

Rekabet Kurumu Başkanlığından,

REKABET KURULU KARARI

Dosya Sayısı : 2005-2-92 (Devralma)
Karar Sayısı : 05-78/1056-297
Karar Tarihi : 10.11.2005

A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER

Başkan : Mustafa PARLAK
Üyeler : Tuncay SONGÖR, Prof. Dr. Zühtü AYTAÇ,
Prof. Dr. Nurettin KALDIRIMCI, Süreyya ÇAKIN,
M. Akif ERSİN.

B. RAPORTÖRLER: Murat ÇETİNKAYA, Derya YENİŞEN,
Ali ARIÖZ, Bayram Ali GEÇGİL

C. BİLDİRİMDE

BULUNAN : - Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu

D. TARAFLAR

- Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu
Büyükdere Caddesi No:143 Esentepe/İstanbul
- CGS Televizyon ve Radyo Yayıncılığı Ticaret A.Ş.
Rıhtım Cad. NO:57 Beyoğlu/İstanbul
- Ciner Televizyon ve Radyo İşletmeciliği
Sanayi ve Ticaret A.Ş.
Barbaros Bulvarı Cam Han No:125 Kat:4 Beşiktaş/İstanbul

E. DOSYA KONUSU: Süper FM Ticari ve İktisadi Bütünlüğü'nün Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu tarafından satışına izin verilmesi talebi.

F. DOSYA EVRELERİ: Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu'nun (TMSF) Kurum kayıtlarına 10.8.2004 tarih, 4422 sayı ile intikal eden başvurusunda yönetim ve denetimini devraldığı Uzan Grubu şirketlerinin satış sürecini danışman firmalar ile birlikte sürdürdüğü ve bu kapsam dahilinde anılan gruba dahil olan Star medya şirketleri için satış ihalesi öncesine ilişkin başvuru yapıldığı belirtilerek; söz konusu başvurunun 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun ve Rekabet Kurulu'ndan İzin Alınması Gereken Birleşme ve Devralmalar Hakkında 1997/1 sayılı Tebliğ hükümleri ile Özelleştirme Yoluyla Devralmaların Hukuki Geçerlilik Kazanabilmeleri İçin Rekabet Kurumuna Yapılacak Ön Bildirimlerde ve İzin Başvurularında Takip Edilecek Usul ve Esaslar Hakkında 1998/4 sayılı Tebliğ hükümleri çerçevesinde incelenmesi talep edilmiştir. Başvuruya ilişkin olarak hazırlanan Kurum Mesleki Daire görüşü, 30.9.2004 tarih ve B.50.0.REK.0.06.00.00/462 sayıyla TMSF Başkanlığına gönderilerek 1998/4 sayılı Tebliğ'in 4. maddesi uyarınca görüşlerinin gönderilmesi talep edilmiştir. TMSF tarafından oluşturulan görüş ise, 15.10.2004 tarih ve 5817 sayı ile Kurum kayıtlarına girmiştir. TMSF'nin söz konusu görüşünün Kurum'a intikal etmesi ertesinde, 1998/4

sayılı Tebliğ'in 4. maddesi uyarınca Rekabet Kurulu görüşünün oluşturulması ile ilgili Kurulun 27.10.2004 tarih ve 04-69/981-M sayılı toplantısında;

"1. Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu (TMSF) tarafından yönetim ve denetimi devralınan Uzan Grubuna dahil Star medya şirketlerinin cebri icra yoluyla satışına ilişkin olarak bu aşamada herhangi bir ön koşul tespitine gerek bulunmadığı;

2. Devir işlemi hangi yöntemle gerçekleştirilirse gerçekleştirilsin, alıcı adayları belli olduktan sonra 1998/4 sayılı Tebliğ'in 5. maddesi uyarınca yapılacak değerlendirmede 4054 sayılı Kanun'un ilgili maddelerine aykırılıklar ve sakıncalar belirlenmesi halinde, devirle ilgili koşul ve yükümlülükler getirilebileceği veya devre izin verilmeyebileceği, dolayısıyla bu hususun ihaleye katılacak teşebbüsün/teşebbüslerin bilgisine sunulması bakımından ihale şartnamesinde belirtilmesinin gerekli olduğu"

yönünde oluşan Kurul görüşü, 2.11.2004 tarihinde TMSF'ye bildirilmiştir. Söz konusu teşebbüsün satış ihalesi 21.9.2005 tarihinde gerçekleştirilmiş ve ihalede en yüksek teklifi veren iki muhtemel alıcının bildirim formları TMSF tarafından gönderilen yazı ile Kurum kayıtlarına 27.9.2005 tarihinde intikal etmiştir. Bildirim formlarında eksiklikler bulunması nedeniyle teşebbüslerden ve TMSF'den bilgi ve belge talebinde bulunulmuş, söz konusu talepler 1.11.2005 tarihinde karşılanmıştır. Dolayısıyla bildirim tarihi olarak 1.11.2005 esas alınmıştır. Başvuru konusu işlem ile ilgili Devralma Ön İnceleme Raporu, 7.11.2005 tarih ve REK.0.06.00.00-120/183 sayılı Başkanlık önergesi ile 05-78 sayılı Kurul toplantısında görüşülerek karara bağlanmıştır.

G.RAPORTÖRLERİN GÖRÜŞÜ: İlgili raporda, İhalede en yüksek iki teklifi veren CGS Televizyon ve Radyo Yayıncılığı A.Ş. veya Ciner Televizyon ve Radyo İşletmeciliği Sanayi ve Ticaret A.Ş.'nin Süper FM'i devralması işleminin, 1998/2 sayılı Tebliğ ile değişik 1997/1 sayılı Tebliğ'de öngörülen eşikleri aşmaması nedeniyle, ilgili Tebliğ çerçevesinde Rekabet Kurulu'nun iznine tabi bir devralma işlemi olmadığı ifade edilmiştir.

H. İNCELEME VE DEĞERLENDİRME

H.1. İlgili Pazar

H.1.1. İlgili Ürün Pazarı

Bilginin üretimi ve ulusal ve uluslararası toplumda yayılmasında önemli yere sahip bir sektör olan medya sektöründe çeşitli iletişim araçları kullanılmaktadır. Gazete ve dergilerden oluşan yazılı basın ve televizyon ve radyo gibi elektronik medyanın yanı sıra gelişen teknolojinin kullanıldığı bilgisayar bazlı medya platformları da mevcuttur.

Yukarıda yer verilen medya araçları arasında televizyonlar ve radyolar ulaşabildikleri hedef kitle açısından ön plana çıkmaktadır. Geniş bir kitleye ulaşabilen bu araçlar etkili reklam yerleridir. Bu iki medya aracının en büyük gelirleri de reklam ve sponsorluk gelirleridir.

Türkiye'de yayın yapan radyo kanalları genel olarak Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (RTÜK) tarafından Yayın Alanı (Ulusal, Bölgesel, Yerel), Yayın İçeriği (arabesk-fantezi, pop, klasik, sanat müziği, halk müziği ve rock gibi) ve Yayın Şekli(karasal, kablolu, uydu yayını) açısından sınıflandırılmaktadır.

tarafından tüketilmekte ise de, ngi bir bedel ödememektedirler. gelirlerini maksimize etme yarışReklamveren teşebbüsler ürünlerinin ya da hizmetlerinin satın alınmasını

sağlamak için tüketicileri bilgilendirmek ve tüketici gözünde ürün veya hizmetlerinin bilinirliğini artırmak istemektedirler. Bu amaca yönelik olarak, çeşitli mecralar aracılığıyla ürün ya da hizmetlerini tanıtan yapmaktadırlar. Günümüz teknolojisinde kitlelere ulaşılabilirlik oranı ve kitleleri etkileyebilme gücü göz önüne alındığında radyolar, televizyon ve gazetelerden sonra reklamverenler için önemli bir mecrayı teşkil etmektedir.

Reklamveren kuruluşlar, hedef kitlelerine göre, hangi radyoda, ne zaman ve nasıl bir bütçe ile yayınlanacağını planlamasını da genellikle medya satın alma ve planlama şirketlerine yaptırmaktadırlar. Reklamverenler aracılığı ile hedef kitlelerine maksimum düzeyde ulaşabilmek için, kısıtlı bütçelerini en iyi biçimde kullanmayı amaçlamakta, bu amaca yönelik olarak da, hedef kitleye en uygun dinleyici profiline sahip olan radyolar içerisinde dinlenme payı en fazla olanı/olanları tercih etmektedir. Bu nedenle reklamverenler reklam harcamalarını, özellikle HTP tarafından ölçülüp raporlanan 'ulusal yayın yapan' radyo kanallarına yönlendirmektedirler. Ancak, özellikle müşterileri bir bölge ya da daha dar bir alanla sınırlı olan teşebbüsler, reklamlarının, söz konusu bölge ya da alandaki bölgesel/yerel radyolarda yayınlanmasını tercih etmektedirler. İstanbul, Ankara ve İzmir gibi büyükşehirlerde yayın yapan bölgesel/yerel radyolar ise, daha geniş bir nüfusa ulaştıkları için ulusal çapta müşterileri olan daha büyük teşebbüslerden de reklam alabilmektedirler.

Reklamverenlerin yanı sıra müzik yapımcıları için de, özellikle devamlı müzik yayını yapan televizyon ve radyo kanalları, ürünlerini tüketicilere ulaştırmak için önemli bir yere sahiptir. Türkiye'de yayın yapan birçok radyo kanalının ana içeriğini müzik yayını oluşturmaktadır. Bazı radyo kanallarında pop müzik yayını ağırlıklı olarak yapıldığı gibi bazılarında sanat müziği, halk müziği ya da arabesk-fantezi müzik yayını öne çıkmaktadır. Esas olarak müzik yayını yaparak dinleyici toplayan radyo kanallarına içerik sağlayan müzik yapımcıları için, yaptıkları müziklerin yayınlandığı radyoların dinlenme oranları önem arz etmektedir. Dinlenme oranı yüksek olan radyolarda yayınlanan müzikler daha geniş kitlelere ulaşabilmekte, kaset ve cd satışları artabilmektedir. Radyolar da daha çok dinleyiciye ulaşmak için yayın içeriği oluştururken en çok dinlenen müzikleri seçmektedirler.

Dosya konusu işlem, Süper FM'in devrini öngörmesi nedeniyle, işlem sonucunda etkilenen pazarlar Süper FM'in faaliyet gösterdiği pazarlar olacaktır. Süper FM ulusal bazda ve % 75 Türkçe pop, %25 fantezi müzik yayını yapmaktadır.

Bu bölüme kadar yer verilen açıklamalar ve Süper FM tarafından sunulan hizmetler dikkate alındığında, yayın alanı ve reklamveren tercihleri açısından ulusal yayın yapan radyo kanallarının diğer kanallardan farklı bir kategori oluşturdukları anlaşılmaktadır. Bu çerçevede reklam yeri olarak tanımlanan ürünün alım-satımının yapıldığı pazar, "ulusal yayın yapan radyo kanalları reklam yeri pazarı" olarak belirlenmiştir.

H.1.2. İlgili Coğrafi Pazar

İlgili ürün pazarında faaliyet gösteren radyo kanallarının yayınları ile ulaşılacak istenen ve reklamlara konu olan mal ve hizmetlerin satımı ve dağıtımında hedeflenen pazarın yurt geneli olması nedeniyle ilgili coğrafi pazar "Türkiye Cumhuriyeti sınırları" olarak belirlenmiştir.

H.2. Taraflar Hakkında Bilgi

H.2.1. CGS Televizyon ve Radyo Yayıncılığı Ticaret A.Ş. (CGS A.Ş.)

Süper FM Ticari ve İktisadi Bütünlüğü'nün satışına ilişkin yapılan ihalenin sonucunda CGS A.Ş. en yüksek teklif veren katılımcı olarak belirlenmiştir. Bildirim formunda verilen bilgiler ışığında, CGS A.Ş.'nin hissedarlık yapısının aşağıdaki gibi olduğu anlaşılmaktadır.

Tablo 1: CGS A.Ş.'nin Hissedarlık Yapısı

Hissedar	Hisse Adedi	Yaklaşık Hisse Oranı(%)
CGS NZ TV Shareholding BV	(...)	(...)
Turkcom İletişim Hizmetleri AŞ	(...)	(...)
Fatih AKOL	(...)	(...)
Ayşegül BENSEL	(...)	(...)
Serdar KIRMAZ	(...)	(...)
Toplam	(...)	(...)

Tablodan anlaşılacağı üzere CGS A.Ş., Turkcom İletişim Hizmetleri A.Ş. (Turkcom) tarafından kontrol edilmektedir. Turkcom'un hissedarlık yapısı ise aşağıdaki gibidir:

Tablo 2: Turkcom'un Hissedarlık Yapısı

Hissedar	Hisse Adedi	Yaklaşık Hisse Oranı (%)
Ayşegül Bensele	(...)	(...)
Gamze Karlıdağ	(...)	(...)
Ahmet Levent Celepçi	(...)	(...)
Mert Engindeniz	(...)	(...)
Fatih Akol	(...)	(...)
Toplam	(...)	(...)

Bildirim Formu'nda belirtildiği üzere, Turkcom'un hissedarları Türkiye Cumhuriyeti vatandaşı gerçek kişiler olup, bu kişilerin "Radyo Yayıncılığı" ile ilgili herhangi bir faaliyeti bulunmamaktadır. Ancak, Kurum kayıtlarına 6.10.2005 tarih ve 7038 sayı ile giren yazıda, Turkcom'un TMSF tarafından satışa çıkarılan Uzan medya varlıklarının ihalelerine katılmak üzere kurulan 5 şirkete ana hissedar olarak iştirak ettiği belirtilmiştir. Bu şirketlerden Pasifik Televizyon ve Radyo Yayıncılığı Ticaret A.Ş. (Pasifik), Metro FM Ticari ve İktisadi Bütünlüğü'nün satışı için yapılan ihalede en yüksek teklifi veren teşebbüstür. CGS A.Ş.ve Pasifik A.Ş.'nin Yönetim Kurullarında aynı kişiler (3 kişi) bulunmaktadır. Bu iki şirketin kontrolü Turkcom'da, dolayısıyla aynı gruptadır. Turkcom'un ana hissedar olarak iştirak ettiği diğer şirketler ise Galata Televizyon ve Radyo Yayıncılığı Ticaret A.Ş., Haliç Televizyon ve Radyo Yayıncılığı Ticaret A.Ş. ve Karaköy Televizyon ve Radyo Yayıncılığı Ticaret A.Ş.'dir. Söz konusu üç şirketin halihazırda herhangi bir faaliyeti bulunmamaktadır.

H.2.2. Ciner Televizyon ve Radyo İşletmeciliği Sanayi ve Ticaret A.Ş.

(Ciner A.Ş.)

Ciner A.Ş.'nin %(...) hissesine Merkez Yayın Holding A.Ş. sahiptir. Dolayısıyla Merkez A.Ş. Ciner Grubu'nun kontrolündedir.

Merkez Yayın Holding A.Ş.'nin iştiraki olan Merkez Televizyon A.Ş.'nin "Radyo Marmara" adıyla yayın yapan radyo kanalı; Yeni Yayıncılık Prodüksiyon ve Telekomünikasyon Sanayi Ticaret A.Ş.'nin "Yeni Radyo" logosuyla yayın yapan

radio kanalı ve Merkez ATV Televizyon Prodüksiyon A.Ş.'nin "Radio City" adıyla yayın yapan radyo kanalı bulunmaktadır.

Söz konusu 3 radyonun kontrolü fiilen %(....) hisse ile Merkez Yayın Holding A.Ş.'ye, dolayısıyla Ciner Grubu'na aittir.

H.3. Değerlendirme

H.3.1. İşlemin Niteliği Açısından Değerlendirme

TMSF tarafından Süper FM Ticari ve İktisadi Bütünlüğü'nün satışı işlemi, Süper FM'e tahsis edilmiş frekansın kullanım hakkının, çeşitli yayın lisanslarının, tüm ekipman ve donanımın ve sözleşmelerin, dolayısıyla Süper FM'in işletilmesine ilişkin tüm maddi ve gayri maddi malların alıcı tarafa geçmesi ve bu şekilde alıcının Süper FM üzerinde belirleyici etki uygulama olanağına sahip olması, başka bir deyişle Süper FM'in kontrolünü devralması nedeniyle, 1997/1 sayılı Tebliğ'in 2. maddesinin "*herhangi bir teşebbüsün ya da kişinin diğer bir teşebbüsün malvarlığını yahut ortaklık paylarının tümünü veya bir kısmını ya da kendisine yönetimde hak sahibi olma yetkisi veren araçları devralması veya kontrol etmesi*" şeklindeki b bendi kapsamına giren bir devralma işlemidir.

H.3.2. İşlemin Bildirimi Açısından Yapılan Değerlendirme

1998/2 sayılı Tebliğ ile değişik 1997/1 sayılı Tebliğ'in, 4. maddesinde, "*Bu Tebliğ'in 2. maddesinde belirtilen bir birleşme veya devralma sonucunda birleşmeyi veya devralmayı gerçekleştiren teşebbüslerin, ülkenin tamamında veya bir bölümünde ilgili ürün piyasasında, toplam pazar paylarının, piyasanın % 25'ini aşması halinde veya bu oranı aşmasa bile toplam cirolarının yirmi beş trilyon Türk Lirasını aşması halinde Rekabet Kurulu'ndan izin almaları zorunludur.*" hükmü yer almaktadır.

Bildirim formunda, Süper FM'in satışı için açılan ihalede en yüksek teklifi veren CGS A.Ş.'nin, 'Radyo Yayıncılığı' alanında herhangi bir faaliyetinin bulunmadığı ifade edilmiştir. Ancak bu şirketin %(....) hissesine sahip olan CGS NZ TV Shareholding BV'nin yurtdışında medya sektöründe faaliyetleri bulunmakla birlikte, söz konusu şirketin Türkiye'de herhangi bir faaliyeti bulunmamaktadır.

TMSF tarafından Kuruma gönderilen "Star Radyoları Potansiyel Alıcılara Yönelik Tanıtım Kitapçığı"nda, Süper FM'e ilişkin olarak reklam gelirleri, dinlenme oranları ve sektörel bazı bilgiler bulunmaktadır. Söz konusu kitapçıkta yer alan bazı bilgiler aşağıdaki gibidir:

Tablo 3: Türkiye'de Net Reklam Harcamalarının Araçlara Dağılımı

Yıllar	2000		2001		2002		2003		2004	
	Milyon \$	Pay	Milyon \$	Pay	Milyon \$	Pay	Milyon \$	Pay	Milyon \$	Pay
TV	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
Basın	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
Açık hava	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
Radyo	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)

Sinema	(...)	(...)	(...)	(...)	(...)	(...)	(...)	(...)	(...)	(...)
Aratoplam	(...)	(...)	(...)	(...)	(...)	(...)	(...)	(...)	(...)	(...)
Diğer	(...)	(...)	(...)	(...)	(...)	(...)	(...)	(...)	(...)	(...)
Toplam	(...)	(...)	(...)	(...)	(...)	(...)	(...)	(...)	(...)	(...)

Tablo 4: En Çok Dinlenen İlk 10 Ulusal Radyo

Radyo İstasyonu	2004 Mart Dinlenme Payı	Radyo İstasyonu	2005 Mart Dinlenme Payı
Kral FM	17,37	Kral FM	19,56
Süper FM	15,45	Süper FM	12,90
TRT FM	6,49	Radyo Tatlıses	5,12
Alem FM	5,68	Show Radyo	5,06
Radyo Tatlıses	4,88	Metro FM	4,92
Metro FM	4,52	TRT FM	4,78
Best FM	4,46	Alem FM	4,64
Show Radyo	4,39	Power Türk	4,62
Radyo D	3,75	Radyo D	3,99
Power FM	3,31	Radyo Viva	3,80
Toplam	70,30	Toplam	69,39

Tablo 5: Süper FM Reklam Gelirleri

Yıllar	2002			2003			2004			2005		
	Dış	Grup	Toplam	Dış	Grup	Toplam	Dış	Grup	Toplam	Dış	Grup	Toplam
Bin \$	(...)	(...)	(...)	(...)	(...)	(...)	(...)	(...)	(...)	(...)	(...)	(...)

Tablo 6: Metro FM Reklam Gelirleri

Yıllar	2002			2003			2004			2005		
	Dış	Grup	Toplam	Dış	Grup	Toplam	Dış	Grup	Toplam	Dış	Grup	Toplam
Bin \$	(...)	(...)	(...)	(...)	(...)	(...)	(...)	(...)	(...)	(...)	(...)	(...)

Yukarıdaki tablolarda yer alan bilgilere bakıldığında Süper FM'in 2004 ve 2005 yıllarında sırasıyla %(...) ve %(...) dinlenme oranı bulunmaktadır. Son üç yılın reklam gelirlerine bakıldığında ise Süper FM'in:

- Radyoların reklam gelirlerinin (...) milyon ABD Doları olduğu 2002 yılında yaklaşık (...) milyon ABD Doları reklam geliri elde ederek radyoların toplam reklam gelirin yaklaşık %(...)'sini elde ettiği,
- Radyoların reklam gelirlerinin (...) milyon ABD Doları olduğu 2003 yılında yaklaşık (...) milyon ABD Doları reklam geliri elde ederek radyoların toplam reklam gelirin yaklaşık %(...)'ini elde ettiği,

- Radyoların reklam gelirlerinin (....) milyon ABD Doları olduğu 2004 yılında yaklaşık (....) milyon ABD Doları reklam geliri elde ederek radyoların toplam reklam gelirinin yaklaşık %(....)'sını elde ettiği

anlaşılmaktadır. Dolayısıyla pazar payının tespiti için dinlenme oranı ya da reklam geliri payı dikkate alındığında, Süper FM'in pazar payı her iki durumda da "Tebliğ"de öngörülen "%25" eşliğini geçmemektedir.

Süper FM'in de dahil olduğu Star Grubu radyolarının 2004 yılındaki gelirlerinin toplamının tanıtım kitapçığında belirtildiği üzere (....) ABD Doları olduğu göz önüne alındığında, sadece Süper FM'in cirosunun "Tebliğ"de öngörülen "25 trilyon TL" eşliğini aşmayacağı anlaşılmaktadır.

Bununla birlikte, Süper FM'in satışı için yapılan ihalede en yüksek fiyatı veren CGS A.Ş. ile Metro FM için yapılan ihalede en yüksek fiyatı veren Pasifik A.Ş.'nin yönetim kurullarında bulunan kişilerin aynı olması nedeniyle, söz konusu iki radyonun kontrolü aynı gruba ait olacaktır. Dolayısıyla eşikler için değerlendirme yapılırken Süper FM ve Metro FM'in pazar payları ve cirolarının toplamına bakılması gerekmektedir. Yukarıda yer verilen tablolara bakıldığında;

- 2004 yılında Süper FM ve Metro FM'in toplam dinlenme oranının %19,97,
- 2005 yılında Süper FM ve Metro FM'in toplam dinlenme oranının %17,82,
- Radyoların reklam gelirlerinin (....) milyon ABD Doları olduğu 2002 yılında, Süper FM ve Metro FM'in yaklaşık (....) milyon ABD Doları reklam geliri elde ederek radyoların toplam reklam gelirinin yaklaşık %(....)'ini elde ettiği,
- Radyoların reklam gelirlerinin (....) milyon ABD Doları olduğu 2003 yılında her iki radyonun yaklaşık (....) milyon ABD Doları reklam geliri elde ederek radyoların toplam reklam gelirinin yaklaşık %(....)'unu elde ettiği,
- Radyoların reklam gelirlerinin (....) milyon ABD Doları olduğu 2004 yılında ise her iki radyonun yaklaşık (....) milyon ABD Doları reklam geliri elde ederek radyoların toplam reklam gelirinin yaklaşık %(....)'ünü elde ettiği

görülmektedir. Dolayısıyla söz konusu iki radyonun toplam dinlenme oranları ve reklam gelirleri hesaplanarak elde edilen pazar payları "Tebliğ"de öngörülen "%25" eşliğini aşmamaktadır. Daha önce de belirtildiği gibi Star Grubu radyolarının toplam cirosu dahi 25 trilyon TL ciro eşliğini geçmemektedir.

Bildirim formlarında yer alan bilgiler dikkate alındığında, Süper FM'in satışı için açılan ihalede en yüksek ikinci teklifi veren Ciner A.Ş.'nin ve bu grubu oluşturan şirket ve kişilerin, ilgili pazarlarda faaliyet gösteren 'Radio City' isimli radyo kanalının bulunduğu görülmektedir. Yine aynı gruba ait olan 'Radyo Marmara' ve 'Yeni Radyo' isimli radyo kanalları ise bölgesel/yerel yayın yaptıkları için değerlendirme içinde yer almayacaktır. Yukarıda yer alan tablolarda görüldüğü gibi ulusal yayın yapan 'Radio City'nin %0,31 dinlenme oranı bulunmaktadır. Dolayısıyla söz konusu grubun Süper FM'i alması durumunda "Tebliğ"de ifade edilen her iki eşik de aşılmayacaktır.

Bu nedenle, Süper FM'in satışı için yapılan ihalede en yüksek teklifi veren iki teşebbüs için yapılan değerlendirme sonucunda, "Tebliğ"de öngörülen eşiklerin aşılmaması nedeniyle söz konusu işlemin, ilgili Tebliğ çerçevesinde Rekabet Kurulu'nun iznine tabi bir devralma işlemi olmadığı anlaşılmaktadır.

I. SONUÇ

Düzenlenen rapora ve incelenen dosya kapsamına göre;

Süper FM Ticari ve İktisadi Bütünlüğü için yapılan ihalede en yüksek teklif sahipleri olan CGS Televizyon ve Radyo Yayıncılığı A.Ş. ile Ciner Televizyon ve Radyo İşletmeciliği Sanayi ve Ticaret A.Ş. için Rekabet Kurumu'na yapılan izin başvurusunun 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun ve 1998/2 sayılı Tebliğ ile değişik 1997/1 sayılı Rekabet Kurulu'ndan İzin alınması gereken Birleşme ve Devralmalar Hakkında Tebliğ hükümleri doğrultusunda incelenmesi neticesinde;

Bildirim konusu işlemin 4054 sayılı Kanun'un 7. maddesi ve 1998/2 sayılı Tebliğ ile değişik 1997/1 sayılı Tebliğ kapsamında izne tabi olmadığına OYBİRLİĞİ ile karar verilmiştir.