Alım ve Devir Sözleşmesi uyarınca Ströer Kentvizyon'un, Akademi Reklam tarafından sahip olunan %40 oranındaki

hissenin, mevcut durumda Ströer Kentvizyon'un yaklaşık %50 oranında hissesine sahip olan Ströer AG tarafından devralınmasına ilişkindir.

Hisse Alım ve Devir Sözleşmesi'nin 3.2. no'lu hükmü gereğince, Rekabet Kurulu izni Sözleşme'nin kapanışının gerçekleşmesi için gerekli olan işlemlerden biri olarak sayılmıştır.

Ströer Kentvizyon, Ströer AG ve Akademi Reklam tarafından ortak kontrol edilmektedir. Ströer AG, 2010 yılında hisselerini halka arz etme ve bu kapsamda yeniden yapılanma planının bir parçası olarak Ströer AG'nin Türkiye'deki faaliyetlerinin tek elde toplanmasını, dolayısıyla Ströer Kentvizyon'u tek başına kontrol etmeyi amaçlamaktadır.

H.2. Taraflar

H.2.1. Devralan Taraf: Ströer AG

Merkezi Almanya'da olan Ströer AG, Avrupa ve Güneydoğu Asya'da 8 farklı ülkede açık hava reklamcılığı faaliyeti ile iştigal etmektedir. Teşebbüsün internet sitesinde, Almanya açık hava sektöründe lider konumda bulunan Ströer AG'nin, Avrupa'da 3. sırada yer aldığı bilgisine yer verilmiştir.

Dosya mevcudu bilgilerinde, Ströer AG'nin Türkiye Cumhuriyeti sınırları içerisinde Ströer Kentvizyon dışında herhangi bir ortaklığı veya iştirakinin bulunmadığı ifade edilmiştir.

H.2.2. Devreden Taraf: Akademi Reklam

Akademi Reklam'ın ortaklık yapısı Murat İLBAK ve Mustafa İLBAK'ın eşit oranda sahip olduğu hisselerden oluşmaktadır. Akademi Reklam'ın her iki hissedarı da tek imza yetkisine sahip bulunmaktadır. Dosya mevcudu bilgilerinde, Akademi Reklam'ın herhangi bir faaliyetinin bulunmadığı belirtilmiş, vergi beyannamesinde de satışlardan dolayı bir gelir elde etmediği görülmüştür.

H.2.3. Devralınan Taraf: Ströer Kentvizyon

Ströer Kentvizyon, Ströer AG'nin Akademi Reklam ile ortak kontrol ettiği bir şirket olup; Türkiye'de 7 bölgede 31 noktada açık hava reklam panolarının alımı, satımı ve pazarlanması faaliyetleri ile uğraşmaktadır. Ströer Kentvizyon'un ve Tablo 2'de hissedarlık oranları da verilen bağlı ortaklıklarının net satışları toplamı (.....) TL olup, devir öncesi ve sonrası hissedarlık yapısı aşağıdaki tabloda sunulmaktadır:

Tablo 1: Hisse Devri İşlemi Öncesi ve sonrası Ströer Kentvizyon Hissedarlık Yapısı

Hissedar	Hisse Değeri (TL)	Hisse (%)	Hisse Değeri (TL)	Hisse (%)
Ströer Out of Home Media AG	6.120.769	<49,99	11.018.025	<89,99
Akademi Reklam Tan. Tur. Tek. San ve Diş. Tic. Ltd. Şti.	6.120.769	<49,99	1.223.513	<9,99
Mustafa İlbak	400	>0,01	400	>0,01
Murat İlbak	400	>0,01	400	>0,01
Alfried Günter Justus Bührdel	400	>0,01	400	>0,01
Udo Josef Engelhardt Müller	400	>0,01	400	>0,01
TOPLAM	12.243.138	100,00	12.243.138	100,00

Ströer Kentvizyon'un ve bağlı ortaklıklarının ciroları aşağıdaki gibidir:

Tablo 2: Ströer Kentvizyon'un ciro ve bağlı ortaklık bilgisi

	Ströer Kentvizyonun Hissedarlık Oranı (%)	Net Satışlar -TL (2008)
STRÖER KENTVİZYON		(...)
STRÖER AKADEMİ	100,00	(...)
İLBAK NEON	100,00	(...)
CITYLIGHTS	99,00	(...)
DÜNYA TANITIM	100,00	(...)
GÜNDEM MATBAACILIK	100,00	(...)
OBJEKTİF KENTVİZYON	80,00	(...)
İTER TANITIM ¹	66,67	(...)
KONYA İTER ²		(...)
MEDYA GRUP TANITIM ³		(...)
TOPLAM CİRO		(...)
GRUP İÇİ SATIŞLAR		(...)
KONSOLİDE CİRO		(...)

Ströer Kentvizyon'un Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa İLBAK⁴ ve üyeleri ise Murat İLBAK, Udo MÜLLER ve Alfried BUHRDEL'dir.

H.3. İlgili Pazar

H.3.1. İlgili Ürün Pazarı

Açık hava reklamcılığı, bir ürün için belli bir imaj yaratmak ve talebi arttırmak amacıyla iç/dış mekânlarda oluşturulmuş, yazılı ve/veya görsel mesajlar içeren reklam araçları ile gerçekleştirilen reklamcılık faaliyetine verilen addır. Açık hava reklamcılığına dahil olan ürünler hem talep hem de teknik özelliklerine göre de farklı nitelikler taşımakta ve bu doğrultuda farklı kategorilere ayrılmaktadır. Bu araçların belli bir bölgede konumlandırılmış ve reklam alanı genelde 4,5 m²'den büyük olanlarına billboard, boyları billboardlardan daha büyük olanlara megaboard, çapları billboardlardan daha küçük olanlara raket adı verilmektedir. Bunların yanı sıra kuleler, ışıklı billboardlar, otobüs durakları ya da otobüsler, taksiler, duvar, pencere gibi reklam yerleri de açık hava reklamcılığında reklam yeri olarak kullanılmaktadır. Sektörde açık hava reklamcılığı pazarı ürün bazında üç ana gruba ayrılmaktadır:

- 1- Billboardlar
- 2- Şehir Mobilyaları
 - Otobüs durakları/raketler
 - Kiosklar, aydınlatma direkleri
 - Mega lightlar

¹İter Tanıtım'ın %33,3'lük hissesinin Abdullah BULADI tarafından devralındığı ortak girişim işlemine 27.6.2008 tarih ve 08-41/558-211 sayılı Rekabet Kurulu kararınca izin verilmiştir.

²Konya İter'in hisseleri %50 İter Tanıtım ve %50 yerel hissedarlar arasında paylaşılmıştır.

³Medya Grup Tanıtım'ın hisseleri %72,5 İter Tanıtım ve %27,5 yerel hissedarlar arasında paylaşılmıştır.

⁴ Murat İLBAK aynı zamanda şirketin CEO'sudur.

3- Yol panoları

- Duvar, çatı gibi standart dışı reklamlar

Hisseleri devre konu olan Ströer Kentvizyon, esas olarak billboard, otobüs durağı, raket ve megaboard pazarlamaktadır. Bu sebeple, devir işleminin gerçekleştiği ilgili ürün pazarı, 24.4.2007 tarih ve 07-34/351-131 sayılı, 06.12.2007 tarih ve 07-89/1129-440 sayılı ve 16.12.2009 tarih ve 09-59/1437-375 sayılı Kurul kararları ile paralel biçimde "açık hava reklam yerleri sağlanması pazarı" şeklinde tespit edilmiştir.

H.3.2. İlgili Coğrafi Pazar

Dosya konusu devir işlemi açısından, Ströer Kentvizyon'un Türkiye çapında faaliyet göstermesi ve mevcut işlem bakımından herhangi bir alt coğrafi pazarda yoğunlaşma yaratacak bir durumun söz konusu olmaması sebebiyle coğrafi pazar "Türkiye" olarak tespit edilmiştir.

H.4. Değerlendirme

H.4.1. 1997/1 Sayılı Tebliğ Açısından Yapılan Değerlendirme

Yukarıda da belirtildiği gibi dosya konusu devralma işlemi esas olarak, Ströer Kentvizyon'un Akademi Media tarafından kontrol edilmekte olan %40 oranındaki hissesinin Ströer AG tarafından devralınmasına ilişkindir. İşlem, 10 Mart 2010 tarihinde imzalanan Hisse Alım ve Devir Sözleşmesi uyarınca gerçekleşecektir.

Devir işleminin Türkiye'deki etkisi, Ströer Kentvizyon'un Ströer AG ve Akademi Reklam ortak kontrolünden Ströer AG'nin tek kontrolüne geçmesi şeklinde olacaktır. Ströer Kentvizyon üzerindeki kontrolün el değiştirmesi sebebiyle bildirim konusu işlem 1997/1 sayılı Tebliğ'in 2/b maddesi anlamında bir devralma işlemi niteliği arz etmektedir.

Söz konusu devralma işleminin aynı Tebliğ'in, İzne Tabi Birleşme veya Devralmalar başlığı altındaki 4. maddesinin; "Bu Tebliğ'in 2. maddesinde belirtilen bir birleşme veya devralma sonucunda birleşmeyi veya devralmayı gerçekleştiren teşebbüslerin, ülkenin tamamında veya bir bölümünde ilgili ürün piyasasında, toplam pazar paylarının, piyasanın % 25'ini aşması halinde veya bu oranı aşmasa bile toplam cirolarının yirmi beş trilyon Türk Lirasını aşması halinde Rekabet Kurulu'ndan izin almaları zorunludur." hükmü uyarınca, Tebliğ'de belirtilen ciro ve pazar payı eşiklerini aşıp aşmadığının incelenmesi gerekmektedir.

Ströer Kentvizyon'un ve bağlı ortaklıklarının açık hava reklamcılığı pazarında 2008 yılı toplam cirosu (...) TL'dir. Bu nedenle incelemeye konu devralma işleminde, 1997/1 sayılı Tebliğ'de belirtilen ciro eşiklerinin aşıldığı görülmektedir. Dolayısıyla bildirim konusu devralmanın Rekabet Kurulu'nun iznine tabi bir devralma işlemi olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

H.4.2. İşlemin 4054 Sayılı Kanun'un 7. Maddesi Çerçevesinde Değerlendirilmesi

4054 sayılı Kanun'un 7. maddesi uyarınca, hakim durum yaratan ya da mevcut bir hakim durumu güçlendiren ve bu şekilde ilgili pazarda rekabeti önemli ölçüde azaltan birleşme ve devralmalar yasaktır.

Dosya konusu işlemde, Ströer AG'nin Türkiye'de açık hava reklamcılığı pazarında Ströer Kentvizyon dışında herhangi bir iştiraki ve dolayısıyla ticari faaliyeti bulunmamaktadır. Bildirim formunda televizyon, gazete, dergi, radyo, açık hava, sinema ve internet mecralarından oluşan toplam reklam mecralarına ilişkin pazar

payı bilgisine yer verilmiş olup açık hava reklamcılığı pazarı açısından bu pazarda faaliyet gösteren teşebbüsler ve bu teşebbüslerin pazar payları sunulmamıştır. Türkiye pazarı açısından işlemin esasen, Ströer Kentvizyon şirketinin hissedarları arasındaki payların değişiminden ibaret olduğu, açık hava reklamcılığı pazarında herhangi bir etki doğurmadığı ve Akademi Reklam'ın da pazarda hâlihazırda faal olmadığı dikkate alınarak teşebbüslerden pazar paylarına ilişkin bilgi talep edilmemiştir. Bununla birlikte 06.12.2007 tarih ve 07-89/1129-440 sayılı Kurul kararına göre, 2006 yılı itibariyle Ströer AG'nin Türkiye'deki toplam pazar payının % (....) ve 2007 yılı ilk 10 ay itibariyle % (....) olduğu ve sektörde lider konumunda bulunduğu bilinmektedir.

Dolayısıyla dosya konusu devir işleminin gerçekleşmesi halinde, tarafların ya da rakiplerin toplam pazar paylarında, pazardaki oyuncuların sayısında veya mevcut pazar koşullarında önemli bir değişiklik olmayacağı, bu nedenle devir işlemi sonrasında ilgili pazarda bir hâkim durum yaratılması ya da mevcut bir hâkim durumun güçlendirilmesinin söz konusu olmayacağı kanaatine varılmıştır.

H.4.3. İşlemin Yan Sınırlamalar Açısından Değerlendirilmesi

H.4.3.1. Rekabet Etmeme Yükümlülüğü

Devralma işlemleri ile ilgili olarak, devralma işleminin istenen etkiyi yaratması için alıcının belli bir süreliğine satıcının rekabetinden korunması gerektiği kabul edilmektedir. Bununla birlikte, piyasalar açısından yararlı sonuçların elde edilebilmesi açısından, rekabet yasaklarının işlem için gerekli, süre ve kapsam yönüyle işlemin amacıyla sınırlı olması gerekmektedir.

Rekabet Kurulu'nun önceki kararlarına göre sınırlamalar gereklilik unsuru bakımından değerlendirilirken, işlemin süre, konu, coğrafi alan ve 3. taraflar bakımından analiz edilmesi gerekmektedir. Buna göre, ticari itibar ve know-how (yöntem bilgisi) devrinin söz konusu olduğu işlemlerde 3 yıllık rekabet yasağı uygun görülmektedir. Yalnızca ticari itibar devrinin düzenlendiği işlemlerde ise 2 yıllık rekabet yasağı makul bulunmaktadır. Ayrıca rekabet yasağının kapsamı, devralınacak faaliyetlerle, söz konusu faaliyetlerin sürdürüldüğü coğrafi alan ve sadece ilgili taraflarla sınırlı olmalıdır.

Hisse Alım ve Devir Sözleşmesi'nin 14. maddesi uyarınca Akademi Reklam'a ve Mustafa İlbak'a sözleşme kapanış tarihini takip eden 3 yıl için, Türkiye Cumhuriyeti'nde reklam mobilyaları ve/veya açık hava reklamlarının yapılması ile bağlantılı olarak ürün ve reklam materyallerinin alımı, satımı, pazarlanması, operasyonu, basımı, ithali ve ihracından ve söz konusu ürünlerle ilgili yayım, reklam, seri reklam ve reklam ajansı hizmetlerinden ve reklam materyali üretimi ve reklam mobilyaları üretiminden oluşan faaliyet alanında, doğrudan veya dolaylı olarak rekabet etmeme yükümlülüğü getirilmiştir.

Ayrıca bildirim formunda Mustafa İlbak'ın açık hava reklam faaliyetleri ile ilgili olarak etkinliği, gücü ve kişisel bağlantıları dikkate alındığında işlem kapsamında know-how bağlamında müşteri bağımlılığı transferinin de gerçekleşebileceği belirtilmiştir.

Bu bilgiler ışığında, söz konusu rekabet etmeme yükümlülüğünün; konu olarak açık hava reklamcılığı faaliyeti için kritik öneme sahip know-how kaybının engellemeyi amaçladığı, süre olarak 3 yıllık bir rekabet etmeme yükümlülüğünü öngördüğü, Türkiye ile sınırlı olduğu ve 3. kişileri ilgilendirmedeği dikkate alındığında makul bir yan sınırlama olduğu kanaatine ulaşılmıştır.

H.4.3.2. Gizlilik Yükümlülüğü

Hisse Alım ve Devir Sözleşmesi'nin 16. maddesinde Mustafa İlbak ve taraflara söz konusu sözleşmeden doğan bilgilerin belli şartlar haricinde tamamen gizli tutulması yükümlülüğü getirilmektedir.

Birleşme/devralmalarda gizlilik ile ilgili sınırlamalar da rekabet etmeme yükümlülüğüne benzer şekilde değerlendirilmektedir. Hatta gizlilik yükümlülüklerinin yan sınırlama olarak değerlendirilmesinde tarafların önemli ticari sırlarının korunmasındaki çıkarları göz önüne alınarak rekabet yasağına göre daha uzun süreler makul karşılanabilmektedir. Bu çerçevede, yukarıdaki gizlilik yükümlülüğü de yan sınırlama olarak değerlendirilmiştir.

I. SONUÇ

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