

REKABET KURULU KARARI

Dosya Sayısı : 2002-3-43 (Devralma)

Karar Sayısı : 02-32/367-153

Karar Tarihi : 28.5.2002

A- TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER

Başkan : Prof. Dr. M. Tamer MÜFTÜOĞLU.

Üyeler : Dr. Kemal EROL, İsmet CANTÜRK, Nejdet KARACEHENNEM, A. Ersan GÖKMEN, R. Müfit SONBAY, Kubilay ATASAYAR, Murat GENCER, Mustafa PARLAK, Prof. Dr. Zühtü AYTAÇ, Rıfki ÜNAL

B- RAPORTÖRLER: Pelin UYANIK, Bülent GÖKDEMİR,

C- BİLDİRİMDE BULUNAN: Arçelik A.Ş.

D- TARAFLAR: - Arçelik A.Ş.
Tuzla 81719 İstanbul
- Blomberg Werke GmbH
Voltastr. 50 59229 Ahlen / ALMANYA
- Brant Group Hausgerate GmbH
Voltastr. 50 59229 Ahlen / ALMANYA

E- DOSYA KONUSU: Blomberg Werke GmbH ve Brandt Group Hausgerate GmbH şirketlerinin, Arçelik A.Ş. tarafından devralınması işlemine izin verilmesi talebi.

F- DOSYA EVRELERİ: Kurum kayıtlarına 17.4.2002 tarih ve 1791 sayı, 2.5.2002 tarih ve 2037 sayı, 8.5.2002 tarih ve 2120 sayı ile giren bildirimler üzerine, 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 7. maddesi ile 1997/1 sayılı Rekabet Kurulu'ndan İzin Alınması Gereken Birleşme ve Devralmalar Hakkında Tebliğ'in ilgili hükümleri uyarınca yapılan inceleme sonucunda düzenlenen 23.5.2002 tarih ve 2002-3-43/Ö.İ.-02-P.U. sayılı Birleşme/Devralma Ön İnceleme Raporu, 24.5.2002 tarih ve REK.0.07.00.00/26 sayılı Başkanlık önergesi ile 02-32 sayılı Kurul toplantısında görüşülerek karara bağlanmıştır.

G- RAPORTÖRLERİN GÖRÜŞÜ: İlgili raporda; başvuru konusu Brandt Group Hausgerate GmbH'nin devralınması işleminin, Türkiye pazarı üzerinde etki yaratmaması nedeniyle, 4054 sayılı Kanun kapsamı dışında olduğu, Blomberg Werke GmbH'nin devralınması işleminin, ilgili coğrafi pazar olarak tanımlanan AB ve Türkiye'den oluşan pazar sınırları içinde, 4054 sayılı Kanun'un 7. maddesinde belirtilen, hakim durum yaratılması veya mevcut hakim durumun güçlendirilmesi ve böylece rekabetin önemli ölçüde azaltılması sonucunu doğurmadığı, dolayısıyla devir işlemlerine izin verilmesinin uygun olacağı

ifade edilmektedir.

H- İNCELEME VE DEĞERLENDİRME

H.1.Taraflar

H.1.1. Arçelik A.Ş.

Arçelik A.Ş., Koç Grubu'na bağlı olarak dayanıklı tüketim malları alanında faaliyet gösteren bir şirkettir. Şirket; merkez işletme olan Çayırova fabrikasında çamaşır makinesi ve klima, Eskişehir işletmesinde buzdolabı, Ankara işletmesinde bulaşık makinesi, Çerkezköy işletmesinde elektrikli süpürge ve motor üretimi yapmaktadır. Ayrıca; Arçelik A.Ş., üretim gamında bulunmayan ürünlere ilişkin iç piyasadan ve ithalat ile fason tedariki gerçekleştirmektedir.

Arçelik A.Ş.'nin, kendi ürettiği ve fason üretim anlaşmaları yoluyla ürettirdiği Beko markalı ürünleri, iç piyasada, aynı ekonomik bütünlük içinde bulunan Beko Ticaret A.Ş. aracılığıyla, Arçelik marka ürünleri ise kendisi pazarlamaktadır.

H.1.2. Blomberg Werke GmbH

Brandt SA kontrolünde bulunan Blomberg Werke GmbH (Blomberg Werke) üretimini Almanya'nın Ahlen şehrinde bulunan fabrikasında gerçekleştirmektedir. Fabrika, yıllık 264.000 adet çamaşır makinesi, 84.000 adet kurutucu ve 50.000 adet su ısıtıcısı üretim kapasitesine sahiptir. Blomberg'in üretmiş olduğu ürünler Blomberg ve Brandt markaları ile Brandt Hausgerate GmbH tarafından özellikle Almanya, Danimarka, Hollanda, Belçika ve İsviçre pazarına sunulmaktadır.

H.1.3. Brandt Group Hausgerate GmbH

Brandt Group Hausgerate GmbH (Brandt Hausgerate), Fransız Brandt SA'nın Almanya'daki dağıtım ve pazarlama faaliyetlerini yürüten şirkettir. Brandt Hausgerate, aynı zamanda "Blomberg" markasının da sahibidir.

H.1.4. Brandt Group (Brandt S.A.)

Blomberg Werke ve Brandt Hausgerate'nin bağlı olduğu Brandt Group, İtalyan El Fi SpA tarafından 1992'de Thompson Elektromanager şirketinin satın alınmasından sonra 1993 yılında kurulmuştur. Grup, 1994-1999 yılları arasında birçok firma satın almıştır. Devralma işlemine konu Blomberg Werke 1994 yılında devralınmıştır. 2000 yılında Moulinex SA ile gerçekleştirilen ortak girişim sonucunda %68'i El Fi SpA, %32'si Moulinex firmasına ait olmak üzere "Moulinex-Brandt Group" kurulmuştur. 2001 yılında Moulinex-Brandt Group'un iflas etmesi üzerine, Moulinex bölümünü SEB Group satın almış, Brandt şirketleri ise satılmak üzere konkordato mahkemesine intikal etmiştir.

H.2. İlgili Pazar

H.2.1.Ürün Pazarı

İlgili ürün pazarı ürün özellikleri, fiyatları ve öngörülen kullanım biçimleri bakımından birbirleri ile değiştirilebilir ve ikame edilebilir bütün malları veya hizmetleri içerir. Devralma işleminde devralınan taraf olan Blomberg Werke'nin ürün gamı, çamaşır makinesi, kurutucu ve elektrikli su ısıtıcısından oluşmaktadır. Söz konusu ürünler, kullanım amaçları ve ürün özellikleri bakımından birbirinden farklı niteliktedir. Bu nedenle başvuru konusu devralma işleminde, üretim yönüyle,

birbirinden farklı üç pazar tanımlanabilir. Bu bağlamda başvuru değerlendirilirken esas alınması gereken pazarlar; çamaşır kurutma makineleri, elektrikli su ısıtıcıları (termosifonlar) ve otomatik çamaşır makineleri pazarlarıdır.

Ancak bunlardan çamaşır kurutucuları pazarı diğer pazarlardan farklı bir özellik göstermektedir. Söz konusu ürün Türkiye'de üretilmemekte, tamamı çeşitli ülkelerden ithal edilmektedir. Bunun başlıca nedeni, Türkiye'nin iklim şartlarının uygun olması, evlerde ayrı bir çamaşırhane bulunmaması ve banyoların ikinci bir cihaz için yeterli alana sahip olmaması, çıkan rutubetin banyo dışına atılmasında sorunlar olması, ilave elektrik tüketiminin maliyeti ve modern çamaşır makinelerinin sıkma performanslarının yüksek olması gibi etmenlerin sonucu olarak ilgili ürüne yeterli talebin bulunmamasıdır.

Arçelik yetkililerinin tahminlerine göre, 2001 yılı için, ilgili ürünün toplam talebi 3-4 bin adeti geçmemektedir. Yaklaşık yetmiş milyon nüfusu olan Türkiye'de ortalama rakamlar ile, yıllık çamaşır makinesi talebinin bir milyon, buzdolabının iki milyon ve otomatik bulaşık makinesinin üç yüz bin adetin üzerinde seyrettiği gözönüne alındığında, yıllık 3-4 bin adet kurutucu talebinin ihmal edilebilir bir rakam olduğu sonucuna varmak hatalı bir yaklaşım olmayacaktır. Nitekim 2000 yılı içinde yapılmış bir araştırmaya göre, Türkiye'de tüketicilerin ancak %2.1'i önümüzdeki yıllarda çamaşır kurutma makinesi alma planı yapmaktadır.¹

Öte yandan sözkonusu ürünün ithalat miktarı, ithalatçı firmalar ve bunların pazar paylarına ilişkin sağlıklı veriler mevcut değildir. Nitekim Arçelik firması yetkilileri 2001 yılı için ithal ettikleri kurutucu sayısını 1296 adet olarak açıklamışlar ve pazarın toplam büyüklüğüne ilişkin olarak, ancak tahmini rakamlara sahip olduklarını ifade etmişlerdir. Sayılan nedenlerden ötürü başvuru konusu devralma işlemi değerlendirilirken çamaşır kurutma makinesi pazarı dikkate alınmamış, Türkiye pazarına etkileri yönünden daha önemli olan çamaşır makineleri ve elektrikli termosifonlar pazarlarına odaklanılmıştır.

Devralma işleminin taraflarından biri de, Blomberg Werke tarafından üretilen ürünlerin pazarlanmasından sorumlu olan Brandt Hausgerate'dir. Arçelik A.Ş., devralma işlemi ile bu şirketi de bünyesine dahil edecektir. Bu bakımdan başvuru değerlendirilirken dikkate alınması gereken pazarlardan biri de, beyaz eşya dağıtım hizmetleri pazarıdır.

Ancak, Brandt Hausgerate, Brandt SA'nın Almanya'daki dağıtım ve pazarlama faaliyetlerini yürütmektedir ve Türkiye'de dağıtım ve pazarlama faaliyetleri bulunmamaktadır. Devralan taraf olan Arçelik A.Ş. ise, Arçelik marka ürünlerin Türkiye'deki dağıtım ve pazarlama faaliyetlerini yürütmektedir.

4054 sayılı Kanun'un "Kapsam" başlıklı ikinci maddesi; "Türkiye Cumhuriyeti sınırları içinde mal ve hizmet piyasalarında faaliyet gösteren ya da bu piyasaları etkileyen her türlü teşebbüsün aralarında yaptığı rekabeti engelleyici, bozucu ve kısıtlayıcı anlaşma, uygulama ve kararlar ile piyasaya hakim olan teşebbüslerin bu

¹ Söz konusu rakamlar efektif talebi göstermemektedir. Zira efektif talep satınalma gücü ile desteklenmiş satınalma isteğini ifade eder. Sözkonusu araştırmaya göre çamaşır kurutma makinesi almayı planlayan hane halklarının %41'i düşük gelir grubu, %12'si orta alt gelir grubu içinde yer almaktadır. Bu nedenle talep planlaması yapan %2.1'lik kesimin önemli bir bölümünün planlanan talebi satınalma gücüyle desteklenmemekte, dolayısıyla sözkonusu rakam efektif talep miktarı olarak değerlendirilememektedir.

hakimiyetlerini kötüye kullanmaları ve rekabeti önemli ölçüde azaltacak birleşme ve devralma niteliğindeki her türlü hukuki işlem ve davranışlar, rekabetin korunmasına yönelik tedbir, tespit, düzenleme ve denetlemeye ilişkin işlemler bu Kanun kapsamına girer" şeklindedir.

Birleşme ve devralmaların, 4054 sayılı Kanun kapsamında değerlendirilebilmesi, dolayısıyla Rekabet Kurulu'nun iznine tabi olması için tarafların Türkiye Cumhuriyeti sınırları içindeki mal ve hizmet piyasalarında faaliyet göstermesi veya bu sınırlar içinde faaliyet göstermeseler dahi iktisadi davranışlarının bu piyasaları etkilemesi şarttır.

Beyaz eşya dağıtım hizmetleri pazarında gerçekleşen başvuru konusu devralma işlemi, Türkiye sınırları içindeki piyasaları etkilememektedir. Bu noktadan hareketle beyaz eşya dağıtım hizmetleri pazarı, 4054 sayılı Kanun'un kapsamında olmaması nedeniyle, değerlendirmeye alınmayacaktır.

Verilen bilgilerin ışığında ilgili ürün pazarı, "çamaşır makinesi üretimi" ve "elektrikli termosifon üretimi" pazarları olarak belirlenmiştir.

H.2.2. Coğrafi Pazar

Coğrafi pazar, teşebbüslerin sundukları mal ve hizmetler alanında faaliyet gösterdikleri, rekabet koşullarının yeterli ölçüde bağdaşık ve özellikle rekabet koşullarının komşu bölgelerden farklı olması yönüyle bu bölgelerden kolayca ayırdedilebilen bölgelerdir. Coğrafi pazar değerlendirmesi yapılırken, ilgili mal ve hizmetlerin özellikleri ile tüketici tercihleri bakımından giriş engellerinin varlığı ve ilgili bölgeler ile komşu bölgeler arasında, teşebbüslerin pazar payları, mal ve hizmetlerin fiyatları bakımından hissedilir bir farklılığın bulunup bulunmadığı gibi unsurlar öncelikle dikkate alınır.

Coğrafi pazarın tanımlanmasında en bilinen metod, söz konusu bölgeler arasındaki ticaret akışının analizidir. Belli bir coğrafi pazara dışarıdan girişler ve o bölgeden dışarıya çıkışlar az oluyorsa, o bölgede ilgili ürünün fiyatı diğer bölgelerden bağımsız olarak tesbit edilebilecektir. Bu ise, bu bölgenin coğrafi pazar olabileceğini göstermektedir.

Devralma işleminin taraflarından Arçelik A.Ş.'nin Türkiye'de, Brandt Hausgerate ve Blomberg Werke'nin Almanya'da mukim olması ve Türkiye ile AB arasında ciddi miktarda ticaret akışının varlığı, yukarıda yapılan tanım ölçüsünde, coğrafi pazarın Türkiye Cumhuriyeti sınırlarının ötesinde, AB sınırları olarak tanımlanması olasılığının dikkate alınmasını gerektirmektedir. Bu nedenle her bir ürün pazarı için, ticaret akışını da dikkate alarak, ayrı ayrı coğrafi pazar analizi yapılması gerekmektedir.

H.2.2.1. Elzinga-Hogarty Testi

Ticaret akışlarının incelenmesinde en çok kullanılan test Elzinga-Hogarty testidir. Elzinga ve Hogarty, analizlerinde basit bir varsayımdan yola çıkmışlardır: İki bölge arasında ticaret akışı yoksa, her iki bölge de kendi fiyatını bağımsız belirleyebilmektedir. Bu durum, her bölgenin ayrı bir pazar olarak ele alınmasını gerektirmektedir. Ticaret akışının yüksek olması ise fiyatların bağımsız

belirlenebilmesini ortadan kaldırmaktadır. Bu nedenle iki bölgenin tek bir pazar olarak kabul edilmesi gerekmektedir.

Bu çerçevede test iki kriteri temel almaktadır: 1) LIFO (*Little In From Outside*), 2) LOFI (*Little Out From Inside*).

LIFO, 'dışardan' o bölgeye olan girişlerin bölgedeki toplam satışlara göre nisbi değerini içermektedir. Bunu belirleyebilmek için, bir bölgede üretilen malın aynı bölgede tüketilme oranı hesaplanmaktadır. LIFO değerinin yüksek çıkması bölgeye girişlerin fazla olmadığını, dolayısıyla incelenen coğrafi pazarın ayrı bir coğrafi pazar olarak değerlendirilbileceğini göstermektedir.

LOFI ise, bölgeden dışarıya çıkışların bölgedeki toplam üretime göre nisbi değerini belirlemektedir. LOFI değerinin yüksek çıkması, firmaların kendi üretim bölgeleri dışına yaptıkları ihracatın sınırlı olduğunu yani söz konusu bölgenin ayrı bir coğrafi pazar olarak değerlendirilbileceğini göstermektedir. Ayrıca her iki değer de yüksek çıkması, gerek incelenen bölgeler arası nakliye maliyetlerinin fazla olmadığını, gerekse de giriş engellerinin bulunmadığını ortaya çıkarmaktadır.

Elzinga ve Hogarty, bir bölgenin coğrafi pazar olarak kabul edilmesi için gerek LIFO, gerekse LOFI değerlerinin %90'dan yüksek olması gerektiğini öngörmüşlerdir. Coğrafi sınırlar, her iki kriter için de eşikler aşıncaya kadar genişletilmektedir.

LIFO, şu şekilde formüle edilmektedir:

$$\text{LIFO} = (\text{Üretim}(P) - \text{İthalat}(M)) / \text{Tüketim}(C) \quad (1)$$

Tüketim ise, üretimden ihracatın çıkarılması, ithalatın (M) eklenmesi ve mal stokundaki (I) değişimin çıkarılmasıyla elde edilmektedir. Diğer bir ifadeyle,

$$C = P - X + M - \Delta I \quad (2)$$

Mal stokları sabit olduğu durumlarda, (2). denklemin (1). denklemde "C" yerine konulmasıyla aşağıdaki eşitlik elde edilmektedir:

$$\text{LIFO} = 1 - (M/C) \quad (3)$$

LOFI'nin formüle edilmiş hali şu şekildedir:

$$\text{LOFI} = (P - X) / P$$

(2) nolu eşitlik kullanıldığında LOFI,

$$\text{LOFI} = 1 - (X/P) \quad (4)$$

şeklinde elde edilmektedir.

H.2.2.2. Çamaşır Makinesi İçin Coğrafi Pazar Analizi

Dosya mevcudu bilgi ve belgelerden hesaplanan Türkiye için 1999, 2000, 2001 ve AB için 1999 ve 2000 yıllarına ilişkin çamaşır makinesi verileri miktar bazında aşağıdaki tablolarda yer almaktadır .

Tablo 1. Türkiye çamaşır makinesi üretim, tüketim, ihracat, ithalat miktarları

	1999	2000	2001
Üretim	1.219.338	1.342.710	1.029.743
Tüketim	1.222.192	1.416.528	795.324
İhracat	179.886	272.770	444.604
İthalat	232.000	358.000	175.000

Tablo 2. AB çamaşır makinesi üretim, tüketim, ihracat, ithalat miktarları

	1999	2000
Üretim	15.500.000	15.875.000
Tüketim	10.500.000	10.762.500
İhracat	5.000.000	5.000.000
İthalat	1.000.000	1.040.000

İlgili coğrafi pazar Türkiye sınırları olarak alındığında ve stok miktarlarının değişmediği varsayımıyla (stokların değişmediğini varsaymak gerçekçi bir yaklaşım olacaktır zira sektörde, genellikle zamanında stokuz tedarik prensibi (*just in time*) ile çalışılmaktadır), sözkonusu rakamlara göre LIFO ve LOFI değerleri:

$$\text{LIFO}(99) = 1 - 232.000/1.222.192$$
$$\text{LIFO}(99) = 0.82$$

$$\text{LOFI}(99) = 1 - 179.886/1.219.338$$
$$\text{LOFI}(99) = 0.86$$

$$\text{LIFO}(00) = 1 - 358.000/1.416.528$$
$$\text{LIFO}(00) = 0.75$$

$$\text{LOFI}(00) = 1 - 272.770/1.342.710$$
$$\text{LOFI}(00) = 0.80$$

$$\text{LIFO}(01) = 1 - 175.000/795.324$$
$$\text{LIFO} = 0.78$$

$$\text{LOFI}(01) = 1 - 44.604/1.029.743$$
$$\text{LOFI}(01) = 0.57$$

Gerek LIFO gerekse LOFI değerleri testin öngördüğü eşiklerin altında tespit edilmiştir. Yıllar itibarıyla söz konusu değerlerin azalması da pazara bölge dışından giriş ve çıkışların giderek arttığını göstermektedir. Dolayısıyla bu değerler, Türkiye'nin tek başına bir coğrafi pazar oluşturmadığını, pazarın daha geniş tanımlanması gereğini ortaya koymaktadır. İlgili pazar Türkiye Cumhuriyeti sınırlarını içerecek şekilde AB pazarı olarak varsayıldığında, 1999 ve 2000 yılına ilişkin test sonuçları aşağıdaki gibi çıkmıştır:

$$\text{LIFO}(99) = 1 - 904.000/11.720.000$$
$$\text{LIFO}(99) = 0.93$$

$$\text{LOFI}(99) = 14.852.000/16.720.000$$
$$\text{LOFI}(99) = 0.71$$

$$\text{LIFO}(00) = 1 - 948.000/12.172.000$$
$$\text{LIFO}(00) = 0.93$$

$$\text{LOFI}(00) = 1 - 5.022.500/17.150.000$$
$$\text{LOFI}(00) = 0.71$$

Burada ilgili coğrafi pazar Türkiye artı AB ele alındığından, LIFO ve LOFI değerleri Türkiye ve AB verileri toplanıp, bu rakamdan aralarında gerçekleştirdikleri ticaret rakamı çıkarılarak elde edilmiştir.

Yukarıda yer verilen değerlerden anlaşılacağı üzere, LIFO bir hayli yüksek LOFI ise düşük çıkmıştır. Bu değerler; Türkiye dahil olmak üzere AB sınırları içindeki çamaşır makinesi talebinin büyük ölçüde bu sınırlar içindeki üretim ile karşılandığı, öte yandan üretimin önemli bir bölümünün bölge dışında satıldığı anlamına gelmektedir.

LOFI değerlerinin testin öngördüğü eşiklerin üzerine çıkmaması nedeniyle ilgili coğrafi pazarın sınırlarını genişletmek mümkündür. Ancak AB tarafından gerçekleştirilen ihracata ilişkin verilerin yetersiz olması nedeniyle ilgili coğrafi pazarın sınırlarını tam olarak tanımlamak mümkün olmamıştır. Öte yandan gerek coğrafi pazar AB olarak ele alındığında LIFO değerlerinin yüksek çıkması, gerek testin ilk aşamasında Türkiye sınırlarının coğrafi pazar olarak

değerlendirilemeyeceğinin açıkça ortaya konması ve gerekse devralma talebini değerlendirirken, referans noktasının, Türkiye sınırları içinde rekabetin söz konusu işlemde etkilenme ölçüsünü belirlemek olması bakımından çamaşır makineleri için ilgili coğrafi pazarı Türkiye dahil olmak üzere AB sınırları olarak tanımlamanın uygun olacağı kanaatine varılmıştır.

H.2.2.3. Elektrikli Termosifonlar İçin Coğrafi Pazar Analizi

Elektrikli ısıtıcılar kavramı, su kazanlı ve geniş hacimli ısıtıcılar ile kettle(su ısıtıcısı), çay makinesi, su ısıtma rezistansları gibi çok sayıda ürün için kullanılmaktadır. Ancak gerek Arçelik A.Ş. tarafından Demirdöküm firmasına fason üretim anlaşması çerçevesinde ürettirilen, gerekse devralınan Blomberg Werke tarafından üretilen elektrikli ısıtıcılar daha büyük boyutlarda elektrik rezistanslı ve su kazanlı cihazlardır. Söz konusu ürünün esas olarak iki ebatı bulunmaktadır. Bunlar; 35 kg ağırlık ve 55-55-90 cm boyunda 65 lt.'lik termosifonlar ile 40 kg ağırlık ve 55-55-120 cm boyunda 80 lt.'lik termosifonlardır.

Arçelik A.Ş. yetkilileri tarafından verilen bilgilere göre, 2001 yılı itibarıyla Türkiye'de üretilen toplam rezistanslı termosifon sayısı 180-200 bin arasındadır. Öte yandan Dış Ticaret Müsteşarlığı ve Devlet İstatistik Enstitüsü kayıtlarında, G-Tip numarası 851610 olan elektrikli ısıtıcıların 2001 yılı itibarıyla ithalat rakamı 629.949 adet, ihracat rakamı ise 204.484 adet olarak görünmektedir. İhracat ve ithalat değerleri üzerinden birim fiyatları hesaplandığında söz konusu ürünlerin 10 ABD Doları'nın altında bulunan ürünler olduğu anlaşılmaktadır. Dolayısıyla dış ticaret istatistiklerinde yer alan söz konusu ürünler, yurtiçi satış fiyatları ortalama 100 ABD Doları seviyesinde olan elektrikli termosifonların dışındaki ürünleri de kapsamaktadır. Bu nedenle, elektrikli termosifonlara ilişkin gerçek üretim ve ticaret rakamları bulunmadığından, söz konusu ürün için ticaret akışı testleri uygulanamamıştır. Öte yandan, basit bir üretim teknolojisine dayanan söz konusu ürünlerin Türkiye'de çok miktarda üretilmesi ve uygun fiyatlarla (100-200 milyon TL) pazarlanmasına karşın, navlun masrafının 25-30 ABD Doları olması nedeniyle, dış alım ve satımının düşük seviyede olduğu, ayrıca doğalgazlı kombilerin yaygınlaşmasıyla birlikte pazar hacminin giderek küçüldüğü, bu noktadan hareketle, söz konusu ürünün dış ticaret akışının sınırlı olduğu, eş deyişle Türkiye Cumhuriyeti sınırları dışındaki üreticilerin rekabetinin, iç pazarlarda yeterince hissedilmediği anlaşılmıştır. Bu nedenle elektrikli termosifonlar için ilgili coğrafi pazarın Türkiye Cumhuriyeti sınırları olarak tanımlanması uygun olacaktır.

Elektrikli termosifonlar pazarının Türkiye Cumhuriyeti ile sınırlanması, söz konusu sınırların dışında faaliyet gösteren firmaların Türkiye Cumhuriyeti sınırı içinde kalan yerli üreticiler ile rekabet halinde olmaması anlamına gelmektedir. Bir diğer ifadeyle, Almanya'da mukim Blomberg Werke firmasının Türkiye'de faaliyet gösteren herhangi bir elektrikli termosifon üreticisi tarafından devralınması pazar üzerinde herhangi bir etki yaratmayacaktır. Bu nedenle devralma işlemine ilişkin izin talebi değerlendirilirken, Türkiye pazarı üzerinde etki doğuracağı düşünülen çamaşır makinesi pazarı dikkate alınacaktır.

H.3. Yapılan Tespitler ve Hukuki Değerlendirme

Arçelik A.Ş., 7.9.2001 tarihinde konkordato ilan eden ve Nanterre Ticaret Mahkemesi'nce satışa sunulan Fransız Brandt Grubu'na ait bazı şirketleri bünyesine alma girişiminde bulunmuştur. Öncelikle, bu firmanın belli bir bölümü için teklif verilmiş, ancak mahkemenin, İsraili başka bir firmanın teklifini kabul etmesi sonucu devralma işlemi gerçekleşmemiştir.

Bu ilk girişimin ardından yine Brandt Grubu'na ait Almanya'daki Blomberg Werke ve Brandt Hausgerate şirketleri için verilen teklif, 12.4.2002 tarihinde ilgili mahkeme tarafından uygun bulunmuştur. Bu çerçevede devralma işlemine yönelik olarak Brandt Group ile herhangi bir sözleşme akdedilmeyecek ancak konkordato mahkemesi ile bir satış sözleşmesi imzalanacaktır.

Arçelik A.Ş.'nin, Blomberg Werke'yi devralması talebiyle yapılan başvuru değerlendirildiğinde, söz konusu işlemin 4054 sayılı Kanun'un 7. maddesinde yer alan "Bir ya da birden fazla teşebbüsün ... veya herhangi bir teşebbüsün ya da kişinin diğer bir teşebbüsün *mal varlığını* yahut ortaklık paylarının tümünü veya bir kısmını ya da kendisine yönetimde hak sahibi olma yetkisi veren araçları, miras yoluyla iktisap durumu hariç olmak üzere, devralması ..." hükmü çerçevesinde bir devralma olduğu anlaşılmıştır.

Devralma işleminin taraflarının 2001 yılına ait ciroları incelendiğinde; Arçelik A.Ş.'nin milyon Euro, Blomberg Werke'nin milyon Euro ve iki şirketin toplam cirosunun milyon Euro (Merkez Bankası kuruyula TL) olduğu görülmektedir. Tarafların, ilgili pazar dikkate alındığında, çamaşır makinesi pazar payları aşağıdaki gibidir:

Tablo 3. Tarafların pazar payları

	1999 (%)	2000 (%)	2001 (%)
Arçelik	1.0	1.3
Brandt (Blomberg)	0.6	0.7
Toplam	1.6	2.0

Yukarıdaki veriler gözönüne alınarak; 1997/1 sayılı Tebliğ'in 1998/2 sayılı Tebliğ ile değişik 4. maddesinde yer alan "Ülkenin tamamında veya bir bölümünde ilgili ürün piyasasında, toplam pazar paylarının, piyasanın % 25'ini aşması halinde veya bu oranı aşmasa bile toplam cirolarının yirmibeş trilyon Türk Lirası'nı aşması halinde Rekabet Kurulu'ndan izin almaları zorunludur" hükmü ile getirilen pazar payı ve ciro eşikleri açısından değerlendirildiğinde, bildirim konusu devralma işlemi, taraflarının ilgili ürün pazarında sahip oldukları toplam pazar payının belirtilen eşiği aşmadığı ancak toplam cirolarının belirtilen 25 trilyon TL sınırını aşması nedeniyle, Tebliğ kapsamında izne tabidir.

Arçelik yetkilileri tarafından, Arçelik A.Ş.'nin yıllar içinde kazandığı vizyon doğrultusunda, sahip olduğu birikimi uluslararası pazarlara da taşımak istediğini ve uluslararası pazarlarda büyümeyi sağlayabilmek için gereken girişimleri hızlandırdığını, bu girişimlerden birinin de AB sınırları içinde bir üretim üssü ve bir Avrupa markasını ele geçirmek olduğunun ifade edildiği, ayrıca bu yolla yalnız

Türkiye pazarına yönelik çalışma ile elde edilemeyecek olan üretim ölçeğini yakalama amacının da gerçekleştirilmiş olacağını vurguladıkları dosya mevcudu bilgi ve belgeden anlaşılmaktadır.

Bu açıklamalardan hareketle, Arçelik A.Ş.'nin, Blomberg Werke ve Brandt Hausgerate'yi satın alarak başta AB menşeli firmalar olmak üzere küresel rakipleri karşısında rekabet gücünü arttırmayı tasarladığı anlaşılmaktadır. Beyaz eşya sektöründe uluslararası piyasalarda rekabet edebilmek için uluslararası firmaların üretim ölçeğine yaklaşmak gerekmektedir. Nitekim bugün dünya ölçeğinde üretim gerçekleştiren birçok uluslararası firma, birleşme ya da devralma yoluyla büyümüşlerdir.

Arçelik A.Ş.'nin toplam üretim kapasitesi birçok küresel rakibinin bir hayli altında kalmaktadır. Örneğin, 1997 yılı itibarıyla çamaşır makinesi için Electrolux'ün üretim kapasitesi 2.450.000, BSH'nin 2.500.000, Whirlpool'un 2.100.000 ve Candy'nin 1.600.000 seviyesindedir. Buna karşın Arçelik A.Ş.'nin Çayırova'da bulunan çamaşır makinesi fabrikasının üretim kapasitesi 1.500.000 seviyesindedir. Talep artış hızı dikkate alındığında, Çayırova fabrikasının, tam kapasite ile çalışsa dahi, 2004 yılından sonra toplam talebi karşılayamayacağı öngörülebilmektedir. Bu bağlamda Arçelik A.Ş.'nin 250 bin kapasiteli Blomberg Werke'yi satın almak istemesi makul görünmektedir.

Arçelik A.Ş.'nin Blomberg Werke ve Brandt Hausgerate'yi satın alması ölçek ekonomilerinden kaynaklanan maliyet avantajı ile birlikte birtakım ek avantajlar da sağlayabilecektir. Bunların başında, Brandt Hausgerate'nin sahip olduğu know-how ve Ar-Ge kapasitesinin kullanılması gelmektedir. Böylece Arçelik A.Ş. iç pazara yönelik ürünlerin kalitesini artırabilecek, bu gelişmeden tüketiciler de faydalanacaktır. Ayrıca Arçelik A.Ş. ile stratejik işbirliği içinde bulunan yan sanayiinin de sözkonusu devralma işleminden olumlu yönde etkilenmesi beklenebilir. Zira Arçelik A.Ş., kalite standardı yakalandığı sürece, Almanya'da üreteceği ürünlerin parçalarını da Türkiye'deki yan sanayiinden temin edebilecektir. Böylece Türk beyaz eşya yan sanayii için ek talep yaratılmış olacaktır.

Diğer taraftan, Arçelik A.Ş. Türkiye'nin toplam çamaşır makinesi üretiminin yaklaşık %.....'sini karşılamaktadır. Buna karşın Arçelik A.Ş.'nin rakiplerinin üretim payları da önemli seviyelerdedir. BSH (Bosch Siemens Hausgerate), yurtiçi üretimin %.....'ini, Merloni %.....'sini Vestel ise %.....'ini karşılamaktadır. Ayrıca, pazar analizinde ifade edildiği gibi, yoğun ticaret akışı nedeniyle ilgili pazarın sınırları Türkiye sınırlarının dışına taşmaktadır. Coğrafi pazar AB sınırları olarak tanımlandığında Arçelik'in Blomberg ile birlikte toplam pazar payı, 2001 yılı için yaklaşık %..... seviyesinde gerçekleşmektedir. Buna karşılık, AB beyaz eşya pazarında faaliyet gösteren teşebbüslerin 2001 yılı için çamaşır makinesi pazar payları (Türkiye dahil olmamak üzere) aşağıdaki tabloda görülmektedir:

Firma Adı	Pazar Payı (%)	Firma Adı	Pazar Payı (%)
ELEKTROLUX	ARDO MERLONI
BSH	CANDY
WHIRLPOOL	FAGOR
MERLONİ	MIELE
BRANDT	ARÇELİK
GDA	Diğer

Bununla birlikte, Türkiye nüfusunu 70 milyon ve AB nüfusunu 370 milyon olarak kabul ettiğimizde ve Arçelik'in Türkiye pazar payının %..... ve BSH'nin %..... olduğu dikkate alınarak yapılan hesaplamalar sonucunda, ilgili coğrafi pazarda (AB ile birlikte Türkiye) Arçelik'in pazar payı yaklaşık %....., BSH'ninki ise, %..... olmaktadır.² Buna göre ilgili pazarda, devralma işleminin tarafları olan Arçelik ve Brandt (Blomberg)'in pazar payları toplamı yaklaşık %.... seviyesindedir. Bu nedenle başvuru konusu devralma işleminin, çok sayıda güçlü rakiplerin varlığı dikkate alındığında, ilgili pazarda bir hakim durum yaratmayacağı kanaatine varılmıştır.

İ- SONUÇ

Yukarıda yer verilen değerlendirmeler ışığında;

1. Almanya'da yerleşik, beyaz eşya dağıtım pazarında faaliyet gösteren Brandt Group Hausgerate GmbH'nin Arçelik A.Ş. tarafından devralınması işleminin, Türkiye pazarı üzerinde etki yaratmaması nedeniyle, 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun kapsamı dışında olduğuna,

2. Almanya'da yerleşik Blomberg Werke GmbH'nin Arçelik A.Ş. tarafından devralınması işleminin; tarafların toplam ciroları bakımından 4054 sayılı Kanun'un 7. maddesine dayanılarak çıkarılan, 1998/2 sayılı Tebliğ ile değişik 1997/1 sayılı Rekabet Kurulu'ndan İzin Alınması Gereken Birleşme ve Devralmalar Hakkında Tebliğ kapsamında izne tabi bir devir işlemi olduğuna, bu işlem sonucunda, ilgili coğrafi pazarda, 4054 sayılı Kanun'un 7. maddesinde belirtilen, hakim durumun yaratılması veya mevcut hakim durumun güçlendirilmesi ve böylece rekabetin önemli ölçüde azaltılmasının söz konusu olmadığına, bu nedenle bildirim konusu hisse devri işlemine izin verilmesine

OY BİRLİĞİ ile karar verilmiştir.

² Hesaplamalara BSH'nin dahil edilmesinin nedeni, bu teşebbüsün Türkiye pazarında yüksek pazar payına sahip olması dolayısıyla ilgili coğrafi pazardaki (AB artı Türkiye) payının, AB'deki pazar payından ciddi ölçüde farklılaşmasıdır. Diğer markalar için bu ölçüde bir değişim sözkonusu değildir.