

Rekabet Kurumu Başkanlığından,

REKABET KURULU KARARI

Dosya Sayısı : 2008-2-186 (İlk inceleme)
Karar Sayısı : 08-58/927-373
Karar Tarihi : 16.10.2008

A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER

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

B. RAPORTÖR: Nur Seda KÖKTÜRK

C. ŞİKAYET EDEN :- Nihat EMEKSİZ
Narlıbahçe Sok. 12/1 Cağaloğlu/ İstanbul

D. HAKKINDA İLK İNCELEME

20 **YAPILAN :** - Hürriyet Gazetecilik ve Matbaacılık A.Ş.
Hürriyet Medya Towers 34544 Güneşli/ İstanbul

E.DOSYA KONUSU: Hürriyet Gazetesi'nin kupon karşılığı "Okuma Yazma Öğreniyorum" (okuma yazma seti) kampanyası sebebiyle aynı tür kitapların yayıncısı olan şikayetçinin ürünlerini satamayarak zarar gördüğü iddiası.

30 **F. İDDİALARIN ÖZETİ:** Başvuru dilekçesinde özetle; Hürriyet Gazetesi'nin 7.9.2008 tarihinde okuyucularına kupon karşılığı okuma yazma seti vereceğini duyurduğu kampanyanın, söz konusu setin eğitim ve öğretim amaçlı olması sebebiyle, 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 11. maddesinde belirtilen "kampanya kapsamındaki ürünlerin kültürel amaçlı olması gerektiği" yönündeki hükmüne aykırı olduğu iddia edilmektedir. Aynı tür kitap ve setlerin yayıncısı olan şikayetçi, Hürriyet'in kendi ürünlerinin emsali olan bir ürünü kupon karşılığı "bedava" dağıtması sebebiyle pazarda rekabet etme şansının kalmadığını ifade etmekte ve konu hakkında gereğinin yapılmasını talep etmektedir.

G. DOSYA EVRELERİ: Kurum kayıtlarına 8.9.2008 tarih ve 5917 sayı ile giren başvuru üzerine, 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un ilgili hükümleri çerçevesinde düzenlenen, 7.10.2008 tarih ve 2008-2-186/İİ-08-NSK sayılı İlk İnceleme Raporu, 10.10.2008, REK.0.06.00.00-110/314 sayılı Başkanlık önergesi ile 08-58 sayılı Kurul toplantısında görüşülerek karara bağlanmıştır.

40 **H. RAPORTÖRÜN GÖRÜŞÜ:** İlgili raporda; kampanya kapsamında dağıtılan ürünün eğitim amaçlı olduğuna ilişkin yapılan şikayetin 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun kapsamında olmadığı, piyasada faaliyet gösteren yayıncıların bahse konu kampanya sebebiyle zarar gördüğüne ilişkin şikayete ilişkin olarak ise 4054 sayılı Kanun kapsamında herhangi bir işlem tesis edilmesine gerek bulunmadığı ifade edilmiştir.

I. İNCELEME VE DEĞERLENDİRME

50 4077 sayılı Kanun'un 11. maddesinde "Sürelî yayın kuruluşlarınca düzenlenen ve her ne amaç ve şekilde olursa olsun, bilet, kupon, iştirak numarası, oyun, çekiliş ve benzeri yollarla sürelî yayın dışında ikinci bir ürün ve/veya hizmetin verilmesinin taahhüt edildiği durumlarda; kitap, dergi, ansiklopedi, afiş, bayrak, poster, sözlü veya görüntülü manyetik bant veya optik disk gibi sürelî yayıncılık amaçlarına aykırı olmayan kültürel ürünler dışında hiçbir mal ya da hizmetin taahhüdü ve dağıtımını yapılamaz. Bu amaçla kampanya düzenlenmesi halinde, kampanya süresi altmış günü geçemez. Kampanya konusu mal veya hizmet bedelinin bir bölümünün tüketici tarafından karşılanması istenemez.

60 Sürelî yayın kuruluşu, kampanyaya ait reklam ve ilanlarında, kampanya konusu mal veya hizmetin Türkiye genelinde teslim ve ifa tarihlerine ilişkin programını ilan etmek ve kampanya konusu mal veya hizmetin teslim ve ifasını, kampanyanın bitiminden itibaren otuz gün içinde yerine getirmek zorundadır.

Kampanya süresince, sürelî yayının satış fiyatı, ikinci ürün olarak verilmesi taahhüt edilen mal veya hizmetin yol açtığı maliyet artışı nedeniyle artırılamaz. Kampanya konusu mal veya hizmet taahhüdü ve dağıtımını bölünerek yapılamayacağı gibi, bu mal veya hizmetin ayrılmaz ya da tamamlayıcı parçaları da ayrı bir kampanya konusu haline getirilemez. Bu Kanunun uygulamasında, ikinci ürün olarak verilmesi taahhüt edilen her bir mal veya hizmete ilişkin işlemler bağımsız bir kampanya olarak kabul edilir.

70 Sürelî yayın kuruluşları tarafından düzenlenmeyen, ancak sürelî yayınla doğrudan veya dolaylı irtibatlandırılan kampanyalar da bu hükümlere tabidir." hükmü yer almaktadır. Söz konusu hükme göre kültürel amaçlı ürünlerin dağıtıldığı kampanyalar 4077 sayılı Kanun kapsamında izin verilen türden kampanyalardır. Bu sebeple, okuma yazma setinin kültürel amaçlı değil eğitim amaçlı olduğuna dair şikâyet hakkında 4054 sayılı Kanun kapsamında herhangi bir işlem yapılamayacağına karar verilmiş, şikâyetçinin Sanayi ve Ticaret Bakanlığı Tüketicinin ve Rekabetin Korunması Genel Müdürlüğü'ne başvurabileceği anlaşılmıştır.

80 Öte yandan Hürriyet'in yürüttüğü bahse konu kampanyanın, piyasada kampanya konusu ürünlerin muadilini üreten şikâyetçiyi zarara uğrattığı iddiasının rekabet hukuku açısından incelenmesi gerekmektedir. Bir teşebbüs davranışının 4054 sayılı Kanun bakımından ihlal olarak değerlendirilebilmesi için piyasada bulunan başka bir teşebbüsle rekabeti kısıtlayıcı bir anlaşma yapmış olması (4. madde) yahut piyasada hakim durumda bulunarak söz konusu hakim durumunu kötüye kullanması (6. madde) gerekmektedir. Hürriyet gazetesinin kupon karşılığı kampanyası tek taraflı bir eylem olduğundan söz konusu eylem, Hürriyet'in hakim durumda olması halinde, ancak bir kötüye kullanma iddiası kapsamında incelenebilecektir.

90 Tek taraflı herhangi bir teşebbüs davranışının ihlal olarak değerlendirilebilmesi için öncelikle bahse konu teşebbüsün faaliyet gösterdiği ilgili pazar tanımlanmalı ve bu pazarda hakim durumda olup olmadığı tespit edilmelidir. Gerek ilgili pazar tanımlanması gerekse hakim durum analizi detaylı inceleme gerektiren aşamalardır. Bu sebeple, ve değerlendirme üzerinde bir etkisi olmayacağı da göz önüne alınarak, Hürriyet gazetesinin ve/veya içerisinde yer aldığı ekonomik bütünlüğün hakim durumda olduğu varsayılacak ve şikâyet konusu eylemin kötüye kullanma olarak değerlendirilip değerlendirilemeyeceği incelenecektir.

Hürriyet gazetesinin şikâyeteye konu olan kampanyası, kupon karşılığı okuma yazma seti verilmesinden ibarettir ve tüketiciden gazete bedeli hariç herhangi bir ücret talep edilmemektedir. Öncelikle belirtilmesi gereken, bu kampanyanın Kanun'un 6. maddesinde örnek şeklinde sıralanan kötüye kullanma hallerinden "*belirli bir piyasadaki hakimiyetin yaratmış olduğu finansal, teknolojik ve ticari avantajlardan yararlanarak başka bir mal veya hizmet piyasasındaki rekabet koşullarını bozmayı amaçlayan eylemler*" kapsamında değerlendirilebileceğidir.

100

Yapılan araştırmadan kampanyanın 8.9.2008 tarihinde başladığı ve okuma yazma setine sahip olmak isteyenlerin 25 gün boyunca Hürriyet gazetesi olarak kuponları kesip biriktirmesi gerektiği anlaşılmıştır. Düzenli olarak Hürriyet gazetesi satın alan bir okuyucu için okuma yazma setine sahip olmanın (kupon biriktirmek ve bunları bayiye teslim etmek dışında) ekstra bir maliyeti olmamakla birlikte sadece bu sete sahip olmak için gazete satın alan bir kişi için maliyet 25 günlük toplam gazete bedelidir. Hürriyet gazetesi ve genel olarak tüm gazeteler kupon karşılığı benzeri kampanyalar düzenlemektedir. Bu kampanyaların gazete satışlarını arttırmak için düzenlenen promosyonlar olduğu, doğal olarak promosyon şeklinde verilen ürünlerin bulunduğu pazarlardaki rekabeti bozma amacı taşımadığı kanaatine varılmıştır.

110

Hürriyet gazetesi okuma yazma seti kampanyasını yalnızca 8 Eylül-3 Ekim 2008 tarihleri arasında verilen kuponları kesintisiz olarak biriktirmek şartıyla okuyucularına dağıtma taahhüdünde bulunmuştur. Şu kadar ki; kupon dağıtılan 25 günden birinde dahi Hürriyet gazetesi alamamış olmak kampanyadan yararlanamamayı da beraberinde getirmektedir. Ayrıca Hürriyet gazetesinin kupon karşılığı verdiği okuma yazma setine sahip olabilmek için belirli bir zamana gereksinim olması (burada 25 gün) ve okuyucunun söz konusu sete hemen sahip olamaması, yayınevleri tarafından satışa sunulan okuma yazma seti ile kupon karşılığı verilen arasında bir fark yaratmaktadır. Okuma yazma seti talep eden herhangi bir tüketici bu ürüne hemen sahip olabilmek isterse, tek seçeneği yayınevlerinin piyasaya sunduğu okuma yazma setlerinden satın almak olacaktır. Bu sebeple yayıncılık piyasasında faaliyet gösteren teşebbüslerin, okuma yazma seti açısından, piyasada rekabet edebilmeleri için yeterli zemin bulunmaktadır. Son olarak, yayıncı teşebbüsün tek faaliyetinin okuma yazma seti yayımlamak ve satmak olduğu düşünülemez; bir yayınevi geniş bir ürün portföyüne sahip olmakta ve birden çok yayını piyasaya sunmaktadır.

120

Yukarıda sayılan sebeplerle promosyon amaçlı düzenlenen tek bir ürüne ilişkin kampanyanın, yayıncının muadil ürünleri satamamasından kaynaklı olarak rekabet edememesi ve pazar dışına atılması sonucunu doğurmayacağı anlaşılmıştır.

130

J. SONUÇ

Düzenlenen rapora ve dosya kapsamına göre;

- 1- Hürriyet Gazetesi'nin okuma yazma seti kampanyasında dağıtılan ürünün eğitim amaçlı olduğu ve bunun da 4077 sayılı Kanun'un ihlali olduğu iddiasının 4054 sayılı Kanun kapsamında olmadığına,
- 2- Piyasada faaliyet gösteren okuma yazma seti yayıncılarının zarara uğradığı iddiasına ilişkin olarak ise herhangi bir işlem yapılmasına gerek bulunmadığına,

140

08-58/927-373

3- Şikayetin reddine

OYBİRLİĞİ ile karar verilmiŐtir.