

Rekabet Kurumu Başkanlığından,

REKABET KURULU KARARI

Dosya Sayısı : 2013-2-18 (Devralma)
Karar Sayısı : 13-46/599-267
Karar Tarihi : 18.07.2013

A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER

Başkan : Prof. Dr. Nurettin KALDIRIMCI
Üyeler : Kenan TÜRK, Doç. Dr. Mustafa ATEŞ,
İsmail Hakkı KARAKELLE, Reşit GÜRPINAR, Fevzi ÖZKAN

B. RAPORTÖRLER : Aydın ÇELEN, Gözde KARABEL

C. BİLDİRİMDE

BULUNAN

: - Ströer Media AG
Temsilcileri: Av. Gönenç GÜRKAYNAK, Ayşe GÜNER,
Av. Ceren ÖZKANLI
Çitlenbik Sok. No:12 Yıldız Mah. Beşiktaş 34349 İstanbul

- (1) **D. DOSYA KONUSU: Ballroom International CEE Holding GmbH'nin %53,4 oranında hissesinin Ströer Media AG tarafından devralınması işlemine izin verilmesi talebi.**
- (2) **E. DOSYA EVRELERİ:** Kurum kayıtlarına 02.07.2013 tarih ve 4028 sayı ile giren bildirim üzerine düzenlenen 15.07.2013 tarih ve 2013-2-18/Öİ sayılı Devralma Ön İnceleme Raporu görüşülerek karara bağlanmıştır.
- (3) **F. RAPORTÖR GÖRÜŞÜ:** İlgili raporda, bildirim konusu işleme izin verilmesinde sakınca bulunmadığı ifade edilmiştir.

G. İNCELEME VE DEĞERLENDİRME

- (4) Bildirim konusu işlem, Ballroom International CEE Holding GmbH (Ballroom)'nin %53,4 oranındaki hissesinin Ströer Media AG (Ströer) tarafından devralınmasına ilişkindir.
- (5) Ballroom'un işlem öncesi hissedarları; Lijaco GmbH (Lijaco), EVF I Investment S.a.r.l. (EVF), Medya Pazarlama Evi Reklam ve Danışmanlık A.Ş., István Sopov, Balázs Sziva ve Balázs Gandera'dan oluşmaktadır. Devir neticesinde Ströer, Ballroom üzerinde tek başına kontrol sahibi olacağından, anılan işlem 2010/4 sayılı Rekabet Kurulundan İzin Alınması Gereken Birleşme ve Devralmalar Hakkında Tebliğ (2010/4 sayılı Tebliğ)'in 5. maddesinin birinci fıkrası kapsamında bir devralma işlemidir. Ayrıca, tarafların cirolarının aynı Tebliğ'in 7. maddesinde öngörülen eşikleri aşması sebebiyle, işlem Rekabet Kurulu iznine de tabidir.
- (6) Ballroom'un sunmuş olduğu ürün ve hizmetler; arama motoru pazarlaması, görüntü ve video reklamları, reklam sunucu teknolojileri ve gerçek zamanlı açık artırma sistemleridir. Ballroom Türkiye'de; Reklamz İnternet Reklam Hizmetleri ve Bilişim Teknolojileri A.Ş., SEM İnternet Reklam Hizmetleri ve Danışmanlık A.Ş., Linkz İnternet Reklam ve Bilişim Teknolojileri A.Ş., Vidyoda Medya ve Reklam Hizmetleri A.Ş., İnternet BillBoard ve BBelements unvanlı iştirakleri vasıtasıyla online reklamcılık hizmetleri alanında faaliyet göstermektedir.
- (7) Ströer çoğunlukla ev-dışı medya ve şehir mobilyası pazarlaması alanında olmak üzere Alman pazarı odaklı olarak Avrupa Birliği'nde faaliyet göstermektedir. Ströer pek çok farklı tipte ev dışında kullanılan reklam mecrası sunmaktadır. Klasik posterler, bekleme alanlarındaki dijital reklamlar, toplu taşıma araçları ve şehir mobilyaları söz konusu alanların arasında sayılmaktadır. Ströer, Türkiye'de Türk iştirakleri vasıtasıyla faaliyet göstermektedir. Bu iştiraklerin başında Ströer Kentvizyon Reklam Pazarlama A.Ş. (Ströer

13-46/599-267

Kentvizyon) gelmektedir. Ströer Kentvizyon, Türkiye’de açık hava reklam yerleri sağlanması alanında hizmet sunmaktadır.

- (8) Bildirim konusu işlem sonucunda Türkiye’de, hisseleri devredilen Ballroom’un açık hava reklam alanları sağlanması konusunda faaliyeti bulunmazken, devralan konumunda bulunan Ströer ise online reklam hizmetleri alanında faaliyet göstermemektedir. Dosya mevcudunda, Ströer’in yakın zamanda Almanya’da online görüntüleme esaslı reklam alanına girdiği ifade edilmiştir. Bununla birlikte bildirim konusu işlemin ekonomik gerekçesi olarak Ströer’in hızlı büyüyen bir sektör olan online reklamcılık sektöründeki işini Ballroom’un bu sektördeki bilgisinden yararlanarak büyütme ve performansını artırma gösterilmiştir.
- (9) Ballroom ve Ströer reklamcılık sektörünün iki ayrı segmenti olan online reklamcılık ve açık hava reklamcılığı alanlarında faaliyet göstermektedir. Bu doğrultuda ilgili pazarın her iki alanı da kapsar şekilde reklamcılık pazarı olarak ele alınması mümkündür. Diğer taraftan her iki pazarın ayrı pazarlar olarak belirlenmesi imkânı bulunmakla birlikte, gerek tarafların pazar payları, gerekse dosyanın kapsamı itibarıyla tek bir pazar üzerinden değerlendirme yapılmıştır.
- (10) Dosya mevcudu bilgilerden; tarafların reklamcılık pazarındaki payları toplamının 2012 yılı itibarıyla %(.)’i geçmediği, Türkiye Reklamcılar Derneği’nin araştırma verilerine göre 2012 yılında medya yatırım oranlarının dijital medya reklamcılığında %9, ev dışı reklamda ise %7 olarak gerçekleştiği, dolayısıyla gerek tarafların etkilenen pazardaki paylarının düşük olması gerekse faaliyet alanlarının reklamcılık pazarı içerisindeki payının düşük olması nedenleriyle bildirim konusu işlem sonucunda piyasada herhangi bir yoğunlaşma artışının ortaya çıkmayacağı kanaatine varılmıştır.

H. SONUÇ

- (11) Düzenlenen rapora ve incelenen dosya kapsamına göre; bildirim konusu işlemin 4054 sayılı Kanun’un 7. maddesi ve bu maddeye dayanılarak çıkarılan 2010/4 sayılı “Rekabet Kurulundan İzin Alınması Gereken Birleşme ve Devralmalar Hakkında Tebliğ” kapsamında izne tabi olduğuna; işlem sonucunda aynı Kanun maddesinde yasaklanan nitelikte hâkim durum yaratılmasının veya mevcut hâkim durumun güçlendirilmesinin ve böylece rekabetin önemli ölçüde azaltılmasının söz konusu olmaması nedeniyle işleme izin verilmesine OYBİRLİĞİ ile karar verilmiştir.