

**Rekabet Kurumu Başkanlığından,**

**REKABET KURULU KARARI**

**Dosya Sayısı** : 2005-2-97 (Devralma)  
**Karar Sayısı** : 05-77/1040-291  
**Karar Tarihi** : 1.11.2005

**A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER**

**Başkan** : Mustafa PARLAK  
**Üyeler** : Tuncay SONGÖR, Prof. Dr. Zühtü AYTAÇ,  
Rıfki ÜNAL, Prof. Dr. Nurettin KALDIRIMCI,  
M.Sıraç ASLAN, Süreyya ÇAKIN, Mehmet Akif ERSİN.

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

**C. BİLDİRİMDE BULUNAN** : Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu

**D. TARAFLAR** : - Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu  
Büyükdere Cad. No: 143 Esentepe/İstanbul  
- Karma Radyo Televizyon ve Yayıncılık A.Ş.  
Yapıkredi Plaza B-Blok kat 7 daire:19/a  
Levent/İstanbul

**E. DOSYA KONUSU : Rock 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. Bu görüş doğrultusunda, “Rock FM Ticari ve İktisadi Bütünlüğü” ihale şartnamesinin 7.1. maddesinde ihale sonucunda en yüksek teklif sahibi hakkında 4054 sayılı Kanun ve ilgili mevzuat uyarınca Rekabet Kurulu’ndan izin alınacağı belirtilmiş ve ihale şartnamesinin ekinde verilen Birleşme ve Devralmalar Hakkında Bildirim Formu’nun katılımcı tarafından doldurularak TMSF’ye teslim edilmesi gerektiği belirtilmiştir.

Söz konusu teşebbüsün satış ihalesinin gerçekleşmesi sonrasında ihalede tek teklif veren alıcının bildirim formu TMSF tarafından gönderilen yazı ile Kurum kayıtlarına 29.9.2005 tarih ve 6859 sayı ile intikal etmiştir. Bunun üzerine Başvurusu konusu işlemle ilgili olarak 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun’un 7. maddesi ile 1997/1 sayılı Tebliğ ve 1998/4 sayılı Tebliğ hükümleri uyarınca yapılan inceleme sonucunda düzenlenen 28.10.2005 tarih ve 2005-2-97/Ö.İ.-05-MÇ sayılı Ön İnceleme Raporu 28.10.2005 tarih ve REK.0.06.00.00-120/146 sayılı Başkanlık önergesi ile 05-77 sayılı Kurul toplantısında görüşülerek karara bağlanmıştır.

**G. RAPORTÖRLERİN GÖRÜŞÜ:** İlgili Devralma Raporu’nda; Rock FM Ticari ve İktisadi Bütünlüğü’nün devralınması işleminin, tarafların toplam pazar payı ve cirolarının 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 edilmektedir.

## **H. İNCELEME VE DEĞERLENDİRME**

### **H.1. Taraflar**

#### **H.1.1. Rock FM Ticari ve İktisadi Bütünlüğü (Rock FM)**

TMSF tarafından, devre konu işletmenin 6183 sayılı Kanun hükümleri uyarınca haczedilen aktif değerleri ile lisans, ruhsat, 3984 sayılı Kanun’un geçici 6. maddesi hükmü kapsamında geçici frekans ve kanal kullanımından doğan hakları ve bu mal, hak ve varlıkların ferî veya mütemmim cüzü niteliğindeki sözleşmeler ile bu sözleşmelerden doğan ancak başlı başına iktisadi değeri olmayanlar da dahil olmak üzere diğer tüm mal, hak ve varlıklardan “Rock FM” adı altında ticari ve iktisadi bütünlük oluşturulmuştur. Rock FM İstanbul’da yayın yapan yerel bir radyo kanalıdır. %40 rock, %40 alternatif rock, %10 hard-rock ve %10 pop-rock yayını yapmakta, geçmişte ve günümüzde hit olmuş şarkılar yayınlamaktadır. Halihazırda Rock FM, TMSF tarafından kontrol edilmektedir.

### H.1.2. Karma Radyo Televizyon ve Yayıncılık A.Ş. (Karma Radyo)

Rock FM'in satışına ilişkin yapılan ihalenin sonucunda Karma Radyo tek teklif veren katılımcı olarak belirlenmiştir. ve ek bilgilerde Karma Radyo'nun

Tablo 1:Karma Radyo'nun Ortaklık Yapısı

HİSSEDARLAR	Hisse Oranı (%)
Ender ÖZTAŞ	(.....)
Tuğçe KÖKLÜ	(.....)
Hande ÖZBÖRÇEK	(.....)
Toygar DİNÇER	(.....)
Yıldız Basın Pazarlama Dağıtım San. ve Tic. Ltd. Şti	(.....)
Toplam	(.....)

Şirketin yönetim kurulu Ender ÖZTAŞ, Tuğçe KÖKLÜ ve Arif Kaan Ağfaloğu'ndan oluşmaktadır. Şirketin veya şirket ortaklarının radyo yayıncılığı alanında herhangi bir faaliyeti bulunmamaktadır.**H.2. İlgili Pazar**

#### H.2.1. İlgili Ürün Pazarı

Medya, bilginin üretimi, ulusal ve uluslararası toplumda yayılmasında önemli yere sahip bir sektördür. Bu sektörde çeşitli iletişim araçları kullanılmaktadır. Gazete ve dergilerden oluşan yazılı basın ve televizyon ve radyo gibi elektronik medyanın yanı sıra gelişen teknolojinin kullandığı bilgisayar bazlı medya platformları da mevcuttur.

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 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 mecraı 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. aracılığı ile hedef kitlelerine maksimum düzeyde ulaşabilmek için reklamverenler, 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 kanalize etmektedirler. 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, 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 ve kaset ve cd satışları artabilmektedir. Radyolar da daha çok dinleyiciye ulaşmak için yayın içeriği oluştururlarken en çok dinlenen müzikleri seçmektedirler.

Dosya konusu işlem Rock FM’in devrini öngörmesi nedeniyle, işlem sonucunda etkilenen pazarlar Rock FM’in faaliyet gösterdiği pazarlar olacaktır. Rock FM, %40 rock, %40 alternatif rock, %10 hard rock ve %10 pop-rock yayını yapmaktadır. Daha önce de belirtildiği gibi radyo yayıncılığında ticari ilişki reklamveren ve radyo arasında cereyan etmektedir. Ürün ve hizmetlerinin tanıtımını yapmak isteyen reklamverenler radyo programlarının arasına veya içerisine reklam vermektedirler. Burada ticari faaliyetin gerçekleştiği alan *reklam yerinin* alınıp satılmasıdır. Reklamverenler reklam verirken öncelikle reklamlarını ulaştırmak istedikleri hedef kitleyi belirlemektedirler. Bu çerçevede yalnızca yerel pazarda faaliyet gösteren bir teşebbüsün ulusal reklam mecralarını kullanması başta finansal nedenlerle rasyonel değildir. Devir işlemine konu Rock FM İstanbul’da yerel yayın yapan bir radyo kanalıdır. Bu nedenle ilgili ürün pazarı en dar şekilde “İstanbul ilinde yayın yapan yerel radyo kanalları reklam yeri pazarı” olarak belirlenmiştir. Şayet en dar şekilde tanımlanan bu ilgili pazarda 4054 sayılı Kanun açısından bir sorun bulunmaz ise daha geniş bir şekilde tanımlanan pazarda da herhangi bir sorun ortaya çıkmayacaktır.

## **H.2.2. İlgili Coğrafi Pazar**

İstanbul’da yayın yapmakta olan Rock FM’in yayınlarının tam olarak nereye kadar ulaştığı konusunda herhangi net bir bilgi bulunmamakla birlikte yayınların İstanbul geneline ulaşıyor olması ve yukarıda da yer verildiği gibi çoğunlukla yerel reklamverenler tarafından tercih edilmesi nedeniyle coğrafi pazar, “İstanbul il sınırları” olarak belirlenmiştir.

## **H.3. Yapılan Tespitler ve Hukuki Değerlendirme**

### **H.3.1. İşlemin Niteliği Açısından Yapılan Değerlendirme**

Bildirime konu olan işlem, TMSF tarafından Rock FM’in satış işlemidir. Kuruma gönderilen bildirim formları ve ek belgelerde yer alan bilgilerden, Rock FM’in satışı ile şirketin kontrolünün, bir önceki duruma göre değişiklik arz edeceği anlaşılmaktadır. Bu nedenle incelemeye konu olan işlem, 1997/1 sayılı Tebliğ’in 2. maddesinin (b) bendi kapsamında bir devralma işlemidir.

### H.3.2. İşlemin Bildirimi Açısından Yapılan Değerlendirme

1998/2 sayılı Tebliğ ile değişik 1997/1 sayılı Tebliğ'in, *İzne Tabi Birleşme veya Devralmalar* başlığı altındaki 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.

İlgili ürün pazarında, yapılan ihalede tek teklifi veren Karma Radyo'nun veya ortaklarının herhangi bir faaliyeti bulunmamaktadır. Dolayısıyla bildirim eşiklerine ilişkin olarak yalnızca Rock FM'in ciro ve pazar payı esas alınacaktır. Rock FM'in 2004 yılı cirosu yaklaşık olarak (.....) milyar TL'dir. Rock FM'in dinlenme oranları baz alınarak hesaplanan pazar payı ise Nisan – Mayıs 2005 döneminde %0,65 olarak gerçekleşmiştir Görüldüğü gibi Rock FM'in pazar payı ve cirosu ilgili Tebliğ'de yer verilen eşikleri aşmamaktadır. Bu nedenle söz konusu devir işleminin Rekabet Kurulu'na izin için bildirilmesine gerek bulunmamaktadır.

### I.SONUÇ

Düzenlenen rapora ve incelenen dosya kapsamına göre:

Rock FM Ticari ve İktisadi Bütünlüğü için yapılan ihalede tek teklifi veren Karma Radyo Televizyon ve Yayıncılık A.Ş.'nin için, Rekabet Kurumu'na yapılan izin başvurusunun, 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun ve 1997/1 sayılı "Rekabet Kurulu'ndan İzin Alınması Gereken Birleşme ve Devralmalar Hakkında Tebliğ" hükümleri doğrultusunda incelenmesi neticesinde;

1. 13.7.2005 tarihinde yürürlüğe giren 5388 sayılı yasa nedeniyle 8 kurul üyesinin katılımıyla toplantının yapılabileceğine OYÇOKLUĞU ile,
2. Bildirim konusu işlemin, 4054 sayılı kanun'un 7. maddesi ve bu Kanun'a dayanılarak çıkarılan 1998/2 sayılı Tebliğ ile değişik 1997/1 sayılı Tebliği kapsamında izne tabi bir devralma işlemi olmadığına OYBİRLİĞİ ile karar verilmiştir.

**(01.11.2005 tarih, 05-77/1040-291 sayılı Kurul Kararı'na)  
KARŞI OY GEREKÇESİ**

13.07.2005 tarih ve 25874 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe giren 5388 sayılı "Rekabetin Korunması Hakkında Kanunun Bazı Maddelerinin Değiştirilmesine Dair Kanun"un 3. maddesi ile, 4054 sayılı Kanun'un 22. maddesi ;

"Rekabet Kurulu, biri Başkan, biri İkinci Başkan olmak üzere toplam yedi üyeden teşekkül eder" şeklinde değiştirilmiştir.

Ayrıca, Rekabet Kurulu'nun mevcut üye sayısı bugün itibarıyla 8 olmasına rağmen, üye sayısı 7' ye düşünceye kadar toplantıların 8 üyenin katılımı ile yapılacağına dair geçici bir hükme de yer verilmemiştir.

Karar nisabı da aynı yasanın 5. maddesinde 7 üye için belirlenmiş olup, bu sayının 8 üye için kıyasen uygulanmasının mümkün olmadığı kural olarak getirilmiştir.

Bu nedenle, 5388 sayılı Kanun'un yürürlüğe girdiği tarih olan 13.07.2005 tarihinden itibaren Kurul toplantılarının en fazla 7 üyenin katılımı ile yapılması gerektiği kanaatında olduğumuzdan, toplantının 8 üyenin katılımı ile yapılmasına dair çoğunluk görüşüne karşıyız.

**Tuncay SONGÖR**  
**İkinci Başkan**

**Süreyya ÇAKIN**  
**Kurul Üyesi**