

Rekabet Kurumu Başkanlığından,

REKABET KURULU KARARI

Dosya Sayısı : 2009-2-148 (Önaraştırma)
Karar Sayısı : 09-50/1236-310
Karar Tarihi : 02.11.2009

A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER

10 **Başkan Üyeler** : Prof. Dr. Nurettin KALDIRIMCI (Başkan V.)
: Mehmet Akif ERSİN, Doç. Dr. Mustafa ATEŞ,
İsmail Hakkı KARAKELLE, Doç. Dr. Cevdet İlhan GÜNAY,
Murat ÇETİNKAYA, Reşit GÜRPINAR

B. RAPORTÖRLER: Bayram Ali GEÇGİL, Ekrem SOLMAZ, Can TANERİ

C. BAŞVURUDA

20 **BULUNAN** : Türkiye Radyo Televizyon Kurumu Genel Müdürlüğü
TRT Genel Müdürlüğü Turan Güneş Bulvarı 06109
Oran/Ankara

D. HAKKINDA ÖNARAŞTIRMA YAPILANLAR:

-Televizyon İzleme Araştırmaları Komitesi (TİAK)
Büyükdere Caddesi Çayırçimen Sokak Emlak Kredi Blokları
A-1 Blok Kat:9 Daire:36 Levent İstanbul

-AGB Anadolu Piyasa Araştırma Hizmetleri A.Ş. (AGB Türkiye)
Koşuyolu Katip Salih Sokak No: 116 Kadıköy
34718 İstanbul

30

E. DOSYA KONUSU: Rating ölçüm pazarında hakim durumda bulunan AGB Türkiye'nin, TİAK denetiminden geçen ölçümlerinde yaptığı usulsüzlükler ve yanlış ölçümler yolu ile hakim durumunu kötüye kullandığı ve RTÜK'ün 3984 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun ve RTÜK Teşkilatı Kuruluş ve Görev Yönetmeliği'nden doğan görevlerini yerine getirmemesinin rekabeti önemli ölçüde bozan unsurlardan biri olduğu iddiası.

F. İDDİALARIN ÖZETİ: Şikayetçi tarafından gönderilen dilekçede özetle;

40

- AGB Anadolu Piyasa Araştırma Hizmetleri A.Ş. (AGB)'nin televizyon izleme ölçümü hizmetleri sağlayıcısı niteliğiyle, Televizyon İzleme Ölçüm Komitesi (TİAK)'ın ise televizyon izleme ölçümü hizmetleri yöneticisi ve denetleyicisi nitelikleriyle "televizyon izleme ölçümü pazarı"nda ayrı ayrı hakim durumda oldukları,
- AGB'nin tüzel kişiliği olan teşebbüs, TİAK'ın ise hem teşebbüsleri hem de teşebbüs birliklerini bünyesinde bulunduran teşebbüs birliği niteliğine sahip oldukları,

- 50
- Televizyon kanallarının reklam verenleri çekebilmek için izlenme oranlarını ve paylarını kullandıkları bunlara ilişkin ölçümlerin ise AGB tarafından yapıldığı ve izlenme oranları ve paylarına ilişkin ölçümlerin gerçeği yansıtmamasının televizyon kanallarının en önemli rekabet aracına zarar vereceği,
 - TİAK'ın Türkiye'de bu televizyon izleme ölçüm hizmetine ilişkin olarak hizmetin yerine getirilmesine imkan vermek, sözleşmeler yapmak ve bu sözleşmeleri denetlemek ile sorumlu olduğu, böylece hizmetin nasıl verileceğini, hizmetleri nasıl talep ettiğini ve hizmetleri kimin sağlayacağını belirlemede olduğu, TİAK'ın söz konusu ölçümleri AGB'ye yaptırdığı ve 1989 yılından beri bu hizmeti Türkiye'de sadece AGB'nin sağladığı,
 - AGB'nin TİAK'ın denetiminden geçen söz konusu ölçümlerinde yaptığı usulsüzlüklerin ve yanlış ölçümlerin, etkilenen pazarlar olan "ulusal televizyon yayıncılığı pazarı" ve "reklam yeri pazarı"nda rekabetin bozulması etkisini doğurmakta olduğu ve dolayısıyla sözkonusu uygulamaların 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesinin "d" bendinde tanımlanan şekilde hakim durumun kötüye kullanılması kapsamına girdiği,
 - Televizyon izleme ölçüm hizmetine ilişkin pazarlarda ölçek ve kapsam ekonomileri sebebi ile tek firmanın olduğu fakat pazar için rekabeti sağlamak gerektiğinden bu hizmeti verecek tek firmanın seçiminde rekabet sağlanması gerektiği, bunun da rekabetçi bir ihale süreci ile olacağı ve bu ihalelerin belli sürelerle tekrarlanması gerektiği,
 - Yurtdışında genelde 5 yıllık yapılan sözleşmelerin olduğu fakat AGB ile yapılan sözleşmenin çok uzun süreli olması ile pazara girişlerin tamamen kapandığı ve rekabetin bozulduğu; bahsedilen sebeplerle TİAK ve AGB arasındaki sözleşmenin 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesine aykırı olduğu ve bu kapsamda incelenmesi gerektiği,
 - RTÜK'ün 3984 sayılı Kanun ve RTÜK Teşkilatı Kuruluş ve Görev Yönetmeliği'nden doğan televizyon izlenme oranlarını ölçme işlemlerini yapmak, yayın araştırmasına yönelik ölçümün gerçekleştirilmesini teminen gerekli sistemleri planlamak ve bu tespitlerini açıklamak görevlerini yerine getirmediği,
 - Bu nedenle doğru verilerin elde edilememesi sebebiyle "ulusal televizyon yayıncılığı pazarı" ve "reklam yeri pazarı"nda rekabetin bozulmasına sebep

80 ifade edilerek ve söz konusu nedenlerden ötürü;

- Şikayete konu olan ihlal niteliğindeki uygulamaların devam etmesi nedeniyle TRT'nin de aralarında bulunduğu bir çok televizyon kanalının halihazırda devam eden zararlarının önlenmesi amacıyla Rekabet Kurulu'nun ivedilikle geçici tedbir kararı vermesi ve önaraştırma yapılmaksızın soruşturma açması,
- TİAK ve AGB arasındaki anlaşmanın incelenerek, RKHK'nın 4. maddesine aykırılığın tespit edilmesi,
- RTÜK'ün faaliyetlerinin inceleme altına alınarak, 4054 sayılı Kanun'un 27. maddesi gereğince görüş bildirilmesi

90 talep edilmiştir.

Şikayetçi tarafından ek bir takım kanıtlar sunmak amacıyla gönderilen 30.7.2009 tarih ve 5423 sayılı ikinci dilekçede ise özetle;

- TRT'nin izlenme oranlarındaki usulsüzlüklerle ilgili hukuki süreci başlattığı Nisan 2009'a ait izlenme oranlarında önceki yıllarla kıyaslandığında ciddi bir düşüş olduğu ve bunun da maddi gelir kaybına yol açtığı, bununla TRT'ye mesaj verilmek istendiği,
- Yalnızca AGB ve TİAK denetçisi tarafından erişilebilir olması gereken denek bilgilerinin çeşitli basın yayın organlarında yayınlandığı ve bu durumun denek listelerini ele geçiren televizyon kuruluşlarının kendi programlarını izlettirmek için manipülasyon yapmasına olanak tanıdığı,
- AGB'nin TİAK ile imzalamış olduğu teknik şartnameye aykırı olarak uzun süredir yapmadığı denek değişimi işlemini, TRT'nin hukuki girişimlere başlamasından sonra hızla gerçekleştirmeye başladığını, TRT'nin bu dönem içerisinde %30'lara varan oranda rating kaybına, dolayısıyla da maddi zarara uğradığı, söz konusu değişim sürecinde TRT izlenen hanelerdeki cihazların sökülüp başka evlere takıldığı yönünde kaygılar taşındığı,
- AGB ile bağlantılı olan reklam ve medya satın alma şirketlerinden TRT'ye gelen reklamların son bir yıl içerisinde önemli derecede azaldığı

110 ifade edilmiştir.

G. DOSYA EVRELERİ: Kurum kayıtlarına 16.06.2009 tarih ve 4257 sayı ile ve 30.7.2009 tarih ve 5423 sayı ile giren başvurular üzerine yapılan inceleme sonucunda hazırlanan 13.07.2009 tarih ve 2009-2-148/İİ-09-BAG sayılı İlk İnceleme Raporu Rekabet Kurulu'nun 09-39 sayılı toplantısında görüşülmüş ve önaraştırma yapılmasına karar verilmiştir. İlgili karar uyarınca yapılan inceleme sonucunda düzenlenen 12.10.2009 tarih ve 2009-2-148/ÖA-09-BAG sayılı Önaraştırma Raporu ve 19.10.2009 tarih ve 2009-2-148/BN-09-BAG sayılı Bilgi Notu 19.10.2009 tarih, REK.0.06.00.00-110/418 sayılı Başkanlık önergesi ile 09-50 sayılı Kurul toplantısında görüşülerek karara bağlanmıştır.

120 **H. RAPORTÖRLERİN GÖRÜŞÜ:** İlgili Raporda;

1. AGB Türkiye'nin, izleme ölçümlerinde yapmış olduğu yanlış ölçüm ve usulsüzlükler yoluyla TRT'nin faaliyetlerini zorlaştırdığına dair herhangi bir bilgi ve belgeye ulaşamamış olması nedeniyle AGB Türkiye hakkında 4054 sayılı Kanun'un 41. maddesi kapsamında soruşturma açılmasına gerek olmadığı,
 2. TİAK'ın, mevcut yapısı ve işleyişinin,
 - TİAK tarafından AGB'ye yaptırılan izleme ölçümlerinin sektörde kullanılan tek geçerli ölçüt olarak alternatifinin bulunmadığı,
 - AGB tarafından ölçülen izlenme oranlarının Türkiye'deki toplam izlemenin % 80'inden fazlasını oluşturduğu
- 130 -TV reklam harcamalarının toplam reklam harcamaları içindeki büyüklüğü ve AGB verilerinin söz konusu bu harcamanın kanallar arasında ne şekilde yapılacağına olan doğrudan etkisi,
- TV kanallarının, mevcut sistemin denetim ve güvenilirliğine ilişkin ciddi bir takım problemlerin bulunduğunu belirtmeleri ve yeni bir oluşuma gitmek istemeleri

-Mevcut yapıya ilişkin sorunların IAA, RVD ve RD temsilcileri tarafından da kabul edilmesi ve yapının Rekabet Hukuku'na uygunluğu amacıyla çalışmalar yaptıkları

- TİAK'ın EBU tarafından yayınlanan TAM rehberinde yer verilen MEK standartlarını karşılamaktan uzak olduğu

hususları ve Kurul'un benzer durumdaki BİAK ve ABC Türkiye yapılarına ilişkin almış olduğu kararlar birlikte dikkate alındığında;

Türkiye'de IAA çatısı altında faaliyet gösteren ve üyelerini IAA, RD, RVD ve TV yayıncılarının temsilcilerinin oluşturduğu bir MEK olan TİAK'ın, 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesinde zikredilen belirli bir mal veya hizmet piyasasında doğrudan veya dolaylı olarak rekabeti engelleme, bozma ya da kısıtlama etkisini doğurabilecek nitelikte bir teşebbüs birliği olduğu,

3. Ancak gerek IAA gerek TİAK yetkililerinin bu sorunların farkında olarak bir takım önlemler almaya ve çalışmalar yapmaya başlamış olmaları nedeniyle bu aşamada IAA ve TİAK'ı oluşturan diğer teşebbüs ve teşebbüs birlikleri hakkında 4054 sayılı Kanun'un 41. maddesi kapsamında soruşturma açılmasına gerek olmadığı,

4. Bununla birlikte, TİAK tarafından AGB'ye yaptırılan izlenme araştırmasının sektörde ikamesi olmayan geçerli tek ölçüt olduğu, piyasaya olan doğrudan etkisi ve önceki Kurul kararları dikkate alındığında; mevcut yapıya ilişkin olarak rekabet ihlali doğurabilecek nitelikte olan ve raporun değerlendirme kısmında ayrıntılılarıyla ele alınan tam bağımsızlık, kurumsal yapı ve objektif yazılı kurallara göre hareket etme, karar alma ve itiraz konularında hukuki belirlilik ve teknik yeterlilik hususlarına ilişkin var olan tereddütleri giderici değişikliklerin, bu raporun değerlendirme kısmında dikkat çekilen hususlar çerçevesinde düzenlenerek 90 gün içinde Kurum'a bildirilmesi, yapılan değişikliklere ilişkin başvurunun Kurul tarafından Kanun kapsamında yeniden değerlendirilmesi ve öngörülen bu değişikliklerin verilen süre içinde yapılıp Kurul'a bildirilmemesi durumunda TİAK'ı oluşturan teşebbüs birlikleri hakkında soruşturma açılacağı hususlarına ilişkin Kurul görüşünün, 4054 sayılı Kanun'un 9. maddesinin üçüncü fıkrası uyarınca TİAK yönetimine bildirilmesi,

5. TAM hizmetinin tek firmadan uzun süreli anlaşmalar vasıtasıyla sağlanması, ölçüm piyasasının girişlere kapatılması suretiyle bu piyasada rekabetin engellenmesine neden olabilecek bir durum olmakla birlikte, TAM hizmetinin tek bir firma tarafından temin edilmesinin dünya genelinde kabul gören ve etkinlik yaratan bir durum olduğu ve geçmişte TİAK ve AGB arasında uzun süreli anlaşma yapılmak suretiyle rekabetin bozulduğuna dair yeterli bilgi ve belgenin olmaması dikkate alındığında, TİAK hakkında geçmişe ilişkin olarak Kanun'un 4. ve 6. maddeleri kapsamında soruşturma açılmasına gerek olmadığı,

6. TİAK tarafından başlatılan ve sürdürülmekte olan ihale sürecinin, TİAK'ın mevcut yapısının bir faaliyeti olması nedeniyle, değerlendirme kısmında rekabet ihlali olabilecek sayılan hususlarla aynı statüde ele alınması gerektiği, çünkü mevcut yapısı itibarıyla Kanun'a aykırı olduğu düşünülen TİAK'ın, söz konusu bu yapıyla başlıca kuruluş amacı olan TAM hizmetinin sağlanmasına ilişkin olarak yapmış olduğu eylemlerinin de 4054 sayılı Kanun'a aykırı olduğu,

7. Bu kapsamda, IAA ve TİAK tarafından ihale sürecinin devam ettirilmesi durumunda Kurul'un taraflar hakkında Kanun kapsamında işlem başlatacağı ve yeni ihale konusunun yukarıda yer verilen değerlendirmeler dikkate alınarak TİAK'ın mevcut yapısındaki sakıncaların ortadan kalktığı Kurul tarafından tespit edilmesinden sonra ele alınması gerektiği hususlarının, 4054 sayılı Kanun'un 9. maddesinin üçüncü fıkrası gereğince Kurul görüşü olarak IAA ve TİAK yönetimine bildirilmesi gerektiği,
8. TAM hizmetlerinin temini için yapılacak ihalelerin rekabetçi bir yapıda olması, sağlayıcı ile yapılacak anlaşmanın ise ölçüm piyasasını yeni girişlere kapatmayacak şekilde makul bir süre için yapılması hususlarının 4054 sayılı Kanun'un 9.maddesinin üçüncü fıkrası uyarınca Rekabet Kurulu görüşü olarak TİAK yönetimine bildirilmesi gerektiği,
9. Diğer reklam mecralarına ilişkin ölçüm yapan TİAK benzeri oluşumlarının mevcut yapılarının ve faaliyetlerinin, Kurul tarafından başlatılacak yeni bir önaraştırma kapsamında incelemeye alınması gerektiği

sonuç ve kanaatine ulaşıldığı ifade edilmiştir.

I. İNCELEME VE DEĞERLENDİRME

I.1. İlgili Pazar

I.1.1. Televizyon İzleme Ölçümü (Television Audience Measurement-TAM) Hizmeti

TAM hizmetleri, ulusal çapta aralıklarla veya sürekli olarak yapılan televizyon izleyicisi tahminlerini kapsamaktadır. Ortaya çıkan sonuç, yani belirli bir süre boyunca bir kanalı izleyen belirli bir nüfusun yüzdesi ve izleme örneklerine ilişkin diğer bilgiler olarak tanımlanan "rating" bilgileri, tüketicilere ve izleyicilere ulaşmanın bir yolu olarak öncelikle program üreticileri, yayıncılar, yayımcılar, medya planlayıcıları ve TV'de ayrılan reklam süresini satın alanlar vb. tarafından kullanılmaktadır.

İzleyici ölçer cihazı (peoplemeter), günümüzün çok kanallı, ekranın video, teletext gibi TV izleme dışında amaçlarla da kullanıldığı, yayınların kaydedilip istendiği zaman izlenmesine olanak sağlayan teknolojik ürünlerin giderek yaygınlaştığı televizyon ortamında sağlıklı izleyici ölçümünü mümkün kılan tek sistem olarak tüm dünyada kabul görmekte ve pek çok ülkede kullanılmaktadır.

Söz konusu ölçüm sistemi belli aşamalardan oluşan entegre bir sistemdir. İlk aşama veri tabanı araştırması yapılmasıdır. Veri tabanı araştırması, temsil edilecek nüfusun sosyal, demografik özellikleri ile televizyon ortamına ilişkin bilgi toplanan geniş ölçekli ve her yıl tekrarlanan bir araştırmadır. Araştırmadan elde edilen nüfus bilgisi, panel kompozisyonuna temel olacak temsiliyet kriterlerinin saptanması ve evrenin belirlenmesi ve güncellenmesi için temel kaynaktır. Panel, bu araştırmadan çıkan nüfus resmine göre tasarlanmaktadır. Araştırmada görüşülen haneler, panelin hem kurulması hem de devamlılığının sağlanmasında kullanılacak bir hane veri tabanı oluşturmaktadır. Panel aileleri, belirlenen kriterlere göre bu veri tabanından seçilmektedir. Televizyon ortamıyla ilgili olarak toplanan veri, televizyon ve ilişkili cihaz penetrasyonu ve özellikleri, yayın alma biçimleri ve yayını alınabilen kanallara ilişkin bilgi içermektedir. Araştırmanın sürekliliği, bu ortamdaki gelişmelerin takibini ve gerektiğinde ölçüm sisteminin yeni koşullara uygun olarak güncellenmesini sağlamaktadır.

230 Ölçüm sisteminin ikinci aşaması panelin oluşturulmasıdır. Panel, izleme ölçümü yapılacak nüfusun belirlenen temsiliyet kriterleri bazında oluşturulmuş istatistikî örneğidir. Paneli oluşturan aileler, veri tabanı araştırmasında görüşülen ve panele katılmayı kabul eden aileler arasından seçilmektedir. Panel üyelerinin izleme davranışı, eğitim sürecinin tamamlanmasını takiben veri üretimine alınmaktadır.

240 Sistemin üçüncü aşamasında izleyici ölçüm cihazı ve bu cihazla birlikte çalışan kumandanın kullanılmasını gerektirmektedir. Buna göre panel üyelerinin yapması gereken tek görev, izlemeye başladıklarında ve izlemeyi bıraktıklarında kumanda cihazında kendilerine ayrılmış düğmeye basarak cihazın söz konusu izlemeyi kaydetmesini sağlamaktır. Bu görevin doğru yapıp yapılmadığı periyodik kontrollerle saptanmaktadır. Kumanda cihazının üzerinde her biri ailenin bir bireyine tahsis edilmiş düğmeler bulunmaktadır. Kişiler, televizyon izlemeye başladıkları ve bıraktıklarında kendilerine ait düğmeye basmakta ve cihaz izlemeyi ölçüm cihazına aktarmaktadır ve izlenen saat ve kanal bilgisini ölçüm cihazı kaydetmektedir. Ölçüm cihazı hanedeki tüm televizyonlara takılmaktadır.

250 Dördüncü aşama, veri aktarımıdır. Bu aşamada, izleyici ölçüm cihazında toplanan verilerin veri üretim merkezine çekilmesi söz konusudur. Veri üretim yazılımı tarafından her gün otomatik olarak tekrarlanan bu işlem, yazılımın hanedeki ölçüm cihazına modem aracılığıyla bağlanmasıyla gerçekleştirilmektedir. Çoğu ülkede bu işlem 02:00-06:00 saatleri arasında yapılmaktadır. Veri aktarımının ardından beşinci aşama olan veri üretimi aşaması gelmektedir. Veri üretimi, izleyici ölçüm cihazından çekilen verinin onaylanması, ağırlıklandırılması, ve analiz yazılımının kullanabileceği formata dönüştürülmesini kapsamaktadır.

260 Sistemin altıncı aşamasında, program ve reklam yeri tabanından faydalanılmaktadır. Söz konusu taban, yayınların isim, tipoloji, başlama ve bitiş saatleri bilgilerini kapsamaktadır. İzleyici ölçüm cihazından gelen kişi-kişi, dakika-dakika veri, bu veri tabanında birleştirilerek, izleyici verisi, kullanıcının program ve reklam kuşaklarını da analiz edebileceği nihai haline ulaşmaktadır. Bu yolla her evden alınan ham bilgiler, zaman içinde bireysel izleme alışkanlıklarını gösteren bildirimler olarak düzenlenir. Belirli istasyonlar veya programların izlenme paylarına, belirli programları ve/veya günün bir kısmında yayınlananları izleyenlerin sayısına ve sıralamasına, tek veya birçok yayındaki belirli program veya reklamları izleyen kümülatif izleyicilere ve izleme işleminin süresi ve sıklığına ilişkin raporlar dahil bu veriler belirli bir süreye ilişkin olarak program ratingleri ve kanal ratinglerini oluşturmak için işlenir. Son aşamada ise, müşterilerin izleyici verilerine günlük olarak ulaşabilmeleri sağlanmaktadır.

Elde edilen bu rating bilgileri televizyon yayıncılarının reklam verenlere sundukları reklam yerinin birim fiyatını doğrudan etkilemektedir. Reklam yerlerinin satışından elde edilen gelirler ise televizyon yayıncılarının (paralı kanallar hariç olmak üzere) en önemli gelir kalemlerinden birisini teşkil etmektedir.

I.1.2. İlgili Ürün Pazarı

270 Dosya konusu şikayet, ulusal yayın yapan televizyon kanallarının rating ölçümlerini gerçekleştiren AGB Türkiye'nin TIAK'ın denetiminden geçen faaliyetlerinde usulsüzlük ve yanlış ölçüm yapılması suretiyle hakim durumunu kötüye kullandığına ilişkindir. AGB Türkiye rating ölçümünü TIAK adına yapmakta ve faaliyetleri TIAK'ın görevlendirdiği bir denetçi tarafından denetlenmektedir.

TAM hizmetleri, ulusal çapta aralıklarla veya sürekli olarak yapılan televizyon izleyicisi tahminlerini kapsamaktadır. Ortaya çıkan sonuç, yani belirli bir süre boyunca bir kanalı izleyen belirli bir nüfusun yüzdesi ve izleme örneklerine ilişkin diğer bilgiler olarak tanımlanan “rating” bilgileri, tüketicilere ve izleyicilere ulaşmanın bir yolu olarak öncelikle program üreticileri, yayıncılar, yayımcılar, medya planlayıcıları ve TV’de ayrılan reklam süresini satın alanlar vb. tarafından kullanılmaktadır.

280 TAM verileriyle ilgilenenler; program üreticileri, yayıncılar, yayımcılar, medya planlayıcıları, ayrılan reklam süresini satın alanlar ve program izleyicilerini değerlendirmede ve/veya televizyon programlarını tanıtmada ticari veya kamu hizmeti duyurularını yayınlamak için ayrılan reklam süresini satın alma veya satma ile ilgilenen diğer kişileri kapsar. Bu tip kullanıcılar, TV izleyicisi ölçümleri konusunda güvenilir ve yaygın bir kaynağa ihtiyaç duyarlar. TAM hizmetinin, belirli bir pazar veya coğrafya için söz konusu olması sebebiyle bu hizmetin genelde tek bir sağlayıcısı bulunmaktadır.

290 TİAK, televizyon izleme araştırmalarını organize etmekte ve denetlemektedir. TİAK’ın üyeleri Televizyon Yayıncıları Derneği, Reklamverenler Derneği, Reklamcılar Derneği ve Uluslararası Reklamcılık Derneği temsilcilerinden oluşmaktadır.

TİAK üyesi ulusal televizyon kanalları, ödemeli kanallardan farklı olarak izleyicilerden herhangi bir ücret almamakta ve bu kanalların temel finansman kaynağını reklam gelirleri oluşturmaktadır.

Ulusal yayın yapan kanalların yayın alanlarının genişliği, reklamların hedef aldığı izleyicilere ulaşma olanaklarını arttırmaktadır. Bu sebeple reklam verenler reklam harcamalarının dağılımını yaparken, öncelikle ulusal yayın yapan kanallar arasında izlenme paylarına göre seçim yapmaktadırlar. Bu durum ulusal yayın yapan kanalların aynı pazar içinde ele alınmasını gerektirmektedir.

300 Televizyon kanallarının pazar gücü temel olarak reklam yeri satışlarına göre belirlenmektedir. Reklam verenler ise, reklam harcamalarını kanallar arasında dağıtırken, kanalların hedef kitleye erişim olanakları ve izlenme payı kriterlerini öncelikli olarak dikkate almaktadırlar. Bu nedenle AGB tarafından ölçülen televizyonların izlenme oranları, reklamverenlerin hangi kanallara reklam verileceğini ve bu reklamların süreleri ile televizyon kanallarına reklamların yayınlanması nedeniyle ücretlerin nasıl ödeneceğinin belirlenmesinde ve bunun sonucunda da televizyon kanallarının gelirlerinin belirlenmesinde büyük oranda etkili olmaktadır.

310 Yukarıda yapılan açıklamalar, TİAK ve AGB tarafından gerçekleştirilen ulusal televizyonların izlenme oranlarını belirlemesi faaliyetinin ulusal televizyon yayıncılığı ile ulusal televizyon yayıncılığı reklam yeri pazarlarında faaliyet gösteren teşebbüsleri de etkilediğini göstermektedir.

Bu bilgiler ışığında dosya kapsamında ilgili ürün pazarları, “ulusal televizyonlar rating ölçüm pazarı”, “ulusal televizyon yayıncılığı pazarı” ve “ulusal televizyon yayıncılığı reklam yeri pazarı ” olarak belirlenmiştir.

I.1.3. İlgili Coğrafi Pazar

TİAK ve AGB’nin ulusal çapta yayın yapan televizyon kanallarının rating ölçümlerine yönelik faaliyet göstermeleri nedeniyle ilgili coğrafi pazar “Türkiye” olarak belirlenmiştir.

I.2.Taraflar

I.2.1. AGB Holding

320 AGB Holding, İtalya kanunlarına göre kurulmuş, merkez adresi İtalya'da bulunan bir şirkettir. AGB Holding, Türkiye'de AGB Anadolu Piyasa Araştırma Hizmetleri A.Ş. (AGB Türkiye) aracılığı ile faaliyet göstermektedir. Dolayısıyla şirket, AGB Holding kontrolündedir. AGB Nielsen Media Research Piyasa Araştırma Hizmetleri A.Ş.,(ilk adı ile AGB Anadolu) grup içinde ilk kurulan şirketlerden olup, 1989 yılından beri Türkiye'de TV izleyici ölçümü yapmaktadır, ilk izleyici verisi ise 1990 yılında yayınlanmıştır. AGB Nielsen Media Research, televizyon izleyici ölçümleri alanında faaliyet gösteren iki grubun; AGB Grubu ve Nielsen Media Research International'ın %50-50 ortaklığıyla Mart 2005'te kurulmuştur. Şirket, Kasım 2008'den itibaren %100 Nielsen grubunun firmalarından biri olmuştur.

330 AGB Nielsen Media Research Piyasa Araştırma Hizmetleri A.Ş. (AGB), televizyon izleyici anketleri, pazarlama ve reklam kampanyalarının planlanması ile ilgili bilgilerin (TAM hizmetleri) sağlanması alanında uzmanlaşmıştır. TAM hizmetleri, genellikle "kişi ölçer" olarak bilinen elektronik televizyon izleyicisi anket araçlarının yönetimi ile sağlanmaktadır. AGB Nielsen Media Research Piyasa Araştırma Hizmetleri A.Ş., entegre bir TAM tedarikçisidir ve panel tasarım, donanım üretimi, yazılım tasarım üretimi ve geliştirilen yazılımların uygulanması alanlarında faaliyet göstermektedir. TAM hizmetleri, rating ve diğer izleme bilgilerinin ölçülmesinde kullanılmak üzere televizyon izleyicisi bilgilerinin toplanması için tasarlanmıştır. AGB Nielsen Media Research, global anlamda Asya, Avrupa, Afrika, Amerika, Avustralya kıtalarında, 28

340 ülkede hizmet vermekte ve toplamda 47.345 hane üzerinden veri toplamaktadır.

Türkiye'de ise ölçüm paneli, 2500 panel hanesi ile kentli Türkiye nüfusunu temsil etmektedir. Şirket, 1992 yılından beri TİAK ile imzalanan sözleşme gereği TV izleyici ölçümleri veri sağlayıcısıdır. Mevcut sözleşmesi, 2010 yılı sonuna kadar devam etmektedir. Uluslararası Reklamcılık Derneği (IAA), 2011 yılından başlamak üzere TAM hizmetlerinin temini için yeni bir ihale açmış olup ihale süreci devam etmektedir.

Şirketin 2008 yılı cirosu (.....) TL'dir. Pazarda faaliyet gösteren başka bir teşebbüs bulunmadığından AGB, Türkiye televizyon izleme ölçümü pazarında tekel durumundadır. Ancak bu durum TİAK üyeleri ile AGB arasında yapılan sözleşmeyle ortaya çıkmış bir tekel durumudur.

350 Tablo 1: AGB Nielsen Media Research Piyasa Araştırma Hizmetleri A.Ş Ortaklık Yapısı

Hissedarın Adı	Hisse Oranı (%)
AGB Nielsen Media Research Tam Holding BV
AGB Nielsen Media Research Holding Spa
AGB Nielsen Media Research Ltd.
AGB Nielsen Media Research SRL
Rossano POZZI
Toplam

I.2.2. Televizyon İzleme Araştırma Kurulu

Türkiye'de, televizyon izleme ölçüm yöntemlerinden "Müşterek Endüstri Komitesi" (MEK) modeli¹ uygulanmaktadır. Söz konusu bu model kapsamında Televizyon İzleme Araştırma Kurulu (TİAK) faaliyet göstermektedir. TİAK, Türkiye'de 1992

¹Müşterek endüstri komiteleri (MEK): Medya planlayıcıları ve ayrılan reklam süresinin alıcıları gibi farklı yayıncılar ve/veya diğer ortaklar, izleyici verilerinin tedarik edilmesi için bir TAM (televizyon izleme ölçüm hizmeti) hizmet sağlayıcısı ile sözleşme akdeden bir müşterek endüstri komitesi kurarlar.

360 yılında, sektörün ortak kullanımına sunulmak üzere televizyon izleme araştırmalarını organize etmek ve denetlemek, reklam ve medya ajanslarının doğru hedef kitlelere ulaşabilmesi ve reklamverenlerin reklam harcamalarını en etkin biçimde yapabilmesi için ortak birim oluşturmak amacıyla reklamveren, reklam ajansları ve kanalların bir araya gelmesiyle kurulmuş bir MEK'tir. Türkiye'de TAM hizmetleri, TIAK tarafından düzenlenen bir ihale ile 1992 yılında İstanbul'da (150 hane halkı ile) AGB Türkiye tarafından başlatılmıştır.

IAA bünyesinde kurulan, IAA yönetim kuruluna karşı sorumlu olarak çalışan ve gönüllü bir teknik komite olan TIAK, tüzel kişiliğe sahip değildir, bu çerçevede hukuki bir sorumluluğu olmayan bir kuruldur ve kuruluşu herhangi bir sözleşmeye dayalı olarak gerçekleşmemiştir.

370 TAM hizmetlerinin sağlanması, TIAK ile AGB arasında değil, TIAK abonesi TV kanalları ve reklam ajanslarının AGB ile yapmış oldukları iki ayrı anlaşma ile sağlanmaktadır. AGB ile TIAK abonesi TV ve reklam ajansları arasında 01.01.2005-31.12.2009 tarihleri arasında geçerli olmak üzere yapılmış olan "Televizyon İstasyonlarının Karşılaştırılmalı İzlenme Oranları lm Araştırması Satış ve Abonelik Sözleşmesi"nin bazı maddelerinde TIAK'a ilişkin bazı maddeler yer almaktadır. İlgili bu maddelere aşağıda yer verilmektedir.

Sözleşmenin;

1.6'nci maddesi, " 'TIAK' (Televizyon İzleme Araştırma Kurulu) deyimi, böyle bir araştırmayı gerçekleştirme, yönetme, denetleme ve hakemlik etme amacıyla, Reklamcılar Derneği, Reklamverenler Derneği, Televizyon Kanalları ve Uluslararası Reklamcılık Derneğinin temsilcilerinden oluşan, IAA bünyesinde kurulan ve IAA yönetim kuruluna karşı sorumlu olarak çalışan bununla birlikte herhangi bir hukuki sorumluluğu bulunmayan kurulu ifade eder."

380 **1.6.1'nci maddesi,** " 'TIAK' aşağıdaki kişilerden kurulur;

Reklamcılar Derneği'nin atayacağı iki kişi,

Reklamverenler Derneği'nin atayacağı iki kişi,

Abone televizyon kuruluşlarının her yıl kendi aralarında seçeceği ve atayacağı iki kişi,

Uluslararası Reklamcılık Derneği'nin atayacağı iki kişi." denilmektedir.

1.6.2'nci maddesi, "Sekiz kişiden oluşan 'TIAK' ilk toplantısında bir başkan ve bir başkan yardımcısı seçer."

1.6.3'nc maddesi, " 'TIAK', ayda bir kez önceden belirlenen gündemle toplanır. Gündem 48 saat önceden üyelere ve abone olan tüm kanallara gönderilir."

390 **1.6.4'nc maddesi,** " 'TIAK'ta kararlar oylama ile alınır. Çoğunluğun verdiği karara uyulur. Oylama eşitlikle sonuçlanırsa başkan kararı belirler. Toplantıda alınan kararlar tüm abonelere bildirilir."

şeklinde düzenlenmiştir.

Derneklerin TIAK'daki temsilci sayıları sözleşmede yukarıdaki şekilde düzenlenmiş olsa da, bu sayılar IAA tarafından, 7 tanesi abone televizyon kanallarından (Medya temsilcisi sıfatıyla), 3 tanesi Reklamverenler Derneği'nden (RVD), 3 tanesi Reklamcılar Derneği'nden (RD), 3 tanesi de Uluslararası Reklamcılık Derneği'nden (IAA) olacak şekilde değiştirilmiştir ve toplam 16 üyeden oluşmaktadır.

Tablo 2: TİAK üyeleri

İSİM	FİRMA	SIFATI
.....	HSBC	IAA Temsilcisi
.....	-	IAA Temsilcisi
.....	Mind Share	IAA Temsilcisi
.....	Koç Holding	RVD Temsilcisi
.....	Unilever	RVD Temsilcisi
.....	P&G	RVD Temsilcisi
.....	Optimum Media	RD Temsilcisi
.....	Starcom All Media	RD Temsilcisi
.....	Zenith Media	RD Temsilcisi
.....	Kanal D-DTV	Medya Temsilcisi
.....	ATV Reklam Grup Bşk.	Medya Temsilcisi
.....	Kanal 7	Medya Temsilcisi
.....	FOX TV	Medya Temsilcisi
.....	TRT	Medya Temsilcisi
.....	SHOW TV	Medya Temsilcisi
.....	STV	Medya Temsilcisi
.....	ODTÜ	Denetçi
.....	AGB	AGB
.....	IAA Dernek	IAA

Denetçi, IAA ve AGB temsilcileri de toplantılara katılmakta ancak oy hakları bulunmamaktadır.

I.2.2.1 TİAK'ı Oluşturan Teşebbüs Birlikleri

1)Reklamcılar Derneği (RD)

410 Türkiye'deki reklam ajanslarının mesleki kuruluşu durumunda olan Reklamcılar Derneği, Türkiye'de reklamcılık mesleğinin ve reklam ajanslarının gelişerek ve

güçlenerek devamını sağlamak amacıyla 1984 yılında kurulmuştur. Tüzükte belirtilen niteliklere sahip reklam ve medya ajanslarının tüzel kişi, bu tür ajanslarda çalışan imza yetkisine sahip yöneticilerin de gerçek kişi olarak üye olabildiği derneğin halen 98 tüzel kişi (11 üyesi medya ajansı olmak üzere) ve 28 gerçek kişi üyesi bulunmaktadır.

2)Reklamverenler Derneği (RVD)

420 Reklamcılık ve medya gelişmeleri konularında üyeler arasında bilgi, tecrübe ve fikir alışverişi sağlamak, reklamcılık ve medyanın standartlarının yükselmesine katkıda bulunmak, yeni imkânlar ve tekniklerle ilgili çeşitli analizler yaptırmak, reklamcılar reklamveren ve medya arasında doğabilecek anlaşmazlıklarda arabuluculuk ve danışmanlık hizmetlerinde bulunmak amacıyla 29 Temmuz 1992 tarihinde kurulmuş olan Reklamverenler Derneği'nin halen 97 üyesi bulunmaktadır. Dernek üyesi teşebbüsler Türkiye reklamcılık piyasasının %80'inden fazlasını kontrol etmektedir. Dernek tüzüğüne göre derneğe medeni hakları kullanma ehliyetine sahip ve 18 yaşını bitirmiş herkes, Dernekler Yasası'nın 4. ve 16. maddelerinde belirtilen sürekli hak yoksunluğu veya hak sınırlaması kapsamında kalmamak koşuluyla üye olabilmektedir.

3)Uluslararası Reklamcılık Derneği (International Advertising Association-IAA)

430 Temel amacı, tüketicinin de yararlarını gözeterek, pazarlama ve reklamcılık mesleğinin düzeyini yükseltmeye çalışmak olan Uluslararası Reklamcılık Derneği 1988 yılında kurulmuş olup halen reklamverenleri, reklam ajanslarını, yazılı ve görsel medyayı, medya satın alma, planlama, halkla ilişkiler ve araştırma şirketlerini temsil eden 159 üyeye sahiptir. IAA Türkiye, bağlı bulunduğu IAA Global gibi, iletişim ve pazarlama konularında, hükümetlerin yasal düzenlemelerine katkıda bulunmakta, reklamın işlevinin daha iyi anlaşılması için eğitimciler ve tüketici birlikleri ile işbirliği yapmakta ve aynı amaçla kurulmuş ulusal derneklerle birlikte çalışmaktadır.

TİAK'da temsil edilen dördüncü grup ise TV yayıncılarıdır. Bu yayıncıların bir çoğu Televizyon Yayıncıları Derneği üyesidir.

1.2.2.2. Tam Hizmetlerinin Sağlanmasında Kullanılan Modeller

440 Tüm kullanıcıların ihtiyaçlarına hitap eden bilginin üretilmesini sağlamak bakımından televizyon izleyici ölçüm faaliyetini denetleyici örgüt önemli bir rol oynamaktadır. Avrupa Yayıncılar Birliği tarafından yayınlanan "Televizyon İzleme Ölçümüne İlişkin Global Kılavuz"a (Global Guidelines for Television Audience Measurement-GGTAM) göre esas itibarıyla, izleme ölçümlerinin sağlanmasında üç temel örgüt yapısı mevcuttur. Fakat dünya pratiğinde bu yapılanmaların her birisinde, örgütsel düzenlemelerin devamlılığını sağlayan farklılaşmalar vardır.

450 **1) Araştırma şirketinin kendi servisi:** Araştırma şirketi, izleyici bilgilerini özel, ticari bir teşebbüs gibi arz etmekte ve bilgileri satın alanlarla pek çok tek taraflı sözleşme imzalamaktadır. Bu sistemlerin, kullanıcı gruplarıyla yapılan düzenli kullanıcı görüşmeleri için resmi hüküm getirmesi, bağımsız bir denetçiye ve endüstrinin aktif katılımını içeren denklik prosedürlerine tabi olması beklenmektedir.

2) Kullanıcı sektör komitesi (Media Owners Committee-MOC): Bazı izleyici bilgisi kullanıcıları, belirli bir hizmet için ihaleye çıkarlar/sözleşme imzalarlar ve finansmanı garanti ederler. Bu yapılanmanın en yaygın örneklerinden birisi yayımcı kuruluşların bir araya gelmesiyle oluşan medya sahipleri komitesidir. Reklamcılar ve ajanslar komite lisansının hükümlerinin belirlenmesinde veya sözleşmenin denetlenmesinde

yer almazlar fakat, istişari kullanıcı teknik komitelerinde yer almaları için davet edilmelidirler.

460 Sistemden yararlanan tüm kullanıcılara resmi veya düzenli danışma hizmeti verilmesindeki aksamalar özellikle reklamcılar ve ajanslar bakımından kabul edilemez bulunmaktadır. Medya sahipleri telif haklarına sahip olabilirler, ya da araştırma şirketinin telif haklarını elinde tutmasına engel olarak bilgiyi diğer taraflara satabilmektedirler.

470 **3) Müşterek endüstri komiteleri-MEK (Joint Industry Committee-JIC):** Bilgi işleme ve alan çalışması faaliyetlerini yerine getiren araştırma şirket veya şirketleri, yayımcı, reklamcı ve ajans temsilcilerinden oluşan bir birleşik endüstri komitesiyle resmi bir sözleşmeye sahiptir. Komite, genellikle hizmete yönelik ihale şartnamelerini düzenler, ihale katılımcılarını davet eder, ihaleyi yapar, sözleşmeyi kurar, hizmeti denetler, telif haklarına sahiptir ve bilgiye ulaşım lisansına yönelik şart ve hükümleri tespit eder. Günlük yönetim faaliyeti yetkisi ve teknik görev ve yetkiler; temsili yönetime ve teknik danışma komitelerine verilmektedir.

1.2.2.3. Ülke Örnekleri

İTALYA

480 İtalya'da televizyon izleyici ölçümü faaliyeti Auditel tarafından yerine getirilmektedir. Auditel, devlet televizyonu (RAI), özel yayıncılar (network'ler, ulusal ve yerel kanallar), reklamverenler (UPA), medya ve reklam ajanslarının (Asso Conunicazione ve UNICOM) uyum içinde temsil edildiği üç ayaklı bir sistem olarak kurulmuştur. Finansmanı da söz konusu taraflarca sağlanmaktadır. Tam zamanlı bir genel müdür ve destek personeli ile uzman istatistik danışmanları istihdam etmektedir. Yönetim kurulu ve teknik komite, teknik/bilimsel danışma kurulu sistemin kuruluşundan başlayarak her safhayı uluslararası düzeyde kabul edilmiş olan ve GGTAM tarafından önerilen "Birleşik Endüstri Komitesi" modeliyle izlemekte ve takip etmektedir. Auditel'in yönetim kurulları, Yönetim Kurulu ve Teknik Komite'dir. Yönetim Kurulu üç ana katılımcıyı dengeli bir şekilde temsil eden 19 üyeden oluşmaktadır. Teknik Komite, Yönetim Kurulu'nun aday gösterdiği 16 üyeden oluşmaktadır ve araştırma ve dataya ilişkin planlama ve geliştirme için olduğu kadar data üretimi ve dağıtımıyla ilgili yöntemler konusunda da danışma kurulu olarak işlev görmektedir.

AVUSTRALYA

490 Avustralya'da televizyon izleyici ölçüm faaliyeti OzTAM² tarafından yerine getirilmektedir. OzTAM, havadan yayın yapan üç televizyon kanalı tarafından kurulmuştur. Finansmanı doğrudan yayıncılardan gelmektedir, bunun içinde datanın diğer yayıncılara satılması, kanalların, ajansların ve müşterilerin abonelikleri de vardır. Finansman kaynağının çoğunluğu üç yayıncıdan gelmektedir. Her bir kurucu (yönetim kurulu üyeleri), tüm büyük kararlar için bir oya (toplamda üç oya) sahiptir, kararlar oybirliği ile çıkmaktadır. Şirket, tam zamanlı çalışan genel müdüre, finans müdürüne, istatistik müdürüne, destek personeline ve yarı zamanlı çalışan denetçiye sahiptir. Hizmet geliştirme, tecrübeli bir teknik komite ve sektörün tüm oyuncularından oluşan temsilciler ile birlikte OzTAM ve AGB Nielsen tarafından yürütülmektedir. Alt komiteler tüm ana konular konusunda şekillendirilmiştir. Büyük teknik komite her altı haftada bir toplanmaktadır. Ana konulardaki tüm teknik

² www.oztam.com.au

değişiklikler son karar için yönetim kurulundan geçerken küçük konulardaki gelişmeler geçmez.

İNGİLTERE

510 İngiltere’de televizyon izleyici ölçüm faaliyeti, BARB³ (Yayıncılar İzleyici Araştırmaları Kurulu) tarafından yerine getirilmektedir. BARB, kar amacı gütmeyen bir limited şirkettir. BBC, ITV, Channel 4, Five, BSkyB ve IPA(Institute of Practitioners in Advertising) gibi sektördeki büyük şirketler tarafından finanse edilmektedir. Diğer yayıncılar ve pek çok ticari kuruluş, örneğin araştırma uzmanları, yayıncılar ve reklamverenler BARB sürdürme maliyetine abonelik vasıtasıyla katkıda bulunmaktadır. ISBA da (Incorporated Society of British Advertisers) BARB yönetim kurulu toplantılarında temsil edilmektedir. BARB kendi başına pazar araştırması yapmamaktadır. BARB sözleşmesi gereği araştırma sağlayıcı olarak SLA ve KPI yapısına uygun 3. şahıs bir firma seçilmektedir. BARB çalışanları, tam zamanlı ve BARB Ltd. Şti. için çalışan genel müdür, araştırma müdürü, finans müdürü ve ticari müdürden oluşmaktadır. Bunlara ilave olarak destek elemanları ve dışarıdan özel konularla ilgili çalışan danışmanlar da istihdam edilmektedir. Endüstri teknik komitesi, sistemde değişiklik yapacak tüm teknik konuları tartışmakta ve karara bağlamaktadır.

GÜNEY AFRIKA

530 Güney Afrika’da izleyici ölçüm faaliyeti, SAARF⁴ tarafından yerine getirilmektedir. SAARF, tüm reklam mecrasından toplanan parayla finanse edilen, Güney Afrika’da tüm medya araştırmalarıyla ilgili sözleşmeleri elinde tutan, kar amacı gütmeyen bir kuruluştur. Ortak kararlar, tüm ilgili taraflar arasında alınmaktadır. Halihazırda taraflar, yayıncılar, abone kanallar ve reklamverenlerdir. SAARF, tam zamanlı bir genel müdür, finans müdürü, iki istatistikçi ve destek personeli istihdam etmektedir. Hizmetin geliştirilmesine ilişkin çalışma SAARF ve AGB Nielsen’in yukarıda anılan sektörlerin temsilcilerinden oluşan TAM teknik komitesiyle birlikte yürütülmektedir. Önemli meseleler için alt komiteler oluşturulmaktadır. Tüm teknik komite 4-6 haftada bir toplanmaktadır. SAARF TAM konseyi, rating sağlayıcısına hizmetin nasıl yerine getirileceğine ilişkin çok net talimatlar vermektedir.

ALMANYA

540 Almanya’da izleyici ölçüm faaliyeti AGF tarafından yerine getirilmektedir. AGF, tüzel kişiliğe sahip özel bir şirkettir. Şirketin ortakları dört televizyon kanalıdır: ARD,ZDF, Pro 7 ve RTL. Şirketin yönetim kurulu, ana ortak dört televizyon kanalını temsilen birer üye, reklam/medya ajanslarını temsilen bir üye, reklamverenleri temsilen 1 üye olmak üzere toplam altı üyeden oluşur, üyelerin eşit oy hakkı vardır, kararlar oybirliği ile alınır, yatırımla ilgili kararlarda sadece ana ortak olan dört üye karar vermektedir. Teknik komite, ana ortak dört televizyon kanalından ikişer üye, diğer abone televizyon kanallarını temsilen iki üye, abone reklam/medya ajanslarını temsilen iki üye, reklamverenleri temsilen bir üyeden olmak üzere toplam on üç üyeden oluşur. Ayrıca, altı uzmanlık alanında faaliyet gösteren çalışma grupları vardır: Metodoloji çalışma grubu, Üretim ve veri tabanı çalışma grubu, Ölçüm tekniği çalışma grubu,

³ www.barb.co.uk

⁴ www.saarf.co.za

550 Program kodlama çalışma grubu, Televizyon planlama çalışma grubu, Kurallar ve prosedürler çalışma grubu. Yaptırılacak araştırmaların türüne göre değişik sözleşmeler yapılmakta ve sözleşmeler AGF ve Gfk⁵ arasında imzalanmaktadır. Finansmanın %75'ini dört ana ortak televizyon kanalı, %23'ünü diğer abone televizyon kanalları, %2'sini ise abone ajanslar sağlamaktadır. Sürekli ve düzenli bir denetim söz konusu olmamakla beraber teknik komite ve çalışma grupları araştırmayı sürekli takip etmektedirler. Ayrıca 2-3 yılda bir telefonla anket yöntemi uygulanmaktadır.

I.3 Önarastırma Kapsamında Yapılan Görüşmeler

Önarastırma kapsamında AGB, TİAK ve OTS'de raportörlerce yerinde incelemeler yapılmış ayrıca TİAK denetçisi Uğur Çağlı ile de görüşülmüştür. Yetkililerin TRT'nin iddialarına yönelik ifadeleri tutanak altına alınmıştır.

I.4 AGB'nin Ölçüm Sistemine İlişkin Tespitler

560 ***Ham verilerin elde edildiği panel üyelerinin belirlenmesi ve yenilenmesi ile bu işlemlerin denetimine ilişkin tespitler***

TİAK, rating ölçümlerinin 20.000 ve üzeri kişinin yaşadığı yerleşim yerlerinde yapılması kriterini belirlemiştir. Bu kriter doğrultusunda rating ölçümleri TİAK Denetçisi ve AGB tarafından belirlenen Türkiye genelindeki (....) ilde ve (....)-(....) ilçede, toplam (....)⁶ hanede yapılmaktadır.

570 Hangi il ve ilçelere cihaz yerleştirileceği TÜİK tarafından Türkiye geneline yönelik belirlenen 26 alt bölge ve bu bölgelerin nüfusları dikkate alınarak belirlenmekte ve tüm alt bölgelerde ölçüm yapılmaktadır. Cihaz yerleştirilecek hanelerin belirlenmesinde ise yine TÜİK tarafından bu alt bölgelerdeki hanelerin özellikleri dikkate alınarak belirlenen ve alt bölgeleri temsil eden, içerisinde belirli sayıda ailenin yer aldığı bloklar kullanılmaktadır.

Aşağıdaki tabloda TÜİK tarafından belirlenen benzer sosyo-ekonomik özellikler gösteren alt bölgeler ve bu alt bölgelerde bulunan iller yer almaktadır:

580

⁵ Gfk rating ölçüm şirketidir.

⁶ Mevcut durumda rating ölçümü yapılan toplam hane sayısı (....)'dur.

Tablo 3: TÜİK Tarafından Belirlenen Türkiye Alt Bölgeleri

Alt Bölgeler	İller
Edirne	Edirne, Kırkkale, Tekirdağ
İstanbul	İstanbul
Kocaeli	Kocaeli, Sakarya, Düzce, Bolu, Yalova
Bursa	Bursa, Eskişehir, Bolu
Balıkesir	Balıkesir, Çanakkale
İzmir	İzmir
Manisa	Manisa, Afyonkarahisar, Kütahya, Uşak
Denizli	Denizli, Aydın, Muğla
Antalya	Antalya, Isparta, Burdur
Konya	Konya, Karaman
Ankara	Ankara
Zonguldak	Zonguldak, Karabük
Kastamonu	Kastamonu, Çankırı, Sinop
Samsun	Samsun, Tokat, Çorum, Amasya
Nevşehir	Nevşehir, Kırkkale, Aksaray, Niğde, Kırşehir
Kayseri	Kayseri, Sivas, Yozgat
Adana	Adana, Mersin
Hatay	Hatay, Kahramanmaraş, Osmaniye
Gaziantep	Gaziantep, Adıyaman, Kilis
Malatya	Malatya, Elazığ, Bingöl, Tunceli
Diyarbakır	Diyarbakır, Şanlıurfa
Şırnak	Şırnak, Mardin, Batman, Siirt
Van	Van, Muş, Bitlis, Hakkari
Kars	Kars, Ağrı, Iğdır, Ardahan
Erzurum	Erzurum, Erzincan, Bayburt
Trabzon	Trabzon, Ordu, Giresun, Rize, Artvin, Gümüşhane

600 Bu iller arasından denetçi ve AGB tarafından seçilenlere ilişkin olarak, TÜİK tarafından belirlenen ve 100'er hanenin yer aldığı bloklarda AGB'nin belirlediği kriterler doğrultusunda saha araştırma ve anket firması olan OTS tarafından hane halkları ile anketler yapılmaktadır. Yapılan anketlerin sonuçları AGB tarafından değerlendirilmekte ve panele eklenecek haneler AGB tarafından belirlenmektedir. Hanelerin seçim sürecinde kullanılan kriterler, anketlerin içerikleri ve hanelerin seçimi Denetçi'nin onayına tabidir.

Panel hanelerinin belirlenmesinde şehir, merkez/kır bilgisi, sosyo-ekonomik statü, hanedeki birey sayısı temel değişken olarak, hanede bulunan televizyon sayısı ve yayın tipi (anten, dijital veya havadan) kontrol değişkeni olarak alınmaktadır.

610 Bloklardan seçilen ve evlerine rating ölçüm cihazı takılan haneler sadece Denetçi ve AGB tarafından bilinmekte, bu konuda TİAK'a herhangi bir bilgi verilmemektedir.

Ayrıca TRT'nin, panel hane ve ölçüm yapılan il sayısının artırılması ile 20000'in altında nüfusa sahip yerleşim birimlerinin de kapsama alınmasına dair talepleri doğrultusunda, hanelerin toplam nüfusu temsil kabiliyetinin artırılması amacıyla AGB'nin ölçüm yaptığı il sayısı ile (...) olan paneldeki hane sayısının artırılmasının ve İstanbul ile kırsal kesime yönelik yeni paneller oluşturulması yönünde denetçi ve AGB tarafından bazı çalışmalar yapılmıştır. AGB yetkilileri kendileri açısından ölçüm yapılan il ve hane sayısının artırılmasının teknik olarak mümkün olmakla birlikte bu değişikliklerin ölçüm maliyetlerinde artışa neden olacağını belirtmişlerdir. Mevcut durumda, ölçüm maliyetlerinde meydana gelecek artışının herhangi bir televizyon kanalı veya medya/reklam ajansı tarafından karşılanmaması sebebiyle yukarıda belirtilen değişiklikler gerçekleştirilememektedir.

TRT'nin izlenme oranlarındaki usulsüzlük iddialarıyla ilgili hukuki süreci başlattığı Nisan 2009'a ait izlenme oranlarında önceki yıllarla kıyaslandığında ciddi bir düşüş olduğu, TRT izlenen evlerdeki cihazların sökülüp başka hanelere takıldığı ve bunun da maddi gelir kaybına yol açtığı bununla TRT'ye mesaj verilmek istendiği iddialarına ilişkin tespitler

630 Bu bölümde öncelikle şüpheli izleme yapan bir hanenin ölçüm dışı bırakılması veya hanedeki ölçüm cihazının sökülmesi kararının verilmesi sürecinde AGB ve Denetçi tarafından hanelerin şüpheli izleme yapıp yapmadıklarının belirlenmesinde kullanılan yöntemler hakkında bilgi verilecektir⁷. Daha sonra ise TRT'de yayınlanan "(...)" programına yönelik şüpheli izleme iddiası hakkında AGB ve Denetçi tarafından izlenmiş olan sürece yer verilecektir.

Şüpheli izlemelerin belirlenmesinde öncelikle hanelerin geçmiş izleme davranışları incelenmekte ve izleme davranışlarında farklılık olup olmadığı AGB'nin kontrol bölümü tarafından "outlier"⁸ analizi ile tespit edilmektedir. Bu uygulamada paneldeki tüm hanelerin ve bireylerin program izleme bilgilerinin yer aldığı data seti kullanılmaktadır.

640 AGB tarafından hanelerin ve bireylerin normal izleme davranışlarının belirlenmesinde bireylerin bir programı ne kadar süre ile izlediği ve bireylerin normal davranıştan hangi ölçüde saptığı belirlenmektedir. Sapmanın belirlenmesinde programların bölüm bazında biriktirilen bilgileri kullanılarak sezon analizi yapılmakta, tüm bireylerin izleme alışkanlıkları incelenerek herhangi bir bireyin normal davranıştan hangi ölçüde saptığı belirlenmektedir.

AGB tarafından normal izleme davranışı için alt ve üst limitler belirlenmektedir. Bu limitleri aşan hane veya bireyler "outlier" olarak kabul edilmekte ve bu haneler/bireyler üretim bölümü tarafından takibe alınarak gerekirse şüpheli izleme analizi başlatılmaktadır.

⁷ Bir hanenin üretim dışı bırakılması durumunda hanedeki televizyonda ölçüm cihazı bulunmaya devam etmekte ve bu cihaz vasıtasıyla kaydedilen bilgiler AGB tarafından kaydedilmekte fakat bu hanelerden elde edilen izleme bilgileri televizyon programlarının veya kanallarının izlenme oranlarının belirlenmesinde kullanılmamaktadır. Bir hanenin panelden çıkartılması durumunda ise hanede bulunan ölçüm cihazı AGB tarafından sökülmemektedir.

⁸ Belirli bir veri setinde, veri setinin ortalama değerlerinden belirgin bir şekilde uzaklaşmış olan veriler

650 İkinci aşamada şüpheli izleme yapan bireylerin başka programları izleme tutumları “Arianna” programı ile incelemektedir. Ayrıca bu aşamada ailenin demografik yapısında veya aile tarafından televizyon izlemede kullanılan elektronik aksamda değişiklik olup olmadığı gibi hanenin izleme alışkanlığında değişikliğe sebep olabilecek farklı değişkenler de incelenmektedir.

Diğer değişkenlerde herhangi bir değişiklik olmamasına rağmen hanelerin izleme alışkanlıklarında sapma tespit edilmesi durumunda, bu haneler şüpheli etiketiyle Denetçiye bildirilmektedir.

İzleme ölçümüne yönelik şüpheli durumların izlenmesinde AGB’ye yapılan ihbarlardan da faydalanılmaktadır. İhbarlar çoğunlukla panel haneleri tarafından yapılmakta ve üçüncü kişilerin kendileri ile temasa geçtiğine veya geçmeye çalıştığına ilişkin olmaktadır.

660 Şüpheli izleme yapan hane bilgilerinin Denetçi’ye iletilmesi sonrasında Denetçi tarafından bu haneler evlerinde ziyaret edilmektedir. Ev ziyaretinde Denetçi aile üyelerinin televizyon izleme alışkanlıkları ve son zamanlarda bu alışkanlıklarda meydana gelen değişiklikler hakkında bilgi almakta, ailenin yapısı ile televizyon izleme alışkanlıkları ve izlenen programlar karşılaştırılmaktadır. Son aşamada, şüpheli izleme yapan haneler Denetçi’nin kararı ile ölçüm dışı bırakılmakta veya ABG tarafından panelden çıkartılmaktadır. Sonrasında ise panelden çıkartılan hanelerin yerine bu ailelerin sosyo-ekonomik kriterleri doğrultusunda benzer aileler panele eklenmektedir.

670 Önaraştırma çerçevesinde yapılan yerinde incelemelerde elde edilen bilgiler ve yapılan görüşmeler sonucunda 2009 yılı Nisan ayında TRT’de yayınlanan “(....)” adlı program hakkında üçüncü kişilerce haneler ile temasa geçildiğine dair bilgi edinilmiştir. Bu bilgi sonrasında program AGB tarafından şüpheli izlemeye alınmıştır.

Bu izleme aşamasında bazı hanelerin programı izleme sürelerinde daha öncesine kıyasla büyük artış olduğu belirlenmiştir. Şüpheli hanelerin televizyon izleme alışkanlıkları ve geçmiş program izleme bilgileri Denetçi tarafından incelenmiştir. AGB’den elde edilen ve şüpheli izleme yaptığı iddia edilen hanelerin programı izleme çizelgeleri de bu hanelerin önemli bir kısmının ilk haftalarda programı hiç izlemediğini, bazılarının ise çok az izlediğini 2009 Nisan ayının ikinci haftası sonrasında ise hanelerde programın çok uzun süreler izlendiğini göstermektedir.

680 Ayrıca şüpheli izleme yaptıkları konusunda ciddi kuşku oluşan Ankara ve İzmir’de ikamet eden bazı panel haneleri Denetçi tarafından ziyaret edilerek konu hakkında daha kapsamlı inceleme ve gözlem yapılmıştır. Denetçi tarafından yapılan inceleme sonrasında şüpheli izleme gerçekleştiren haneler ile sadece kendileri ile temasa geçilmeye çalışılan, fakat şüpheli izleme gerçekleştirmeyen ve bu durumu AGB’ye ileten, deşifre olmuş hanelerden bazıları ölçüm dışı bırakılmış, bazıları ise sistemden çıkartılmıştır.

690 İzmir’de ikamet eden bazı panel hane üyeleri, İzmir Cumhuriyet Başsavcılığı’na verdikleri ifadelerinde; bazı kişilerin kendileri ile temasa geçtiğini ve TRT’de yayınlanan “(....)” ve “(....)” adlı prgramları izlemeleri için kendilerine para verdiklerini belirtmişlerdir. Hanelerle temasa geçen bu kişiler hakkında AGB tarafından İzmir Cumhuriyet Başsavcılığı’na şikayette bulunulmuştur ve bu konu hakkındaki hukuki süreç devam etmektedir.

Yerinde incelemede elde edilen ve AGB çalışanları ile Denetçi arasında gönderilen elektronik postalar da sürecin bu şekilde olduğunu ve yapılan inceleme sonucunda

şüpheli izleme gerçekleştiren bazı hanelerin ölçüm dışı bırakıldığını veya sistemden çıkartıldığını göstermektedir. Ayrıca AGB ve TİAK'ta yapılan yerinde incelemelerde şikayet dilekçesinde iddia edildiği şekilde TRT'nin ratinglerinin düşük çıkmasına yönelik olarak AGB ve TİAK tarafından manipülasyon yapıldığına dair herhangi bir bilgi veya belgeye ulaşılamamıştır.

700 **AGB'nin TİAK ile imzalamış olduğu teknik şartnameye aykırı olarak uzun süredir yapmadığı denek değişimi işlemini, TRT'nin hukuki girişimlere başlamasından sonra hızla gerçekleştirmeye başladığını, TRT'nin bu dönem içerisinde %30'lara varan oranda rating kaybına, dolayısıyla da maddi zarara uğradığı, söz konusu değişim sürecinde TRT izlenen hanelerdeki cihazların sökülüp başka evlere takıldığı yönünde kaygılar taşındığı iddiasına ilişkin tespitler**

710 Denetçi, kendisi ile yapılan görüşmede, ölçüm yapılan ailelerin taşınması veya deşifre olması gibi olağandışı durumlar da dahil olmak üzere her yıl hanelerin ortalama %(...)'sinin değiştirildiğini, 2008-2009 yıllarında ise değişim oranının yaklaşık % (...) olduğunu ifade etmiştir.

AGB tarafından yıllar itibarıyla panel dağılımı, hanelerin isteği gibi değişik nedenlerle değiştirilen hane sayısı ve bu sayının toplam haneler içindeki oranı aşağıdaki gibidir:

Tablo 4: Hane Değişimi

Yıl	Değiştirilen Hane Sayısı	Toplam Hane Sayısına Oranı (%)
2006	(...)	(...)
2007	(...)	(...)
2008	(...)	(...)
2009 ⁹	(...)	(...)

Yukarıdaki tabloda da görüldüğü gibi AGB tarafından son yıllarda yapılan hane değişiklikleri AGB ile diğer taraflar arasında imzalanan Teknik Şartname'de AGB tarafından taahhüt edilen %(...) oranının üzerindedir.

720 Yukarıda da belirtildiği gibi TRT'de yayınlanan (...) programına yönelik şüpheli izleme gerçekleştiren haneler, yapılan inceleme sonucunda Denetçinin onayıyla AGB tarafından ölçüm dışı bırakılmış veya sistemden çıkartılmıştır. Bu durum ise TRT izlenen hanelerin belirlenerek sistemden çıkarıldığı ve bu şekilde TRT'nin ratinglerinin düşürüldüğü izleniminin doğmasına neden olmaktadır.

(...) Programı Rating Değişimi

Aşağıdaki tabloda TRT 1'de yayınlanan (...) programının bölüm bazında bazı bireyler tarafından izlenme süreleri (dakika) yer almaktadır. Birey sütununda yer alan ilk sayı haneleri, ikinci sayı ise bu hanelerde yaşayan bireyleri temsil etmektedir.

⁹ İlk sekiz ay itibarıyla

Tablo 5: (...) Programı İzlenme Süreleri

Birey	Şehir	31/03	03/04	04/04	07/04	10/04	14/04	21/04	28/04	05/05	19/05
2420116-1	İzmir	0	0	0	0	0	0	0	74	76	0
2420116-2	İzmir	0	0	0	0	0	0	0	74	57	0
2420116-3	İzmir	0	0	0	0	0	0	0	71	57	0
2400053-1	İzmir	2	0	0	0	0	0	54	16	70	
2400053-2	İzmir	2	0	0	0	0	0	54	16	70	
2400053-3	İzmir	0	0	0	0	0	0	54	16	0	
2400053-4	İzmir	0	0	0	0	0	0	47	0	0	
2300066-1	İzmir	0	0	0	0	0	27	72	27	0	0
2300066-2	İzmir	0	0	0	0	0	1	71	83	0	0
2300066-3	İzmir	0	0	0	0	0	27	28	83	0	0
1300731-1	Ankara	0	0	0	3	0	100	68	71	0	0
1300731-2	Ankara	0	11	1	3	0	99	68	71	0	0
1300731-3	Ankara	0	0	0	0	0	98	43	71	0	0
1300731-4	Ankara	0	1	0	0	0	98	68	71	0	0
1300701-1	Ankara	3	17	0	4	0	121	71	81		
1300701-2	Ankara	0	17	0	4	0	121	71	81		
1300701-3	Ankara	0	17	0	0	0	121	71	81		
1300701-4	Ankara	0	17	0	0	0	121	71	81		

Yukarıdaki tabloda görüldüğü üzere, şüpheli izleme yapılan hanelerde programın ilk bölümleri çok az izlenmiş veya hiç izlenmemiştir. 14.4.2009 tarihinden sonra ise program, hanelerdeki tüm bireyler tarafından oldukça uzun sürelerle izlenmeye başlanmıştır. Hane halklarının ifade tutanaklarında da üçüncü kişilerin kendileri ile 2009 yılı Nisan ayında iletişim kurdukları bilgisi yer almaktadır.

Bazı haneler tarafından AGB'ye yapılan ihbar sonrasında Denetçi tarafından bu ve benzeri davranış sergileyen haneler hakkında yapılan inceleme sonucunda Denetçi bu hanelerin panelden çıkarılmasına karar vermiştir.

“(.....)” ve “(.....)” Programları

740 Yerinde incelemede AGB'de elde edilen ve AGB çalışanları arasında gönderilen bir elektronik postada hane halkları raporu yer almaktadır. Bu raporda hane halklarına yapılan ziyaretler hakkında bilgi verilmektedir. Bu rapor ve raporda yer alan bir hane halkı hakkında yapılan işlemler ve izlenen süreç, (....) programına yönelik şüpheli izleme yapılması ve bazı hanelerin deşifre olması ile bu olaylar sonrasında Denetçi tarafından izlenen sürecin karşılaştırılması açısından aydınlatıcı niteliktedir.

750 Belirtilen rapordaki hane halkları arasında (....) programını şüpheli izleyen bir hane ile birlikte AGB teknisyenine Kanal D'de yayınlanan “(....)” ile “(....)” programlarını izlemelerini isteyen kişilerce ziyaret edildiklerini belirten bir hane de yer almaktadır. Denetçi tarafından bu haneye 13.4.2009 tarihinde ev ziyareti yapılmış ve aile bu durumu teyit etmiştir.

Bu hanenin (....) ve (....) programlarına yönelik geçmiş izleme verileri incelendiğinde hanenin belirtilen programları izleme alışkanlığında şüphe uyandıracak bir değişiklik meydana gelmediği görülmektedir. Deşifre olan hanelerin şüpheli izleme gerçekleştirmemiş olsalar da panelden çıkartılması politikası nedeniyle hane 20.4.2009 tarihi itibarıyla panelden çıkartılmıştır.

I.5. Yapılan Tespitler ve Hukuki Değerlendirme

I.5.1. AGB'nin Faaliyetlerine İlişkin Değerlendirme

760 AGB Türkiye'nin izleme oranları ölçümü faaliyetlerine ilişkin değerlendirmeye geçmeden önce TİAK denetiminden geçen bu faaliyetlerin hangilerinin ne şekilde Rekabet Hukuku kapsamında ele alınabileceği hususuna değinilecektir.

770 İzleme araştırmalarında, benzer diğer araştırmalarda da olduğu gibi araştırmanın kapsam ve büyüklüğü ile maliyeti doğru orantılıdır. İzleme araştırmalarının toplam bütçesinin yeterliliği doğrultusunda araştırmanın kaç hanede, kaç adet cihazla ve en az kaç nüfuslu yerleşim yerlerinde yapılacağına TİAK karar vermektedir. Ölçüm sistemine ilişkin olarak verilen bu ilk kararlardan sonraki kararlar ve kurulan sistem AGB Türkiye tarafından belirlenmekte olup TİAK denetçisi tarafından denetlenmektedir. Bu noktada AGB Türkiye tarafından kurulan sistem ve bu sistem içinde yer alan; ölçüm yapılacak yerleşim yerlerinin hangileri olacağı, cihazların dağılımı ve kullanılan bu cihazların, bilgisayar sistemlerinin ve analiz yöntemlerinin türü, teknolojisi ve benzeri hususlarının teknik açıdan uygun olup olmadığı konusu doğrudan Rekabet Hukuku uygulaması kapsamında değildir. Bununla birlikte, söz konusu bu kararlar ve kullanılan sistem, dışlama ve ayrımcılığa yol açarak belirli bir teşebbüsün piyasadaki faaliyetlerini zorlaştırabilecek nitelikte olur ise Rekabet Kurumu konuya müdahale edebilir.

Öte yandan burada önemle üzerinde durulması gereken konu; televizyon izleme araştırmalarının temini için oluşturulan müşterek endüstri komitesinin, araştırma sürecinin bütün aşamalarını sağlıklı ve yeterli bir şekilde kontrol edebilecek ve denetleyecek teknik altyapıya ve elemana sahip olması ve bunun ilgili piyasalarda muhtemel ayrımcı ve dışlayıcı uygulamaların önlenmesi noktasında çok önemli olduğudur.

780

Raportörlerce yapılan incelemelerde AGB tarafından yapılan rating ölçümlerinde TRT'nin rating oranlarının bilinçli olarak düşük gösterildiği, TRT kanallarını izleme alışkanlığına sahip hanelerin panelden çıkarıldığı iddiaları incelenmiştir.

Bu kapsamda 2009 yılı Nisan ayı sonrasında çok sayıda hanenin Denetçinin onayı ile üretimden çıkartıldığı görülmüştür. Yukarıda da belirtildiği üzere bu hanelerin panelden çıkartılması TRT'de yayınlanan bir programa yönelik şüpheli izleme gerçekteşirmiş olmaları ve Denetçinin hanelerdeki bireyler ile yaptığı görüşmelerin de bu yöndeki kuşkuları doğrulmuş olmasından kaynaklanmaktadır.

790

TRT'de yayınlanan bir programa yönelik şüpheli izleme gerçekteştiren çok sayıda hanenin ölçüm dışı bırakılması veya panelden çıkartılması TRT'nin ratinglerinde düşüş meydana gelmesine neden olmuştur. Bu durum ise hanelerin ölçüm dışı bırakılmaları aşamasında hanelerin televizyon izleme alışkanlıkları incelenerek, TRT programlarını yoğun olarak izleyen hanelerin belirlendiği ve TRT'nin ratinglerin düşmesine neden olacak şekilde TRT izleyen hanelerin kasıtlı olarak panelden çıkartıldığı izleniminin doğmasına sebep olmuştur.

800

şüpheli izleme gerçekteştiren haneler ile şüpheli izleme gerçekteştirmeyen ve kendileri ile üçüncü kişilerce temasa geçilmeye çalışıldığını AGB'ye bildiren hanelerin temas tarihi olarak belirttikleri 2009 yılı Nisan ayı ile birlikte "(...)" programını izleme sürelerinde o hanede kayıtlı bulunan tüm bireyler açısından büyük oranda artış olmuş, hatta Nisan ayı öncesinde programın hiç izlenmediği hanelerin de programı her hafta uzun süreler izledikleri görülmüştür.

Rating ölçümünün güvenliği için hanelerin isimleri ve adresleri gizli tutulmakta, bu konuda sadece Denetçi ve AGB'nin bilgisi bulunmaktadır. şüpheli izleme gerçekteştirmemiş olsalar da deşifre olan haneler panelden çıkartılmaktadır. Böylelikle üçüncü kişilerin ileride deşifre olan haneler ile temasa geçmeleri ve rating ölçümlerinin güvenilirliğinin zedelenmesi ihtimali engellenmektedir.

810

Bu nedenle Denetçi tarafından (...) programına yönelik yapılan inceleme sonucunda da şüpheli izleme gerçekteştiren haneler ile birlikte şüpheli izleme gerçekteştirmeyen fakat üçüncü kişilerce temas kurulmasından sonra deşifre olan haneler de ölçüm dışı bırakılmıştır. Hanelerin panelden çıkarılması sürecinin incelenmesi sonucunda TRT'nin ratinglerinin düşürülmesinin amaçlandığını gösteren herhangi bir bilgi ya da belgeye ulaşılamamıştır.

Raportörlerce Denetçi ile yapılan görüşmede, herhangi bir nedenle ölçüm dışı bırakılan, panelden çıkan veya çıkartılan hanelerin yerine bu ailelerin sosyo-ekonomik kriterleri doğrultusunda benzer ailelerin panele eklendiği belirtilmiştir. 2009 yılı Nisan ayı sonrasında gerçekteştirilen hane değişiminde şüpheli izleme gerçekteştiren haneler ölçüm dışı bırakılmıştır.

820

Panele eklenecek yeni hanelerin belirlenmesinde ise TÜİK tarafından hazırlanan bloklar kullanılmaktadır. Bu blok ise hanelerin sosyal ve ekonomik gelişmişlik düzeylerini dikkate alarak hazırlanmakta ve belirli bir bölgede yaşayan çok sayıda

aileyi içermektedir. Panele eklenecek yeni hanelerin belirlenmesi aşamasında Denetçi tarafından bu bloklardan rastgele hane seçimi yapılmaktadır.

Ayrıca dosya kapsamında şüpheli izleme gerçekleştiren hanelerin ölçüm dışı bırakılması veya panelden çıkartılması işleminin sadece TRT’de yayınlanan programlara yönelik şüpheli izleme gerçekleştirilmesi sonucunda uygulanıp uygulanmadığı da incelenmiştir. Yukarıda da belirtildiği gibi Kanal D’de yayınlanan “(....)” ile “(....)” programlarını izlemelerini isteyen kişilerce ziyaret edildiklerini AGB’ye bildiren bir hane de her ne kadar belirtilen programlara yönelik şüpheli izleme gerçekleştirmemiş olsa da, deşifre olması sebebiyle ölçüm dışı bırakılmıştır.

830 Şüpheli izleme gerçekleştiren hanelerin ölçüm dışı bırakılması veya panelden çıkartılması işlemine yönelik TİAK’ın geçmiş uygulamalarının incelenmesi sonucunda dosya konusu uygulamaya benzer bir uygulama tespit edilmiştir. 2006 yılında TGRT’de yayınlanan “(....)”,“(....)” ve “(....)” ile Star TV’de yayınlanan “(....)” adlı programlara yönelik şüpheli izleme gerçekleştiren ve büyük çoğunluğu (....),(....) ve (....) illerinde bulunan 37 hane panel dışına çıkartılmıştır.

840 Sonuç olarak, önaraştırma sürecinde AGB tarafından yapılan televizyonların izlenme oranlarına ilişkin ölçümlerin gerçeği yansıtmadığına ve ölçümlerde usulsüzlük yapılarak TRT’nin ratinglerinin düşürüldüğüne dair herhangi bir bilgi veya belgeye ulaşılamamıştır. Bu nedenle, söz konusu iddialara ilişkin olarak 4054 sayılı Kanun’un 41. maddesi uyarınca soruşturma açılmasına gerek olmadığına karar verilmiştir.

I.5.2. TİAK’a İlişkin Değerlendirme

I.5.2.1. TİAK’ın Teşebbüs Birliği Yapısı

850 TİAK’ın yapısının ve faaliyetlerinin değerlendirmesine geçmeden önce öncelikle TİAK’ın statüsünün Rekabet Hukuku kapsamında hangi zeminde ele alınması gerektiği üzerinde durulacaktır. Bilindiği üzere 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkındaki Kanun’un Tanımlar başlıklı 3. maddesinde teşebbüs, “*Piyasada mal veya hizmet üreten, pazarlayan, satan gerçek ve tüzel kişilerle, bağımsız karar verebilen ve ekonomik bakımdan bir bütün teşkil eden birimler*”, teşebbüs birliği ise “*Teşebbüslerin belirli amaçlara ulaşmak için oluşturduğu tüzel kişiliği haiz ya da tüzel kişiliği olmayan her türlü birlikler*” olarak tanımlanmıştır. TİAK, Türkiye’de 1992 yılında, üyelerini, Reklamcılar Derneği, Reklamverenler Derneği, Televizyon Yayıncıları Derneği ve Uluslararası Reklamcılık Derneği temsilcilerinin oluşturduğu bir komite olarak sektörün ortak kullanımına sunulmak üzere televizyon izleme araştırmalarını organize etmek ve denetlemek amacıyla kurulmuş bir komitedir. Bu noktada TİAK’ın, bir teşebbüs birliği niteliğinde olduğu anlaşılmıştır.

860 Yapılan incelemelerde TİAK’ın kuruluşuna ilişkin olarak imzalanan herhangi bir sözleşme bulunmadığı görülmüş olmakla birlikte, tespitler kısmında da yer verildiği üzere TİAK’ı oluşturan teşebbüs birliklerinin üyeleriyle AGB arasında yapılan sözleşmede, TİAK’ın amacı, yapısı ve işleyişine ilişkin bir takım maddeler bulunmaktadır.

I.5.2.2 TAM Verilerinin Önemi

İlgili ürün pazarı başlığı altında ele alınan tespitlerde de yer verildiği üzere Türkiye’de TİAK tarafından 1992 yılından beri yaptırılmakta olan televizyon izleme araştırmaları işi ve bu iş sonucunda elde edilen izlenme bilgileri, başta sektörün üç farklı ayağını oluşturan yayıncılar, reklamverenler ve reklamcılar olmak üzere tüm katılımcılar tarafından kullanılmakta olan çok önemli bir bilgidir. Söz konusu bu izlenme bilgileri

870 sayesinde yayıncılar, izleyiciye sunmuş oldukları farklı içerikteki programların izleyiciler tarafından ne şekilde ve hangi oranlarda izlendiğini öğrenebilmektedir. Bu bilgiler yayıncılar tarafından hem gelecekteki yayın politikaları ve yatırımların planlanmasında hem de ve daha önemli olarak program içine veya aralarına alınacak reklamların birim süre fiyatlarının belirlenmesinde kullanılmaktadır.

880 Reklam gelirleri, ücretli abonelik sistemi dışında çalışan açık televizyon kanalları için en önemli gelir kaynağı durumundadır ve belirli bir programa ait izlenme oranları o program içine alınan reklamların birim süre fiyatını, dolayısıyla da o televizyon kanalının reklam gelirlerini etkilemektedir. İzlenme bilgileri reklamverenler için de hayati bir öneme sahiptir. Reklamverenler bu bilgileri, hem ürün ve hizmetlerinin reklamlarının hangi kanal ve programlarda yer alacağı hem de bu reklamların izlenme oranlarının (reklamın yer aldığı programın izlenme oranından farklı olarak) ne olduğu, bu doğrultuda reklam yatırımı ve harcamalarının hesaplanmasında kullanılmaktadırlar. Aynı şekilde reklam ajansları da bu bilgileri reklamların hazırlanması, hedef kitlenin tespiti, hedef kitleye ulaşımı ve reklam bütçelerinin hazırlanması aşamalarında kullanılmaktadırlar. Görüldüğü gibi televizyon izleme bilgileri başta TV yayıncılığı ve TV reklam yeri pazarları olmak üzere bu pazarlarla ilişkili pazarlarda (yapımcılık gibi) faaliyet gösteren teşebbüsler açısından son derece kritik bir öneme sahiptir.

890 Türkiye Reklam Konseyi'nin verilerine göre Türkiye geneli 2007 yılı toplam reklam harcamaları 3.117 milyon TL, 2008 yılı toplam reklam harcamaları ise 3.182 milyon TL olarak gerçekleşmiştir. Toplam harcamalardan televizyon kanallarının almış olduğu pay 2007 yılı için 1.583 milyon TL ile toplam harcamaların % 50,8'ini, 2008 yılı için ise 1.603 milyon TL ile toplam harcamaların %50,4'ünü oluşturmaktadır. Görüldüğü gibi TV mecrasına yapılan reklam harcaması, toplam harcamaların yarısından fazlasını oluşturmaktadır. Reklamverenlerin TV mecralarına yaptıkları bu büyük harcamaların miktarının ve televizyon kanalları arasındaki dağılımının belirlenmesinde en önemli kıstas ise televizyonların izlenme oranlarıdır.

Türkiye'de izlenme ölçümleri TİAK tarafından 1992 yılından beri AGB'ye yaptırılmaktadır. AGB tarafından ölçülen ve duyurulan televizyon kanallarının gün bazında ortalama izlenme oranları toplamı 2007 ve 2008 yılları için aşağıdaki şekilde gerçekleşmiştir;

Tablo 6: Abone ve diğer kanallar yıllık izlenme oranları

	2008		2009	
	Tüm Gün (%)	Prime Time (%)	Tüm Gün (%)	Prime Time (%)
Abone Kanallar	80,4	85,8	77,4	84,4
Diğer	19,6	14,2	22,6	15,6

900

Görüldüğü gibi TİAK tarafından yaptırılmakta olan izleme araştırması kapsamında ölçülen televizyon kanallarının izlenme oranları Türkiye genelinde yapılan toplam izlemenin %80'inden fazlasını oluşturmaktadır. Dolayısıyla 1 milyar dolar ile Türkiye toplam reklam harcamalarının yarısından fazlasını oluşturan TV reklam harcamalarının TV kanalları arasında nasıl paylaşılacağı noktasında söz konusu bu ölçüm verileri en önemli kriter olarak karşımıza çıkmaktadır.

I.5.2.3 TAM Verilerinin Elde Edilmesinde MEK (Müşterek Endüstri Komitesi) Modeli

910 Dünyada TV izleme ölçümleri farklı yöntemlerle yapılmaktadır. Türkiye’de uygulanmakta olan sistem sektörün farklı oyuncularının bir araya gelerek oluşturdukları MEK (Müşterek Endüstri Komitesi-Joint Industry Committee) sistemidir. Bir kısım ülkelerdeki Media Owners Committee sisteminde ise yayıncılar bir araya gelerek kendi izlenme oranlarını ölçtürmekte ve bu bilgiyi talep eden diğer teşebbüs ve teşebbüs birliklerine (reklamcı, reklamveren, yapımcı) belirli şartlar altında sağlamaktadırlar.

İlgili ürün pazarı analizi kapsamında yer verilen pazarlarda faaliyet gösteren teşebbüs ve teşebbüs birliklerinin meydana getirdiği MEK veya Media Owners sistemlerinin rekabet hukuku açısından etkilerinin tam olarak anlaşılabilmesi için bu sistemlerin var olmadığı bir yapının nasıl olabileceği üzerine durulmasında fayda bulunmaktadır. Bahsedilen bu yapıda birbirleriyle rekabet eden veya alt veya üst ilişkili pazarlarda faaliyet gösteren teşebbüslerin ihtiyaçları olan izlenme bilgilerini tamamen kendi başlarına elde etmeye çalışmaları söz konusu olacaktır. Bu durumda teşebbüsler farklı veya aynı sağlayıcılarla veyahut bir sağlayıcı kullanmaksızın tamamen kendi imkânlarıyla TV programlarının ve reklamların izlenme bilgilerini elde etmeye çalışacaktır. Örneğin bir TV kanalı veya reklamveren bir önceki gün yayınlanan programların izlenme bilgilerini öğrenmek için, TAM hizmetine ilişkin bilgilerde de yer verildiği üzere, en basit anlamda telefon ile veya yüz yüze anket çalışması yapabileceği gibi bu işi televizyonlara bağlanan ölçüm cihazları vasıtasıyla da yapabilecektir.

930 Böyle bir piyasada birden fazla TAM ölçüm tekniği, TAM sağlayıcısı ve buna bağlı olarak aynı reklam veya programa ilişkin olarak birden fazla ölçüm verisinin ortaya çıkması da mümkün olacaktır. Böyle bir durum, sektörde faaliyet gösteren rakip veya dikey ilişki zinciri içinde yer alan teşebbüslerin, harcamaların, gelirlerin ve yatırımların planlanmasında ihtiyaç duydukları izlenme bilgilerinin birden fazla olmasına ve devamında da hangi verinin esas alınması gerektiği noktasında bir karmaşıklığa neden olabilecek bir durumdur. Bu nedenlerden dolayı birçok ülkede birden fazla izlenme verisinin oluşturabileceği kaostan kaçınmak amacıyla sektörün benzer (Media Owners Committee modeli) veya farklı (MEK modeli) katılımcıları bir araya

940 gelerek sektör için tek geçerli ölçüt (single currency) olacak tek bir izlenme verisinin elde edilmesini sağlamaktadırlar.

Ancak bu durum her teşebbüsün ihtiyacı olan izleme bilgilerini kendi belirlediği şartlar ve imkanlar çerçevesinde elde ettiği sistemden farklı olarak söz konusu bu tek ölçütün elde edilmesi işleminin tüm aşamalarında bütün teşebbüsler için tek bir metodoloji ve kurallar bütününün uygulanmasını da beraberinde getirmektedir. Bu noktada söz konusu bu metodoloji ve kurallar bütününün belirlenme şekli, içeriğinin ne olduğu ve uygulama şekli piyasadaki rekabetin üzerinde önemli etkiler yaratabilecek niteliktedir. Bu nedenle TAM hizmetlerinin sağlanmasında kullanılan ve sektördeki çeşitli tarafların bir araya gelmesi ile oluşturulan MEK’in yapısının, söz

950 konusu bu kuralların ve metodolojinin belirlenmesi, uygulanması ve denetlenmesi gibi konularda bağımsız karar alabilen, objektif olarak belirlenmiş yerleşik kurallara göre çalışan, hukuki belirliliğe, teknik yeterliliğe ve kurumsal yapıya sahip bir organizasyon olması gerekmektedir. Söz konusu özellikleri haiz olmayan bir MEK yapısının, tek ölçüt sisteminden beklenen faydaları sağlaması mümkün değildir. Bu durumda ilgili

piyasalarda rekabetin kısıtlanması imkan dahilindedir. Nitekim Rekabet Kurulu bu kapsamda değerlendirdiği ve rekabet ihlali oluşturabilecek nitelikte olan bazı MEK yapılarını incelemeye alarak bu yönde var olan endişelerin giderilmesi için bir takım önlemler almıştır.

1.5.2.4 TİAK'ın Yapısı ve İşleyişi

960 TİAK'ın herhangi bir kuruluş sözleşmesi olmamakla birlikte AGB ile TV yayıncıları ve AGB ile reklam ajansları arasında yapılan sözleşmelerde TİAK'a ilişkin bir takım maddeler bulunmaktadır. Sözleşmenin 1.6 ncı maddesinde;

“ ‘TİAK’ (Televizyon İzleme Araştırma Kurulu) deyimi, böyle bir araştırmayı gerçekleştirme, yönetme, denetleme ve hakemlik etme amacıyla, Reklamcılar Derneği, Reklamverenler Derneği, Televizyon Kanalları ve Uluslararası Reklamcılık Derneğinin temsilcilerinden oluşan, IAA bünyesinde kurulan ve IAA yönetim kuruluna karşı sorumlu olarak çalışan bununla birlikte herhangi bir hukuki sorumluluğu bulunmayan kurulu ifade eder.” denilmektedir.

970 TİAK 1992 yılından beri (17 yıldır) faaliyette olan bir komite olmasına rağmen, çalışma şekli, karar alma prosedürleri, temsilci sayıları, oy hakları ve diğer bir takım önemli hususlarda yazılı herhangi bir kurala bağlı olarak değil teamüllere dayalı olarak çalışmaktadır. Toplantılarda konuların ne şekilde tartışıldığı, hangi gerekçelerle kabul ve reddedildiğine dair ayrıntılı bilgiler ve şerhler bulunmamakta ve tüm kararların oy birliği ile alındığı izlenimi ortaya çıkmaktadır. Örneğin toplantılarda görüşülen konulara dair notlar tüm üyelere elektronik ortamlarda gönderilmekte ancak son birkaç aydır toplantılar ayrıca karar defterine işlenmektedir.

980 TİAK'ın, IAA bünyesinde faaliyet gösteren “gönüllü bir komite” olarak isimlendirilmesi ve tüzel kişiliğinin olmaması, şirket, dernek, vakıf gibi tüzel kişiliklerden farklı olarak belirli kayıtları tutma zorunluluğunun olmaması ve bu yükümlülükleri karşılamadığı takdirde herhangi bir yaptırıma tabi olmaması gibi nedenlerle, karar alma ve itiraz süreçleri konusunda bir belirlilik bulunmamaktadır. Örneğin AGB ve TV yayıncıları arasında yapılan sözleşmenin TİAK'a dair maddelerinde kararların oy çokluğu ile alındığı belirtilmekte iken uygulamada finansal konularda TV temsilcilerinin veto hakkı olduğu IAA yetkilisi tarafından ifade edilmiştir. Yine aynı sözleşmede IAA, RD ve RVD'nin ikişer kişi tarafından temsil edilmesi öngörülmüş iken bu sayının üçe çıkartılması TİAK toplantısında değil IAA yönetim kurulunda kararlaştırılmıştır.

990 Yerinde inceleme sırasında elde edilen bilgi ve belgelerden, IAA Avukatı'ndan TİAK'a ilişkin çalışma prosedürleri hazırlanmasının talep edildiği ve taslak bir çalışma prosedürü hazırlandığı tespit edilmiştir. Ancak bu prosedürler henüz kabul edilip uygulamaya geçirilmemiştir. TİAK'a ilişkin olarak hazırlanmakta olan bu çalışma prosedürleri dışında IAA yönetim kurulunun 8.1.2009 tarihli toplantısında TİAK yapısının Rekabet Hukuku'na uygunluğunun sağlanması amacıyla hukuki görüş hazırlanmasına karar verilmiştir. Nitekim yerinde inceleme sırasında özel bir hukuk bürosu tarafından bu konuya ilişkin olarak hazırlanmış bir takım hukuki mütalaaların mevcut olduğu tespit edilmiştir.

1000 Ayrıca 25.4.2008 tarihli TİAK toplantısında, (.....) “TİAK'ın işlerliğini sağladığımız zaman (oy/veto) gibi sorunların hemen hemen ortadan kalkacağına inandığını”, (.....) ise “TİAK prosedürü oluşturulurken her şeyin yazılı olması gerektiğini” ifade etmiştir. Yine aynı toplantıda (.....), TİAK'a yasal bir konum ve hukuki etkinlik kazandırılması önerisinde bulunmuştur. (.....) ise 2-3 yıldır TV'lerin TİAK/AGB ile ilgili sorunları olduğunu dile getirmiş ve bu sorunları 3 ana başlık altında toplamıştır:

- Önceki dönemlerde TİAK içerisinde televizyonların yeterince temsil edilememeleri
- Ölçümleme sistemi hakkında var olan tereddütler
- 2010 yılında bitecek olan ve 2008 Haziran'ında fesih bildiriminde bulunulmaz ise 3 yıl süreyle yenilenecek olan AGB sözleşmesi

Görüldüğü üzere 1992'den beri faaliyet göstermekte olan TİAK'ın yapısına ve işleyişine ilişkin bir takım sorunların varlığı TİAK ve IAA yetkilileri tarafından da kabul edilen bir durum olup, söz konusu problemlerin giderilmesi için bir takım çalışmalar başlatılmıştır.

TİAK'ın yapısı ve işleyişine ilişkin söz konusu bu problemlere ek olarak TV yayıncılarının TİAK sistemine ilişkin önemli eleştirileri bulunmaktadır. 3 Mayıs 2007 tarihinde yapılan genişletilmiş TİAK toplantısında (.....), kurulmasını düşündükleri yeni sisteme ilişkin olarak aşağıdaki görüşleri açıklamıştır;

“TV izleme araştırmalarının batıda nasıl yürütüldüğü incelenmiş ve Almanya örneği uygun bulunarak aşağıdaki model oluşturulmuştur:

Rating A.Ş. isimli, TV kanallarının sahibi olduğu bir şirket kurulacak ve bu şirketin profesyonel yönetiminin görevi;

- *Pazardaki gelişmeleri izlemek*
- *Türkiye için en uygun sistem ve örnek büyüklüğünü belirlemek*
- *İhale açmak*
- *Araştırmayı yaptırmak ve sahibi olarak kanallara ve/veya ajanslara satmak*
- *Sektör temsilcilerinden (reklamveren, reklamcılar ve kanallar) oluşacak TİAK komitesinin bu şirketin çatısı altında oluşturulması ve icra kurulu görevini üstlenmesi.”*

(.....) Rating A.Ş.'ye RTÜK'ün de dahil edilmesi, böylece örneğin büyütülmesi için gerekli finansmanın bu yolla sağlanabileceğini beyan etmiş, böyle bir değişikliğe gereksinim duyma gerekçelerini ise;

- Araştırmayı ve yatırımları finanse etmelerine karşılık hiçbirinin sahibi olmamaları,
- Batı ülkelerinde 15 saniyelik ölçümlere geçilmesine rağmen Türkiye'de hala 1 dk.lık ölçüm yapıldığı başka bir deyişle eski teknoloji kullanıldığı,
- Alternatif olmaması nedeniyle kanalların önlerine gelen bütçeleri çok yüksek olmasına rağmen kabul etmek zorunda olmaları ve doğruluğunu tartışma şanslarının olmaması,
- Araştırmanın ve denetiminin güvenilirliği konusunda şüpheleri olması

şeklinde ifade etmiştir.

12 Temmuz 2007 tarihinde yapılan toplantıda ise (.....)'ın önceki toplantıda önermiş olduğu sisteme ilişkin olarak IAA Türkiye Bölümü, RVD ve RD'nin araştırmanın profesyonellerce yönetilmesini uygun buldukları ancak araştırmanın tarafsızlığını koruyabilmesi için IAA Türkiye bölümü bünyesinde kalmasını doğru buldukları ifade edilmiştir.

Yerinde inceleme sırasında raportörlerce görüşülen bir AGB Türkiye yetkilisi ise; IAA'nın komite oluşturmak gibi resmi bir yetkisinin olmadığı, IAA'nın sadece bir şemsiye olduğu, TİAK'ın tam zamanlı çalışanlara ve teknik elemanlara sahip olmaması, tüzel kişiliğinin olmaması, kurumsal olmaması, sadece isimden ibaret olması, üyelerinin gönüllük esasına göre çalışması gibi hususların TİAK'ın dezavantajları olarak sıralanabileceği, diğer ülkelerdeki TİAK benzeri uygulamaların daha profesyonelce (tam zamanlı-ücretli) çalışan kişilerden oluştuğu, sözleşmeyi teknik olarak denetledikleri ve bu işten para kazanan kişiler olduğu, diğer ülkelerde tarafları yayıncılar, reklam ajansları ve reklam verenlerden oluşan bağımsız bir yapının olduğu ve ast üst ilişkisinin olmadığı şeklinde görüş ifade etmiştir.

1050

Gerek TV yayıncıları gerekse RD ve RVD'nin mevcut TİAK sistemi ve TAM araştırmasının yapılmasına dair olarak profesyonellik, kurumsallık ve hukuki işlerlik konularına ilişkin bir takım sorunların var olduğunu kabul ettikleri görülmektedir. Bu çerçevede yabancı ülke örnekleri incelenmiş, Almanya sistemi üzerine ayrıntılı bir rapor hazırlanmıştır.

1060

Burada asıl önemle üzerinde durulması gereken nokta, TV yayıncılarının bunlara ek olarak mevcut TİAK sisteminde, finansman, yüksek maliyet, alternatifsizlik, denetime ve verilere güvensizlik şeklinde özetlenebilecek çok hayati konularda problemlerin olduğunu dile getirmekte olmalarıdır. Bunlar içinde özellikle sistemin denetimi ve verilerin güvenilirliği noktasındaki problemlerin varlığı çok önemli olup bu hususlar, televizyonların reklam harcamalarından almış oldukları 1 milyar dolarlık pay ve bu payın kanallar arasında nasıl dağıtılacağı noktasında piyasada tek ölçüt olan AGB verilerinin önemi dikkate alındığında, "Ulusal televizyon yayıncılığı" ve "Ulusal Televizyon reklam yeri" piyasalarında rekabetin kısıtlanmasına neden olabilecek niteliktedir.

1070

Nitekim söz konusu bu nedenlerden dolayı TV yayıncıları profesyonel yönetime sahip yeni bir yapılanmaya ilişkin bir takım çalışmalar yapmışlardır. Ancak TV yayıncılarının, mevcut sistemi açıkça eleştirmelerine ve yeni bir sistemin kurulması gerektiğini savunmalarına rağmen, kurulmasını önerdikleri yeni sistemin Müşterek Endüstri Komitesi (MEK) ile Medya Sahipleri Komitesi (MOC) sistemlerinin bir bileşkesi olması nedeniyle tek başlarına hareket etmek istemedikleri anlaşılmaktadır.

1.5.2.5 TİAK-IAA İlişkisi

1080

Yukarıda da ifade edildiği gibi TİAK'ın kuruluşuna ve işleyişine ilişkin ayrı bir sözleşme bulunmamaktadır. Yalnızca AGB ile TV kanalları ve AGB ile reklam ajansları arasında TAM hizmetinin sağlanması amacıyla yapılan sözleşmelerde, TİAK yapısı ve işleyişine ilişkin bir takım maddeler bulunmaktadır. Bununla birlikte IAA'da yapılan yerinde incelemelerde elde edilen bilgi ve belgelere göre TİAK, IAA'ya karşı sorumlu ve onun bünyesinde faaliyet gösteren bir komitedir. TİAK, IAA ile aynı ofisi ve sekreteryaya hizmetlerini paylaşmaktadır. IAA Genel Müdürü aynı zamanda TİAK Koordinatörü olarak görev yapmaktadır. TİAK başkanı, TİAK'da IAA'yı temsil eden üyeler arasından seçilmektedir.

IAA'nın muhtelif yönetim kurulu toplantılarında TİAK'a ilişkin çok sayıda karar alınmıştır. Bu kararların bazıları şu şekildedir:

13.6.2005 tarihli toplantı: TİAK ihalesinde ihaleye katılan kuruluşların tekliflerin değerlendirilmesi ve short-list'e kalacak kuruluşların belirlenmesi işleminin IAA toplantısında belirlenmesine,

1090 **5.12.2005 tarihli toplantı:** TİAK ve BİAK toplantılarında IAA, RD ve RVD temsilci sayısının ikiden üçe çıkarılmasına ve bu konunun RV ve RVD yönetim kurullarında gündeme getirilip karar çıkmasının sağlanmasına,

3.5.2006 tarihli toplantı: TİAK'ı oluşturan teşebbüs birlikleri temsilcilerinden yalnızca birinin toplantıya katılması durumunda o kişinin temsil ettiği taraf adına oy kullanabilmesine,

1100 **2.7.2007 tarihli toplantı:** TİAK ve BİAK dışında var olan ve olacak sektör araştırmalarının da tarafların kazanımları değişmeksizin IAA çatısı altında alınması için Dernek Başkanları ile görüşmelere başlanmasına, TV kanallarının TİAK araştırmasında bir süredir gündemde olan manipülasyon söylentilerini ve AGB'nin tekel konumu nedeniyle araştırma bütçesinin yükselmesine rağmen halen günün şartlarına uygun olmaması gibi nedenlerle farklı bir oluşuma gitme istekleri olduğu, bu kanalların kendilerinin ortak olacakları bir şirket kurarak profesyonel bir kadro ile araştırmayı yürütmek istedikleri ifade edilmiş buna karşılık olarak TV ve diğer sektör araştırmalarının IAA çatısı altında olmasının en doğru yaklaşım olduğu benimsenmiştir.

Yine aynı toplantıda; Dernek avukatının bundan sonra tüm YK, BİAK ve TİAK toplantılarına katılacağı, ilk iş olarak IAA tüzüğü ve BİAK-TİAK'ın iç prosedürü/çalışma prensipleri üzerinde çalıştığı aktarılmıştır.

1110 **8.2.2008 tarihli toplantı:** Dakika bazlı ölçümden saniye bazlı ölçüme geçilmesine gerek olmadığına, mevcut uygulamanın herhangi bir sakıncası olmadığına, yine aynı toplantıda AGB'den Almanya modelinin test çalışmalarına başlamasına bu arada da eski yöntemle devam edilmesine karar verilmiş, Hukuk bürosu tarafından hazırlanan TİAK çalışma prosedürünün (.....) ile paylaşılarak uygun görülen değişikliklerin bu metin üzerinden yapılabileceği ifade edilmiştir.

4.12.2008 tarihli toplantı: AGB ölçümlerinde manipülasyon olduğu yönündeki iddialara karşı acil olarak strateji oluşturulmasına, bir kişinin TİAK sözcüsü olarak belirlenmesine karar verilmiştir.

1120 **8.1.2009 tarihli toplantı:** TİAK ihalesine ilişkin basın açıklaması yapılmamasına karar verilmiş, araştırmaların reklamverenlerin reklam yatırımlarını yönlendirmek için kullandıkları bir araç olduğu ve reklamverenlerin araştırmadan yeterince yararlandığının vurgulanmasının önemi üzerinde durulmuş, TİAK için ihale sürecine en kısa zamanda başlanması gerektiğine ve IAA Yönetim Kurulu'na karşı sorumlu olarak çalışan TİAK ve BİAK Komitelerinin Rekabet Hukuku açısından incelenmesi için bir Rekabet Hukuku avukatıyla çalışılmasına karar verilmiştir.

Ayrıca 19.2.2009 tarihli TİAK Teklif Toplama Komitesi toplantısında yapılması planlanan yeni ihaleye ilişkin teknik şartname taslağının TİAK Koordinatörü ve aynı zamanda IAA Genel Sekreteri olan kişi tarafından, idari şartname taslağının ise IAA hukuk müşavirliği tarafından hazırlanmasına karar verilmiştir.

1130 Görüldüğü gibi bu kararların birçoğu TİAK'ın yapısını, işleyişini ve fonksiyonlarını doğrudan ilgilendiren stratejik kararlardır. Mevcut yapı içerisinde IAA Türkiye televizyon izleme araştırmaları piyasasında sektörün bütün oyuncularını bir araya getiren bir üst yapıdan ziyade TİAK'ı ve dolayısıyla TAM hizmetinin sağlanması işini doğrudan etkileyen ve yönlendiren bir fonksiyonu haizdir. Bu noktada dünya genelinde TAM hizmetinin temini işi için MEK modelini benimseyen ülke örneklerinde uygulanmakta olan tam bağımsız MEK modeli ile Türkiye'deki modelin karşılaştırmasının yapılması gerekmektedir. İtalya'da Auditel, Avustralya'da OzTAM,

1140 İngiltere’de BARB, Güney Afrika’da SAARF, Almanya’da ise AGF, ismi geçen ülkelerde yer alan TİAK benzeri oluşumlardır. Yukarıda isimleri verilen bu kuruluşlar TİAK ile aynı faaliyetleri yerine getiren yapılar olsalar da organizasyon şemaları TİAK’tan oldukça farklıdır. TİAK, IAA bünyesinde çalışmakta iken diğer ülke örneklerinde belirtilen bu kuruluşlar bağımsız birer örgüt olarak oluşturulmuşlardır ve hiçbirinde herhangi bir derneğe bağlı faaliyet gösterilmesi durumu söz konusu değildir.

1150 Bu durum IAA yönetimini elinde bulunduran kişi ve grupların TİAK’ın, dolayısıyla da TAM hizmetlerinin sağlanmasını kontrol edebilmesine imkân verebilecek niteliktedir. Örneğin IAA yönetiminde etkin olan veya çoğunluk sağlayan bir medya grubunun IAA yönetim kurulunda yeteri kadar veya hiç temsil edilmeyen bir sektör katılımcı kişisi veya grubu aleyhine kararlar alması mümkündür. Türkiye’ye özgü, bağımsız hareket kabiliyeti IAA tarafından önemli derecede sınırlanmış bulunan TİAK yapısı, dünya genelinde uygulanmakta olan MEK yapılarından tamamen farklı olarak, TAM verilerinin sektör açısından önemi dikkate alındığında, ilgili ürün pazarlarında rekabet ihlali yaratabilecek niteliktedir.

I.5.2.6 TİAK’ın Teknik Yeterliliği

1160 Türkiye’de uygulanmakta olan ve sektördeki tarafları bir araya getiren MEK sistemi ile yurt dışında uygulanmakta olan sistemin karşılaştırılması kapsamında karşımıza çıkan bir diğer önemli husus ise MEK’in teknik yeterliliği hususudur. TAM hizmeti, ilk aşama olan veri tabanı araştırmasının tasarımı ve uygulamasından başlayarak son aşama olan PM (ölçüm cihazı) cihazlarından izleme bilgilerinin alınıp işlendikten sonra kullanıma sunulduğu son aşamaya kadar özellikle software, matematiksel ve istatistikî açılardan teknik ağırlığı üst düzeyde olan bir iştir. İzlenme oranlarının bütün nüfusu temsil edecek şekilde en az hata ve en yüksek veri güvenirliliği ile ortaya konabilmesi için MEK’in TAM hizmetinin bütün aşamalarını belirleme, analiz ve kontrol edebilme yeteneğine sahip olması gerekmektedir. Bu nedenle yukarıda yer verilen yabancı ülke örneklerinde de görüldüğü üzere bu MEK’lerin tamamında denetçiden ayrı olarak teknik yeterliliğe sahip tam zamanlı çalışanlar istihdam edilmektedir.

1170 Örneğin, İtalya’da faaliyet gösteren Auditel, yönetim kurulunun aday gösterdiği 16 üyeden oluşan bir teknik komiteye sahiptir ve kuruluş bünyesinde tam zamanlı destek personeli ve uzman istatistik danışmanları istihdam edilmektedir. Avustralya’da faaliyet gösteren OzTAM, tam zamanlı çalışan finans ve istatistik müdürleri ve destek personeli ile yarı zamanlı çalışan bir denetçi istihdam etmektedir, ayrıca teknik komiteye sahiptir. İngiltere’de faaliyet gösteren BARB, tam zamanlı çalışan araştırma finans ve ticaret müdürleri ile destek elemanları ve özel konulara ilişkin danışmanlar istihdam etmektedir ayrıca teknik konuları karara bağlayan endüstri teknik komitesine sahiptir. Güney Afrika’da faaliyet gösteren SAARF, tam zamanlı finans müdürü, iki istatistikçi ve destek personeli istihdam etmektedir ayrıca TAM teknik komitesine sahiptir. Almanya’da faaliyet gösteren AGF’nin ise altı uzmanlık alanında çalışan çalışma grupları vardır. Söz konusu gruplar metodoloji, üretim ve veri tabanı, ölçüm tekniği, program kodlama, televizyon planlama ve kurallar ve prosedürler konularında uzmanlaşarak faaliyet göstermektedirler. AGF ayrıca teknik komiteye de sahiptir.

1180 Türkiye’deki TİAK yapısında tam zamanlı çalışan profesyonel teknik bir ekip bulunmayıp yalnızca üyeler arasından bir teknik komite oluşturulmuştur. Bu komite yalnızca gerekli görülen hallerde bir araya gelmekte ve hazırladıkları raporu TİAK’a sunmaktadır. Bu komite üyeleri yurt dışı örneklerdeki teknik komitelerden farklı olarak

tam zamanlı profesyonellerden değil reklamcı, reklamveren ve yayıncı teşebbüslerde farklı alanlarda çalışan kişilerden oluşmaktadır.

1190 Öte yandan TİAK'ın teknik yeterliliğine ilişkin olarak bir AGB Türkiye yetkilisi; TİAK'ın en büyük dezavantajının bünyesinde teknik bir komite bulundurmaması olduğunu, diğer ülkelerde iddiaların bilgi ve delil ile teknik bir komiteden geldiğini, denetçi ve teknik komitenin ayrı olduğunu, denetçinin prosedürün uygulanması ve danışmanlık kısmıyla ilgili olduğunu, çalışmalarını iyi yürütmekte olduğunu fakat teknik komite için bir kişinin yeterli olmadığını, TİAK üyelerinin teknik bilgisinin derin olmadığını ifade etmiştir.

(.....) ise, TİAK'ın yeterli teknik bilgiye ve tam zamanlı çalışanlara sahip olmadığını, bu durumun işlerin yavaş ilerlemesine sebep olduğunu, diğer ülkelerde örneğin Almanya'da TİAK benzeri kuruluşun tamamen teknik bilgiye sahip kişilerden oluştuğunu ifade etmiştir.

1200 Ayrıca IAA'da yapılan yerinde inceleme kapsamında elde edilen 19.2.2009 tarihli "TİAK Teklif Toplama Komitesi Toplantısı" başlıklı belgede yeni açılması planlanan ihale için teknik şartname taslağı hazırlanması görevinin IAA genel sekreteri ve aynı zamanda TİAK koordinatörü olan kişiye verilmesi kararlaştırılmıştır.

Yerinde inceleme sırasında elde edilen ve (.....) tarafından 3.4.2009 tarihinde (.....) isimli kişiye gönderilen elektronik postada (.....) isimli TİAK üyesinin kendisine, TİAK tarafından hazırlanmakta olan söz konusu teknik ihale şartnamesi hakkında;

- Şartnamenin şimdiye kadar hazırlanmış halinin mevcut TİAK teknik şartnamesinin, Romanya'dan alınan şartnamenin ve Türk müşterilerin temennilerinin bir kopyala-yapıştır versiyonu olduğunu,
- Mantıksız birçok talep içerdiğini,
- Yardım edilmez ise hazırlanmakta olan şartnamenin tamamıyla anlamsız bir materyal olacağını

1210

söylediğini ifade etmiştir.

Bu durumda TİAK'ın TAM hizmetinin en az hata ve en yüksek veri güvenliği ile çalışması için hayati öneme sahip teknik analiz ve kontrol kabiliyetinden önemli derecede yoksun olduğu anlaşılmaktadır. Söz konusu bu teknik yetersizlik sorunu TİAK'ın en temel fonksiyonu olan TAM hizmetlerinin tespit, temin ve denetiminin yapılması noktasında ilgili piyasalarda rekabetin bozulmasına neden olabilecek niteliktedir. Nitekim bu sorundan en fazla etkilenecek grup olan TV yayıncıları önerdikleri yeni yapının profesyonellerce idare edilmesini istemektedirler.

1220 GGTAM¹⁰ Standartları

Avrupa Yayıncılar Birliği'nin (EBU) TAM verilerinin elde edilmesi konusunda yayınlamış olduğu rehberde de MEK yapılarının nasıl olması gerektiği konusunda bilgilere yer verilmiştir. Bu kapsamda rehberde;

"...Yukarıda söz edilen örgüt ve finansman düzenlemeleri izleyici ölçüm sisteminin bağımsızlığı ve cevap verebilirliği arasında uygun bir denge kurabilmeyi amaçlamaktadır.

¹⁰ Global Guidelines for Television Audience Measurement

Örgütsel düzenleme ne şekilde olursa olsun, tüm katılımcılara karşı adil (tüm satıcılara, tüm alıcılara ve satıcılar ile alıcılar arasında) ve tüm katılımcılara açık (uygun açıklama, tartışma ve katılım çerçevesinde) bir izleyici ölçüm sistemi oluşturmak süreklilik gerektiren bir uğraştır.

1230

Yukarıda bahsedilen prensiplerin hayata geçirilmesi amacıyla hangi örgütsel ve finansal yapılanma seçilirse seçilsin şu hususları göz önünde tutmak faydalı olacaktır:

- **Sistemin kullanıcı ihtiyaçlarını tatmin edici bir şekilde karşılayabilmesini sağlamak için resmi prosedürler kabul edilmeli. Kullanıcı temsil gruplarının hizmet ve sağlanan bilgi üzerinde etkin bir şekilde söz söyleyebilmesi gereklidir.**
- Araştırma yöntemlerinin tüm yönleri incelenmeye açık olmalıdır. Kullanıcının güveninin sağlanması açısından araştırma yöntemlerinin şeffaflığı büyük bir önem taşır. Şeffaflık, kısmen kalite kontrol özelliklerinin ve geçerlilik prosedürlerinin tanımlanması ile sağlanabileceği gibi bağımsız denetçi ve denklik prosedürleri ile de sağlanabilir. Sadece böyle bir şeffaflık ile kullanıcılar mevcut faaliyeti gözlemleyebilir ve bilgi sağlayıcısını bağımsız olarak kontrol edebilirler.
- Reklam sürelerinin alım satımının yapılmasında kullanılan bilgilere ulaşımında, farklı kullanıcı grupları aynı koşullara tabi olmalıdır. Bu şekilde sınırlandırılmamış bir erişim sistemin şeffaflığına katkıda bulunur, alıcılar ve satıcılar arasında izleyici bilgileri ile ilgili ticari şartları garanti altına alır ve bilginin mümkün olan en fazla şekilde işletilmesini kolaylaştırır.
- **Bilgi sağlayıcıları araştırma yöntemlerinin ilgili tüm uluslararası davranış kurallarına uygunluğu konusunda emin olmalıdırlar.”**

1240

1250

ifadelerine yer verilmektedir.

Görüldüğü gibi GGTAM standartlarına göre de bağımsızlık, hızlı çözüm bulabilme (responsiveness), resmi prosedürlerin var olması, temsil gruplarının hizmet ve sağlanan bilgi üzerinde etkin bir şekilde söz söylemesi ve uluslararası kurallara uyulması hususları TAM verilerinin sağlanmasında önemli noktalar olarak sayılmıştır. Dosya kapsamında incelenen TİAK yapısının ise söz konusu standartları karşılamaktan uzak olduğu görülmüştür.

1.5.2.7 MEK'lere İlişkin Kurul Kararları

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 eylemleri hukuka aykırı ve yasaktır.” şeklinde düzenlenmiş, aynı maddenin (d) bendinde ise “Rakip teşebbüslerin faaliyetlerinin zorlaştırılması, kısıtlanması veya piyasada faaliyet gösteren teşebbüslerin boykot ya da diğer davranışlarla piyasa dışına çıkartılması yahut piyasaya yeni gireceklerin engellenmesi” bu kapsamda ele alınabilecek durumlardan biri olarak gösterilmiştir.

1260

Nitekim Rekabet Kurulu, geçmişte medya piyasalarında bu tipte etkiler doğurabilecek nitelikte olan benzer MEK yapılarına müdahale etmek zorunda kalmıştır.

1270

BİAK Kararı

Bunlardan ilki olan BİAK kararında¹¹ Kurul, tüzel kişiliği bulunmayan, Avrupa ülkelerinde uygulanmakta olan okurluk araştırmalarına benzer nitelikte bir araştırmayı gerçekleştirme ve finanse etme amacı ile bir araya gelen reklam ajansları, reklamverenler ve mecra kuruluşları temsilcilerinden oluşan, projenin işletilmesinden ve koordinasyonundan sorumlu olan Basın İzleme Araştırma Kurulu (BİAK)'ın bünyesinde Uluslararası Reklamcılık Derneği, Reklamcılar Derneği ve Reklamverenler Derneği temsilcilerini barındıran bir teşebbüs birliği olduğu sonucuna ulaşmış ve aşağıdaki tespitleri yapmıştır;

1280

“4054 sayılı Kanun’un 4 üncü maddesi kapsamına giren anlaşmaları iki gruba ayırmak mümkündür. Birinci grup anlaşmalar, rekabeti kısıtlamak amacıyla yönelik anlaşmalardır. Bu tür anlaşmalarda taraflar rekabetin kısıtlanmasını istemektedir ve anlaşma bu amacın elde edilmesinde bir araçtır. İkinci grup anlaşmalar ise, rekabetin kısıtlanmasına neden olan anlaşmalardır. Burada amaç rekabetin kısıtlanması dışındaki herhangi bir konudur; ancak piyasa koşulları ve tarafların özellikleri nedeniyle anlaşmanın rekabeti kısıtlayıcı etkisi vardır ya da anlaşma böyle bir etkiyi doğurabilecek nitelik taşımaktadır. Basın İzleme Araştırması Sözleşmesi, aşağıdaki nedenlerden dolayı ikinci grupta yer alan anlaşmalardandır:

1290

- *Sektördeki diğer okurluk araştırmaları da göz önüne alındığında, BİAK araştırmasının sonuçları yazılı basın reklam piyasası açısından “tek geçerli ölçüt”, sektörde kullanılan ifade ile “single currency”dir.*
- *Çünkü; araştırma örneklem büyüklüğü ve içerdiği yayın sayısı ile Türkiye’de bugüne kadar yapılan okurluk araştırmalarının en kapsamlısıdır.”*

Kurul’un buradaki gerekçesine dayanak olan bu durum (tek geçerli ölçüt ve en kapsamlı olma), TİAK tarafından AGB’ye yaptırılan TV izleme ölçümleri için de geçerlidir.

ABC Türkiye Kararı

Yine medya sektöründe Kurul’un benzer nitelikte incelemelerine konu olmuş bir diğer MEK ise ABC Türkiye’dir. Kurum’a 30.9.2004 tarihinde yapılan başvuru ile gazete ve dergiler başta olmak üzere reklam mecrası niteliğindeki süreli yayınların tiraj rakamlarını tek çatı altında ve tarafsız biçimde denetleyerek oluşturmak, bu konuda karşılaştırılabilir onaylı belgeler hazırlamak amacıyla oluşturulan ABC Türkiye Tiraj Denetim Kurulu Sözleşmesi’ne Menfi Tespit Belgesi verilmesi talep edilmiştir. Sözleşmenin tarafları Reklamverenler Derneği, Reklamcılar Derneği, Doğan Dağıtım, Atlas Dergisi, Sabah Gazetesi, Merkez Dağıtım, Hürriyet Gazetecilik ve Yeni Aktüel Dergisi’dir. Sözleşme ile reklam mecrası niteliğindeki yayınların tirajının doğruluğunun denetlenmesine ilişkin ilke ve esasları belirleyen ve bunları üyeleri dahilinde uygulamak üzere ABC Türkiye Tiraj Denetim Kurulu (ABC Türkiye) oluşturulmaktadır. Yapılan inceleme neticesinde Kurul söz konusu oluşuma menfi tespit belgesi verilmesine karar vermiştir.¹² Ancak Kurul kısa bir süre sonra ABC Türkiye hakkında bir üye teşebbüsün faaliyetlerini zorlaştırdığı ve kuruluş sözleşmesinde, almış olduğu menfi tespit belgesi hilafına bir takım değişiklikler yaptığı iddialarına ilişkin olarak yeni bir inceleme yapmak zorunda kalmış, yapılan bu inceleme sonucunda;

1300

1310

¹¹ 4.3.1999 tarih ve 99-13/99-40 sayılı karar

¹² 11.3.2005 tarih ve 05-14/160-57 sayılı Kurul kararı

- 1320
- “ABC’nin mevcut yapısının, uygulamalarının ve oluşumun etkilerinin menfi tespit verilmesi aşamasında öngörülen olumlu niteliklerden uzaklaştığı; bir başka deyişle Kuruluş Sözleşmesi’nde ve Denetim Standartlarında değişiklik olmasaydı dahi ABC Türkiye’nin karar alma süreçlerinin, fiili yapısının ve uygulamalarının menfi tespit kararında öngörülenden farklılaştığı ve menfi tespit ile öngörülen faydaları sağlamasının mümkün görünmediği,
 - ABC’nin mevcut yapısının ve uygulamalarının Rekabet Kurulu’nun ABC oluşumuna menfi tespit belgesi vermesi aşamasında ısrarla vurguladığı çoğulculuk, şeffaflık ve objektiflik ilkelerinin gereklerini karşılamaktan uzak olduğu”

1330 gerekçeleriyle ABC Türkiye’nin kuruluş sözleşmesine verilen menfi tespit belgesinin geri alınmasına ve ABC Türkiye’nin, 4054 sayılı Kanun’un 9. maddesinin üçüncü fıkrası uyarınca denetim standartlarını kararda yer verilen ilkeler doğrultusunda katılımcı bir şekilde belirleyip, objektif, kapsamlı, karşılaştırılabilir ve istikrarlı bir hale getirerek 90 gün içinde Kurul’a tevsik etmesine karar¹³ verilmiştir.

Görüldüğü gibi her iki Kararda da değinildiği üzere medya piyasalarında sektörün bütününe katılımcıları için geçerli olacak bir tek geçerli ölçüt belirleme amaçlı meydana getirilen oluşumlar, yapılarının ve tek ölçüt mekanizmasının bir gereği de olarak bir takım potansiyel rekabet ihlallerini de beraberlerinde getirmektedirler. Bu noktada önemle üzerinde durulması gerekli olan konu, Kurul’un her iki kararda da MEK yapılarının rakip firmaların faaliyetlerinin zorlaştırıldığına dair bir sonuca ulaşmamış olmasına rağmen, bu tür yapıların 4. madde kapsamında ihlal doğurabilecek nitelikte olmaları nedeniyle söz konusu MEK’lere bir takım yaptırımlar uygulanmasına karar vermiş olmasıdır.

1340 Özellikle BİAK kararında Kurul; BİAK sözleşmesinin sektörde kullanılan “tek geçerli ölçüt” olması ve araştırmaların örneklem büyüklüğü ve içerdiği yayın sayısı ile Türkiye’de bugüne kadar yapılan okurluk araştırmalarının en kapsamlısı olması nedeniyle BİAK sözleşmesini Kanun’un 4. maddesi kapsamında rekabet ihlaline yol açabilecek bir anlaşma olarak kabul etmiştir. TİAK yapısı incelendiğinde de benzer bir durumun mevcut olduğu görülmektedir. TİAK tarafından yaptırılmakta olan TAM araştırması sektörde uzun yıllardır yapılmakta olan ilk ve tek araştırmadır ve bu araştırma sonuçları piyasada kullanılan tek ölçüt durumunda olup herhangi bir alternatif bulunmamaktadır. Büyüklüğü 3 milyar TL’yi aşan reklam harcamalarından % 50 ile en fazla payı alan TV reklam harcamaları bu ölçüm bilgilerine dayanılarak yapılmaktadır. Herhangi bir TV kanalının söz konusu bu tek ölçüt mekanizması dışında kalması veya ayrımcılığa maruz kalması, en büyük gelir kalemleri olan reklam gelirlerinin olumsuz yönde etkilenmesi anlamına gelmektedir.

1350 TİAK’a ilişkin olarak yukarıda yer verilen değerlendirmeler özetlenecek olursa;

1. TİAK tarafından yaptırılmakta olan Türkiye ulusal televizyonlar izleme araştırması Türkiye’deki ilk ve tek izleme araştırmasıdır. Bu araştırma sonucunda elde edilen bilgiler piyasada tek geçerli ölçüt durumunda olup alternatifi bulunmamaktadır.
2. Türkiye geneli 2007 yılı toplam reklam harcamaları 3.117 milyon TL, 2008 yılı toplam reklam harcamaları ise 3.182 milyon TL olarak gerçekleşmiştir. Toplam

¹³ 24.4.2007 tarih ve 07-34/347-127 sayılı Kurul kararı

harcamalardan televizyon kanallarının almış olduğu pay 2007 yılı için 1.583 milyon TL ile toplam harcamaların % 50,8'ini, 2008 yılı için ise 1.603 milyon TL ile toplam harcamaların %50,4'ünü oluşturmaktadır. TV mecrasına yapılan harcama, toplam harcamaların yarısından fazlasını oluşturmaktadır. Reklamverenlerin TV mecralarına yaptıkları bu büyük harcamaların dağıtılmasında en önemli kıstas ise televizyonların izlenme oranlarıdır.

- 1370
3. Bu nedenle TAM hizmetlerinin sağlanmasında kullanılan MEK'in yapısının, söz konusu bu kuralların ve metodolojinin belirlenmesi, uygulanması ve denetlenmesi gibi konularda bağımsız karar alabilen, objektif olarak belirlenmiş yerleşik kurallara göre çalışan, hukuki belirliliğe, teknik yeterliliğe ve kurumsal yapıya sahip bir organizasyon olması gerekmektedir. Söz konusu özellikleri haiz olmayan bir MEK yapısının, tek ölçüt sisteminden beklenen faydaları sağlaması mümkün olmayıp bir takım rekabet ihlallerine yol açması imkan dahilindedir.
- 1380
4. Türkiye'de uygulanmakta olan MEK modeli bağımsız bir model değildir. TİAK, IAA altında ona karşı sorumlu faaliyet gösteren bir alt komite durumundadır. Kuruluş sözleşmesi veya yazılı kuralları bulunmamakta, çalışmalar teamüllere göre yapılmaktadır. Bu durum TİAK'ı, sektörün bütün katılımcılarını bir araya getiren ve bütün bu katılımcılar için hayati öneme sahip TAM verilerinin temin edilmesi işinin bütün aşamalarını kendilerinin belirlediği kurallar çerçevesinde temin ve kontrol eden, konu ile ilgili stratejik kararları kendisi alabilen kurumsal kimliğe, teknik yeterliliğe ve işlerliğe sahip bir yapı olmaktan çok doğrudan IAA'ya karşı sorumlu IAA yönetimini elinde tutan kişi ve gruplar tarafından idare edilebilen, kurumsal yapısı ve işlerliği olmayan, herhangi bir kuruluş sözleşmesi, ayrıntılı bir görev tanımlaması ve çalışma ilkeleri bulunmayan, düşük fonksiyonlu bir çalışma grubu durumuna getirmektedir.
- 1390
5. TİAK, TAM hizmetinin en az hata ve en yüksek veri güvenilirliği ile çalışması için hayati öneme sahip teknik analiz ve kontrol kabiliyetinden önemli derecede yoksun olup bu durum gerek (.....) gerekse (.....) tarafından da teyit edilmiştir. Söz konusu bu teknik yetersizlik sorunu TİAK'ın en temel fonksiyonu olan TAM hizmetlerinin tespit, temin ve denetiminin yapılması noktasında rekabetin bozulmasına neden olabilecek niteliktedir.
- 1400
6. TİAK yapısı, EBU tarafından yayınlanan rehberde (GGTAM) vurgulanan; bağımsızlık, hızlı çözüm bulabilme (responsiveness), resmi prosedürlerin var olması, temsil gruplarının hizmet ve sağlanan bilgi üzerinde etkin bir şekilde söz söylemesi ve uluslar arası kurallara uyulması kriterlerini karşılamaktan uzaktır.
7. Mevcut yapıda ciddi bir takım sorunlar olduğu hususu, IAA ve TİAK yetkilileri tarafından da kabul edilen bir durum olup, yapının Rekabet Hukuku'na uygunluğunun sağlanması için bir takım çalışmalar başlatılmıştır. Bu çerçevede özel bir hukuk bürosuna görüş hazırlanmış, yabancı ülke örnekleri incelenmiş ve Almanya sistemi üzerine ayrıntılı bir rapor hazırlanmıştır.
8. TİAK bünyesinde bulunan ve araştırma maliyetlerinin %(....) kısmını karşılayan TV yayıncıları, mevcut sistemde özellikle yüksek maliyet, alternatifsizlik ve verilerin güvenilirliği gibi hususlarda ciddi problemlerin var olduğunu dile getirmektedir. Bu durum özellikle TV kanalları arasında reklam gelirlerinin dağılımı noktasında rekabetin bozulmasına neden olabilecek niteliktedir. Bu nedenle TV yayıncıları, profesyonel yapıya ve hukuki bir

1410 zemine sahip yeni bir oluşum önermektedirler. Ancak bu yeni sistemde diğer grupların da bulunmasını istedikleri için bağımsız hareket etmek istememektedirler.

9. Kurul, benzer durumdaki BİAK ve ABC Türkiye yapılarına, özellikle piyasada tek ölçüt olmalarını dikkate alarak, rekabet ihlaline yol açabilecek unsurlar taşımaları nedeniyle müdahale etmiştir.

10. Bu noktada mevcut MEK yapısı kendisinden beklenen, tek ölçüt sisteminin yapısı gereği mevcut bulunan potansiyel rekabet ihlallerini yok edecek veya en aza indirecek yapıdan uzak olduğu gibi, bu yönde oluşabilecek rekabet ihlallerini kolaylaştırıcı ve bu ihlallere zemin hazırlayıcı bir niteliktedir.

1420 Bu nedenlerden ötürü, yukarıda yer verilen değerlendirmeler ve Kurul'un önceki MEK kararlarında önemle vurgulamış olduğu hususlar ve gerekçeleri de dikkate alındığında; Türkiye'de IAA çatısı altında faaliyet gösteren ve üyelerini IAA, RD, RVD ve TV yayıncılarının temsilcilerinin oluşturduğu müşterek endüstri komitesi olan TİAK'ın, 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamında, belirli bir mal veya hizmet piyasasında doğrudan veya dolaylı olarak rekabeti engelleme, bozma ya da kısıtlama etkisini doğurabilecek nitelikte olan bir teşebbüs birliği olduğu sonucuna ulaşılmaktadır.

Ancak;

- 1430
- Gerek IAA gerek TİAK yetkililerinin bu sorunların farkında olarak bir takım önlemler almaya ve çalışmalar yapmaya başlamış olmaları nedeniyle bu aşamada IAA ve TİAK'ı oluşturan diğer teşebbüs birlikleri hakkında Kanun'un 4. ve 6. maddeleri kapsamında soruşturma açılmasına gerek olmadığı,
 - Bununla birlikte TİAK tarafından AGB'ye yaptırılan izlenme araştırmasının sektörde ikamesi olmayan geçerli tek ölçüt olduğu, piyasaya olan doğrudan etkisi ve önceki Kurul kararları dikkate alındığında; mevcut yapıya ilişkin olarak rekabet ihlali doğurabilecek nitelikte olan ve yukarıda ayrıntılılarıyla ele alınan
 - tam bağımsızlık,
 - kurumsal yapı,
 - yazılı ve objektif kurallara göre hareket etme
 - hukuki belirlilik ve teknik yeterlilik

1440 hususlarına ilişkin var olan tereddütleri giderici değişikliklerin, değerlendirme kısmında dikkat çekilen başlıklar çerçevesinde düzenlenerek 90 gün içinde Kurum'a bildirilmesine dair Kurul görüşünün, 4054 sayılı Kanun'un 9. maddesinin üçüncü fıkrası uyarınca TİAK yönetimine bildirilmesi,

- Verilen süre içinde yapılan değişikliklere ilişkin başvurunun, Kanun kapsamında Kurul tarafından yeniden değerlendirilmesi,
- Öngörülen bu değişikliklerin verilen süre içinde yapıp Kurul'a bildirilmemesi durumunda ise TİAK ve TİAK'ı oluşturan teşebbüs birlikleri hakkında 4054 sayılı Kanun kapsamında işlem başlatılması gerektiği

kanaatine ulaşılmıştır.

1450

I.5.3. TİAK VE AGB ARASINDA YAPILAN SÖZLEŞMELERE İLİŞKİN DEĞERLENDİRME

AGB ile Televizyon kuruluşları arasında imzalanan Televizyon İstasyonlarının Karşılaştırılmalı İzlenme Oranları Ölçümü Araştırması Satış ve Abonelik Sözleşmesi'nin (Sözleşme-1) 9.1. maddesinde "*İşbu Sözleşme 1.1.2005 tarihinde yürürlüğe girer ve 31.12.2009 tarihinde sona erer.*", 9.2. maddesinde ise "*Taraflar sürenin bitiminden 18 ay önce fesih isteklerini karşı tarafa bildirmedikleri takdirde Sözleşme aynı koşullarla 3 (üç) yıl için yenilenmiş sayılır.*" denilmektedir.

1460 Taraflardan herhangi birinin sözleşmenin feshine yönelik olarak diğer tarafa bildirimde bulunmaması durumunda sürenin yenilenmiş olacağının kabul edilmesi nedeniyle Sözleşme-1'in belirsiz süreli olarak akdedildiği kabul edilebilir.

Benzer şekilde AGB ile reklam ve Medya Ajansları arasında imzalanan Televizyon İstasyonlarının Karşılaştırılmalı İzlenme Oranları Ölçümü Araştırması Satış ve Abonelik Sözleşmesi'nin (Sözleşme-2) 9.1. maddesinde "*İşbu Sözleşme 1.1.2005 ile 31.12.2005 tarihleri arasında geçerli olmak üzere 1 (bir) yıllıktır.*", 9.2. maddesinde ise "*Abone sürenin bitiminden 2 (iki) ay önceden fesih isteğini noter kanalıyla yazılı olarak diğer taraflara bildirmedeği takdirde Sözleşme aynı koşullarla birer yıl için yenilenmiş sayılır*" denilmektedir.

1470 Abonelerden herhangi birinin sözleşmenin feshine yönelik olarak diğer taraflara bildirimde bulunmaması durumunda sürenin yenilenmiş olacağının kabul edilmesi nedeniyle Sözleşme-2'nin de belirsiz süreli olarak akdedildiği kabul edilebilir.

Mevcut durum incelendiğinde de hem Sözleşme-1'in hem de Sözleşme-2'nin 2005, 2006, 2007, 2008 ve 2009 yıllarında geçerli olduğu görülmektedir.

Sözleşme-1 ve Sözleşme-2'ye taraf olan televizyon kuruluşları ile reklam ve medya ajansları adına IAA tarafından 8.5.2009 tarihinde AGB'ye Sözleşme-1 ve Sözleşme-2'nin feshi ihbar edilmiştir. Sonrasında ise TİAK tarafından rating ölçümü için ihale süreci başlatılmıştır.

1480 Dünya uygulaması incelendiğinde genel olarak televizyonların rating ölçümlerinin ülke genelinde bir kurum tarafından yapıldığı görülmektedir. Türkiye'de de rating ölçümü yapacak şirket, televizyon yayıncıları, reklamverenler ve reklam ajansları tarafından oluşturulmuş bir yapı olan TİAK tarafından belirlenen kurum tarafından yapılmaktadır. Televizyon kanallarının veya reklam ajanslarının TİAK yapısı dışında bireysel olarak rating ölçümü yaptırmaları teorik olarak mümkün olsa da kanalların veya ajansların bu süreçte katlanmaları gereken maliyetler rating ölçümü ile hedeflenen faydalardan yüksek olabileceği gibi bireysel ölçüm sonucunda elde edilen rating bilgilerinin reklamverenler tarafından sağlıklı bir veri olarak değerlendirilememesi ihtimali de mevcuttur. Diğer bir ifadeyle, televizyon kanalları açısından TİAK yapısı kapsamında rating ölçümü yapılmasının uygun bir ikamesi bulunmamaktadır.

1490 Yukarıda belirtilen nedenlerle TİAK tarafından rating ölçümü yapacak firmanın belirleneceği ihale süreci ve ihale sonrasında imzalanacak sözleşmenin süresi rating ölçüm pazarının rekabetçi yapıya sahip olması bakımından büyük önem taşımaktadır. Bu nedenle yapılacak ihale sonrasında belirlenecek firma ile imzalanacak sözleşmenin belirsiz süreli olması rating ölçümü pazarında rekabetin engellenmesi sonucunu doğurabilecek niteliktedir. Belirli pazarlarda rekabetçi yapının sağlanması ve pazarın rekabete kapanmamasının sağlanmasında alımların veya

sözleşmelerin ihale yoluyla gerçekleştirilmesi ve bu ihalelerin koşulları ile süreleri büyük önem taşımaktadır.

1500 Rekabet Kurulu 29.12.2006 tarih ve 06-96/1224-369 sayılı Türk Hava Yolları A.O. (THY) ile DoCo İstanbul Catering ve Restaurant Hizmetleri Tic. A.Ş. (DoCo) arasında gerçekleştirilen ortak girişim işlemine izin verilmesi hakkındaki kararında "...*THY'nin ikram hizmetleri alımını bildirme konu işlemten önce yaptığı şekilde rekabetçi bir şekilde gerçekleştirmeye devam etmesi halinde işlem sonrasında ilgili pazarda ortaya çıkabilecek olası rekabet karşılı etkilerin önlenebileceği ve böylece bildirme konu işlem ile rekabeti önemli ölçüde azaltabilecek bir hakim durum yaratılmasının veya mevcut bir hakim durumun güçlendirilmesinin engellenebileceği düşünülmektedir.*" denilerek işlem sonrasında ilgili pazarın rekabetçi yapısının korunmasının önemi vurgulanmış ve bu doğrultuda THY'nin ikram hizmetleri alımlarının "Havayolu İkram Sözleşmesi" sonrasında ihale yoluyla yapılması sonucunu doğuracak şekilde söz

1510 konusu işleme "*THY'nin ikram hizmetleri alımlarını, ortak girişim ile yapılması öngörülen "Havayolu İkram Sözleşmesi"nin bitiminden itibaren rekabetçi şartlarda gerçekleştirilmesi koşuluyla*" izin verilmiştir.

Ayrıca ihaleler sonucunda yapılan sözleşmelerin uzun süreli olması ilgili pazarın rekabete kapatılmasına neden olabilir. Fransız Rekabet Otoritesi'nin 1 Ekim 2009 tarihli kararında Fransa Futbol Federasyonu'na ve Soci  t   Sportive isimli te  ebb  se aralarında anlaşma yapıldığı ve bu çerçevede federasyonun yayın haklarının pazarlanmasında rekabetin ortadan kaldırıldığı gerekçesiyle ceza verilmiştir. Kararda, sözleşmede yer alan münhasırlık, otomatik yenilenme ve sözleşmenin sona erdirilmesi durumunda ödenecek tazminatlara yönelik hükümler bulunması ile

1520 sözleşmelerin sona ermesinden çok önce sözleşmelerin uzatılmasının rekabete aykırı olduğu ifade edilmiş ve yayın haklarının elde edilmesinin rekabete açılmasının çok uzun süre (1985-2002 yılları arasında) engellendiği belirtilmiştir.

Türkiye uygulamasında ulusal televizyon kanallarının gelirlerinin önemli bir kısmını reklam gelirlerinin oluşturması ve televizyonların rating oranlarının reklamverenler tarafından televizyonlara verilecek reklamlar ile bu reklamlar için ödenecek ücretlerin belirlenmesindeki etkisi dikkate alındığında rating ölçüm pazarının rekabetçi bir yapıya sahip olmaması televizyon yayıncılığı pazarında da rekabetin engellenmesine neden olabilecek niteliktedir.

1530 Yukarıda yapılan değerlendirmeler ışığında; TAM hizmetinin tek bir firma tarafından temin edilmesinin dünya genelinde kabul gören ve etkinlik yaratan bir durum olduğu ve TİAK ile AGB arasında yapılan uzun süreli anlaşma nedeniyle piyasada rekabetin kısıtlandığına dair yeterli bilgi ve belge bulunmadığı dikkate alındığında, TİAK ve AGB hakkında geçmiş dönemlere ilişkin olarak soruşturma açılmasına gerek olmadığı, ancak TAM hizmetinin tek firmadan sağlandığı ve bu firma ile yapılacak uzun süreli anlaşmaların piyasaya yeni girişleri ve rekabetçi baskıyı engelleyebileceği göz önüne alındığında TİAK'a; TAM hizmetlerinin temini için yapılacak ihalelerin rekabetçi bir yapıda olması, ihale sonrası yapılacak anlaşmanın ise ölçüm piyasasını yeni girişlere kapatmayacak şekilde makul bir süre için yapılması hususlarının 4054 sayılı Kanun'un 9. maddesinin üçüncü fıkrası uyarınca Kurul görüşü olarak TİAK'a

1540 bildirilmesi gerektiği anlaşılmıştır.

Bu noktada üzerinde durulması gerekli olan bir diğer önemli konu ise TİAK'ın açmış olduğu ve halen sürecin devam etmekte olduğu yeni ihalenin durumudur. TİAK'a ilişkin değerlendirmede yer verildiği üzere TİAK'ın mevcut yapısı ve işleyişi rekabet ihlali doğurabilecek nitelikte olup, sakıncalı hususların yeniden düzenlenerek 90 gün

1550 içinde Kurum'a tevsik edilmesi gerektiği ifade edilmiştir. Bu durumda mevcut TİAK yapısı tarafından başlatılan ve sürdürülmekte olan ihale sürecinin de, TİAK'ın mevcut yapısının bir faaliyeti olması nedeniyle, değerlendirme kısmında rekabet ihlali olabilecek sayılan hususlarla aynı statüde ele alınması gerekmektedir. Çünkü mevcut yapısı itibarıyla Kanun'a aykırı olduğu düşünülen TİAK'ın, söz konusu yapıyla başlıca kuruluş amacı olan TAM hizmetinin sağlanmasına ilişkin olarak yapmış olduğu eylemlerinin de Kanun'a aykırı olabileceği kanaati oluşmuştur.

Bu tespitler ışığında mevcut ihale sürecinin devam ettirilmesi durumunda Kurul'un konu hakkında Kanun kapsamında işlem başlatacağı ve bu konunun yukarıda yer verilen değerlendirmeler dikkate alınarak TİAK'ın mevcut yapısındaki sakıncaların ortadan kaldırılmasından sonra ele alınması gerektiği hususlarının, 4054 sayılı Kanun'un 9. maddesinin üçüncü fıkrası uyarınca Kurul görüşü olarak TİAK yönetimine bildirilmesi gerektiği sonucuna varılmıştır.

I.5.4. RTÜK ve Televizyon İzleme Araştırmaları İlişkisi

1560 Şikayetçi yaptığı başvuruda, RTÜK'ün, 3984 sayılı Kanun ve RTÜK Teşkilatı Kuruluş ve Görev Yönetmeliği'nden doğan televizyon izleme oranlarını ölçme işlemlerini yapmak, yayın araştırmasına yönelik ölçümün gerçekleştirilmesini teminen gerekli sistemleri planlamak ve bu tespitlerini açıklamak görevlerini yerine getirmesinden dolayı Rekabet Kurulu'nun, RTÜK'ün faaliyetlerinin inceleme altına alınarak, 4054 sayılı Kanun'un 27. maddesi gereğince görüş bildirilmesini talep etmiştir.

1570 4054 sayılı Kanun'un 27. maddesi Kurul'un görev ve yetkilerini düzenlemektedir. Bu madde kapsamında ilgili mevzuatta kendisine verilen görevleri yerine getirmemesinden ötürü başka kamu kurum ve kuruluşlarının faaliyetlerini inceleme altına alma hususunun Kurul'un görev ve yetkileri kapsamı dışında kaldığı, ancak ilgili kamu kurum veya kuruluşunun talebi halinde Kurul'un, görev ve yetki alanına giren konularda görüş bildirmesinin, kamu kurumlarının işbirliği içinde çalışması açısından gerçekleştirilecek bir durum olduğu düşünülmektedir.

J. SONUÇ

Düzenlenen rapora ve incelenen dosya kapsamına göre;

1. AGB Türkiye tarafından tercih edilen usul ve araçların yeterliliği mahfuz olmak koşuluyla izleme ölçümlerinde yapmış olduğu yanlış ölçüm ve usulsüzlükler yoluyla Türkiye Radyo Televizyon Kurumu Genel Müdürlüğü'nün faaliyetlerini zorlaştırdığına dair herhangi bir bilgi ve belgeye ulaşılamamış olması nedeniyle AGB Türkiye hakkında 4054 sayılı Kanun'un 41. maddesi kapsamında soruşturma açılmasına gerek olmadığına,
- 1580 2. TİAK'ın 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesinde zikredilen belirli bir mal veya hizmet piyasasında doğrudan veya dolaylı olarak rekabeti engelleme, bozma ya da kısıtlama etkisini doğurabilecek nitelikte bir teşebbüs birliği olduğuna,
3. Ancak bu aşamada Uluslararası Reklamcılık Derneği (IAA) ve TİAK'ı oluşturan teşebbüs ve teşebbüs birlikleri hakkında 4054 sayılı Kanun'un 41. maddesi kapsamında soruşturma açılmasına gerek olmadığına,
4. TİAK ve AGB Türkiye arasında uzun süreli anlaşma yapılmak suretiyle rekabetin bozulduğuna dair yeterli bilgi ve belgenin olmaması dikkate alındığında, TİAK hakkında bu iddiaya ilişkin olarak Kanun'un 4. ve 6. maddeleri kapsamında soruşturma açılmasına gerek olmadığına,

- 1590 5. a) Mevcut yapıya ilişkin olarak var olan tereddütleri giderici değişikliklerin yapılarak gerekçeli kararın tebliğinden itibaren 90 gün içinde Kurum'a tevsik edilmesi; aksi takdirde TİAK'ı oluşturan teşebbüs ve teşebbüs birlikleri hakkında 4054 sayılı Kanun çerçevesinde işlem başlatılacağı,
- b) Mevcut ihale sürecinin devam ettirilmesi durumunda IAA ve TİAK hakkında Kanun kapsamında işlem başlatılacağı ve yeni ihale konusunun TİAK'ın yapısındaki sakıncaların ortadan kalktığı Kurul tarafından tespit edilmesinden sonra ele alınması gerektiği,
- c) Televizyon İzleme Ölçümü hizmetlerinin temini için yapılacak ihalelerin rekabetçi bir yapıda olması, sağlayıcı ile yapılacak anlaşmanın ise ölçüm piyasasını yeni girişlere kapatmayacak şekilde makul bir süre için yapılması
- 1600 hususlarının, IAA ve TİAK yönetimine bildirilmesine yönelik olarak 4054 sayılı Kanun'un 9. maddesinin üçüncü fıkrası uyarınca görüş yazısı gönderilmesi hususunda Başkanlığın görevlendirilmesine

OYBİRLİĞİ ile karar verilmiştir.

1610