

Rekabet Kurumu Başkanlığından,

REKABET KURULU KARARI

Dosya Sayısı : 2021-4-050 (Soruşturma/Taahhüt)
Karar Sayısı : 22-41/579-239
Karar Tarihi : 08.09.2022

A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER

Başkan : Birol KÜLE
Üyeler : Ahmet ALGAN (İkinci Başkan), Şükran KODALAK;
Hasan Hüseyin ÜNLÜ, Ayşe ERGEZEN, Cengiz ÇOLAK,
Berat UZUN

B. RAPORTÖRLER : Buket ARI AYDIN, Noyan DELİBAŞI, Hande GÖÇMEN,
Esmâ AKSU, Ali GEZBELİ, Emine YAŞAR,
Ayberk GÜLTEKİN

**C. BAŞVURUDA
BULUNAN**

: - BSH Ev Aletleri Sanayi ve Tic. AŞ
Temsilcileri: Süleyman CENGİZ, Av. İpek İNCE
River Plaza Kat:17 Büyükdere Cad. Bahar Sok. No:13
34394 Levent İstanbul

D. ŞİKÂyetçİLER : - Re'sen
- Gizlilik talepli başvurular

- (1) **E. DOSYA KONUSU:** BSH Ev Aletleri Sanayi ve Tic. AŞ'nin yetkili satıcılarına internet satış yasağı getirmek ve/veya yeniden satış fiyatı tespitinde bulunmak suretiyle 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 4. maddesini ihlal ettiğine yönelik iddialar hakkında başlatılan soruşturma kapsamında sunulan revize taahhütlerin değerlendirilmesi.
- (2) **F. DOSYA EVRELERİ:** Rekabet Kurulunun (Kurul) 09.09.2021 tarih ve 21-42/617-M sayılı kararı ile yetkili satıcılarının internet aracılığıyla satış yapmasını engellemek ve/veya yeniden satış fiyatlarına müdahale etmek suretiyle 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un (4054 sayılı Kanun) 4. maddesini ihlal edip etmediklerinin tespitine yönelik olarak; Arçelik Pazarlama AŞ, BSH Ev Aletleri San. ve Tic. AŞ (BSH), Gürses Kurumsal Tedarik ve Elektronik Tic. Paz. AŞ, LG Electronics Tic. AŞ, Samsung Electronics İstanbul Paz. ve Tic. Ltd. Şti., SVS Dayanıklı Tük. Mall. Tic. AŞ hakkında aynı Kanun'un 41. maddesi uyarınca soruşturma açılmasına karar verilmiştir.
- (3) Soruşturma süreci devam ederken BSH tarafından gönderilen ve Rekabet Kurumu (Kurum) kayıtlarına 27.12.2021 tarih ve 24069 sayı ile intikal eden yazı ile çevrim içi pazaryerlerinden¹ satış yasağı davranışına ve fiziksel mağazalarda yapılan satışlara ilişkin yetkili satıcılarıyla imzalanan sözleşmelerde yer alan bazı hükümlere ilişkin olarak taahhüt sunma başvurusunda bulunulmuştur. Kurul'un 06.01.2022 tarih ve 22-01/8-M sayılı kararı uyarınca BSH ile taahhüt görüşmelerine başlanmasına karar verilmiştir. Söz konusu Kurul kararı 06.01.2022 tarih ve 37250 sayılı yazı ile BSH'ye bildirilmiş ve taahhüt görüşmelerine başlanmıştır. İlk taahhüt metni, BSH tarafından, BSH ile bayiler arasında imzalanması planlanan "Yetkili Satıcı Çevrimiçi Platform

¹ Burada çevrim içi pazaryeri, e-pazaryeri, pazaryeri, çevrim içi platform, e-platform, platform kavramları aynı anlama gelecek şekilde kullanılmıştır.

Satışlarına İlişkin Ek Sözleşme ile çevrim içi pazaryerleri ile BSH arasında imzalanması planlanan *“Yetkili Satıcı Çevrimiçi Platform Satışlarına İlişkin Çerçeve Sözleşme”* ve uygulama esnasında gözetilmesi planlanan şartlar ve gerekçeleriyle birlikte Kurum kayıtlarına 28.06.2022 tarih ve 29307 sayılı, 05.07.2022 tarih ve 29485 sayılı yazılar ile sunulmuştur. Sunulan taahhüt metnine ilişkin olarak hazırlanan 18.07.2022 tarih ve 2021-4-050/BN-03 sayılı Bilgi Notu, 21.07.2022 tarihli Kurul toplantısında görüşülmüş ve 22-33/524-M sayı ile; fiziksel mağaza sözleşmelerindeki hükümlere ilişkin olarak sunulan 1, 2, 3 ve 4 numaralı taahhütlerin kabul edilmesine, 5 numaralı taahhüdün ise reddedilmesine; çevrim içi pazar yerlerindeki satışlara ilişkin sunulan bütün taahhütlerin reddedilmesine; yetkili satıcılara getirilecek koşullara ilişkin olarak sunulan 4 numaralı taahhüt dışında kalan taahhütlerin tamamının kabul edilmesine, ancak 4 numaralı taahhüdün reddedilmesine; kriterlerin denetimine yönelik taahhütlerin bu aşamada değerlendirilmesine yer olmadığına; bu nedenle BSH'nin 01.08.2022 tarihine kadar bir kereye mahsus olmak üzere kabul edilmeyen taahhütlerde değişiklik yapılarak revize taahhüt metni sunulabileceğine karar verilmiştir. BSH'nin revize taahhüt metni 02.08.2022 tarih ve 29975 sayı ile Kurum kayıtlarına intikal etmiştir. Revize taahhüt metnine ilişkin olarak hazırlanan 29.08.2022 tarih ve 2021-4-050/BN-04 sayılı Bilgi Notu görüşülerek karara bağlanmıştır.

(4) **G. RAPORTÖR GÖRÜŞÜ:** İlgili Bilgi Notu'nda,

- Fiziksel satış kanallarında yapılan satışlara yönelik olarak;
 - BSH ve Teknosa İç ve Dış Ticaret Anonim Şirketi (TEKNOSA) arasındaki Çerçeve Sözleşme'de ve BSH ile Media Markt Turkey Ticaret Limited Şirketi (MEDIAMARKT) ile akdedilmiş olan Çerçeve Sözleşme'de yer alan hükümlere dair sunulan taahhütlerin bağlayıcı hale getirilmesine,
 - Söz konusu taahhütler doğrultusunda yapılan değişikliklerin Kurulun kısa kararının tebliğinden itibaren 90 (doksan) gün içerisinde Kuruma intikal edecek şekilde tevsik edilmesine,
- Yetkili satıcıların çevrim içi pazaryerlerinde yapacakları satışlara ilişkin olarak;
 - BSH tarafından getirilecek koşullar çerçevesinde sunulan taahhüdün bağlayıcı hale getirilmesine,
 - Taahhütlere ilişkin gerekçeli kararın tebliğinden itibaren 12 (on iki) aylık döneme ilişkin olarak, 12 (on iki) aylık dönemin bitiminden itibaren 30 (otuz) gün içerisinde, platformlarda satış yapmak için BSH ile sözleşme yapan yeniden satıcıların listesinin, yetkili satıcılar tarafından satış yapılan platformların isimlerinin, yetkili satıcıların beyan ettiği platformlardan yapılan her bir ürün grubuna ilişkin satış adetlerinin ve bunların toplam satışlara oranlarının, platformda satış yapılmasına ilişkin sözleşmesi sona eren yetkili satıcıların unvanlarının, iletişim bilgilerinin, sözleşmenin yapılaş ve sona erme tarihlerinin ve sözleşmenin sona erme nedeninin Kurum kayıtlarına intikal edecek şekilde tevsik edilmesine yönelik taahhüdün bağlayıcı hale getirilmesine,
 - Sunduğu taahhütlerin uygun bulunarak kabul edilmesi ve buna ilişkin gerekçeli kararın tebliğinden itibaren 90 (doksan) gün içerisinde ve her halükarda 31.12.2022 tarihinden sonra olmayacak şekilde yetkili satıcılarına, yetkili satıcıları ile iletişim amacıyla kullandığı sistemleri aracılığıyla Kurul kararını ve platformda satış yapmak isteyen yetkili satıcıların BSH ile

sözleşme yapması gerektiğini duyuracağına ilişkin taahhüdün bağlayıcı hale getirilmesine,

- BSH tarafından yetkili satıcılara yapılacak duyurunun yapıldığına ilişkin belgelerin, duyurunun yapılmasından itibaren iki hafta içinde Kuruma tevsik edilmesine,
 - Yetkili satıcılar ile akdedilen çevrim içi platform satışlarına yönelik ek sözleşmelerin bir örneği ile Online Pazar Yeri Yetkili Satıcı Kurumsal Kılavuzunun bir örneğinin Kurulun gerekçeli kararının tebliğinden itibaren 90 (doksan) gün içerisinde ve en geç 31.12.2022 tarihine kadar Kurum kayıtlarına intikal edecek şekilde tevsik edilmesine,
- Bu çerçevede, 4054 sayılı Kanun'un 43. maddesi uyarınca, BSH hakkında yürütülmekte olan soruşturmanın, fiziksel satış kanallarında satış yapan yetkili satıcılar ile imzalanan sözleşmelerde 2002/2 sayılı Dikey Anlaşmalara İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği'nin (2002/2 sayılı Tebliğ) 4. maddesinin birinci fıkrasının (c) ve (d) bentlerine aykırılık teşkil eden çeşitli hükümlere yer verilmesi ile yetkili satıcılara çevrim içi pazaryerlerinden satış yasağı getirilmesi uygulamaları bakımından sonlandırılmasına

karar verilebileceği sonuç ve kanaatine ulaşıldığı ifade edilmiştir.

H. İNCELEME VE DEĞERLENDİRME

H.1. Soruşturma Tarafı: BSH

- (5) Hisselerinin %(...), BSH Hausgeräte GmbH'nin elinde bulunan BSH, küçük ve büyük ev aletlerinin üretimi, ithalatı, ihracatı, yurt içinde dağıtımı ve pazarlanması ile satış sonrası servis hizmetlerinin verilmesi alanlarında faaliyet göstermektedir. BSH, Türkiye'de, hâlihazırda Bosch ve Siemens markalarının yanı sıra, yerel markası Profilo ve özel markası Gaggenau ile faaliyet göstermekte ve bu markaların ürün portföyü buzdolabı, çamaşır makinesi, bulaşık makinesi, fırın gibi büyük ev aletleri/beyaz eşya ile elektrikli süpürge, ütü, mutfak robotu gibi küçük ev aletlerinden oluşmaktadır. BSH, 711'i Bosch, 394'ü Siemens ve 809'u Profilo olmak üzere toplamda 1914 şube ile faaliyet göstermektedir².
- (6) BSH, Türkiye'de Bosch, Siemens ve Profilo markalı ürünlerinin dağıtımını, esas olarak, Türkiye çapında her bir markaya ayrı ayrı olmak üzere kurulmuş seçici dağıtım sistemi dâhilinde gerçekleştirmektedir. Bosch, Siemens ve Profilo markalı ürünler, her bir markaya özel olmak üzere internet siteleri ve elektromarketler aracılığıyla ve inşaat sektöründe faaliyet gösteren inşaat firmalarına, inşaat projelerinde kullanılmak üzere satılmaktadır. Bosch ve Siemens marka ürünlerin satışı marka münhasırlık sistemi kapsamında gerçekleştirilmektedir. Bu markaların satışını gerçekleştiren bayilerde, Bosch ve Siemens markalı ürünler haricinde herhangi bir başka markaya ait büyük veya küçük ev aleti satılmamaktadır. Gaggenau markalı ürünlerin dağıtımı ise acentelik sistemiyle gerçekleştirilmektedir. BSH ürünlerinin çevrim içi pazaryerleri üzerinden herhangi bir ürün satışının bulunmadığı ifade edilmiştir³.
- (7) 2002/2 sayılı Tebliğ'de seçici dağıtım sistemi;

"Sağlayıcının, anlaşma konusu malları veya hizmetleri sadece belirlenmiş

² BSH tarafından gönderilen 27.10.2021 tarihli ve 22460 sayılı cevabi yazı.

³ <https://www.bsh-group.com/tr/bsh-hakkında/> ve BSH tarafından gönderilen 09.08.2021 tarihli ve 20116 sayılı cevabi yazı.

kriterlere dayanarak seçtiği dağıtıcılara doğrudan veya dolaylı olarak satmayı taahhüt ettiği, bu dağıtıcıların da söz konusu malları veya hizmetleri yetkilendirilmemiş dağıtıcılara satmamayı taahhüt ettiği bir dağıtım sistemi anlamına gelir.”

şeklinde tanımlanmıştır. Sağlayıcının, bu dağıtım modeliyle dağıtım ağını kısıtlamasının sebebi, ilgili mal veya hizmetin niteliğinden kaynaklanmaktadır. Lüks olarak nitelenen ürünlerin veya teknolojik olarak karmaşık ya da kullanımı teknik bilgi gerektiren ürünlerin (dayanıklı tüketim malları, kozmetik ürünleri, mücevher, motorlu taşıtlar gibi ürünler), belirli standartları taşıyan yerlerde ve teknik bilgiye sahip kişilerce satılmasının, tüketici talebini olumlu etkileyeceği kabul edilmekte ve böylelikle lüks marka imajı oluşturmak ve bu imajı korumak, satış personelinin nitelikleri, satış noktasının konumu gibi kriterlerin karşılanmasını isteyen sağlayıcı, seçici dağıtım sistemini tercih edebilmektedir.

- (8) Seçici dağıtım sistemi özelinde nitel seçici dağıtımın ne anlama geldiği Dikey Anlaşmalara İlişkin Kılavuz'da (Dikey Kılavuz) açıkça ifade edilmiştir. Bu çerçevede nitel seçici dağıtım sisteminde dağıtıcılar, yeniden satıcı sayısı belirlememektedir. Ancak yeniden satıcılar bakımından satış personelinin eğitilmesi, belirli nitelikte hizmet verilmesi, belirli bir ürün yelpazesinin satılması gibi satılan ürünün niteliği gereği objektif kıstaslar belirlenmektedir. Nicel seçici dağıtım sistemi ise, direkt olarak yeniden satıcıların sayısını sınırlayan bir sistemdir. Bu sınırlama, asgari ya da azami satış miktarı şartı veya satıcıların sayısının doğrudan tespit edilmesi yoluyla yapılabilmektedir.
- (9) Bu anlayışla oluşturulan dağıtım sisteminin etkin biçimde işleyebilmesi için sağlayıcı, dağıtıcıların ilgili malları yetkilendirilmemiş dağıtıcılara satmasını yasaklayabilmektedir. Şöyle ki, ürünlerin yetkili olmayan satıcılar tarafından satılması durumunda, bu satıcıların, marka imajına zarar vermesi ve böylece sağlayıcının satış performansının olumsuz etkilenmesi söz konusu olabilecektir. Ayrıca, rasyonel bir tüketicinin, ürünü daha düşük fiyattan (yetkili olmayan satıcıdan) almadan önce yetkili satıcının satış öncesi hizmetlerinden bedelsiz yararlanması muhtemel olup bu durumda yetkili satıcının ilgili hizmetleri sunma motivasyonu olumsuz etkilenebilecektir. Bu bağlamda, marka imajının korunması ve bedavacılık sorununun çözümü, söz konusu yasaklamanın ekonomik gerekçesini oluşturmaktadır⁴.
- (10) Nitekim BSH tarafından, BSH'nin seçici dağıtım sistemi kurmasına yönelik temel amacının, şirket ve marka imajının korunması ve bayiler arasında eşit şartlarda rekabeti sağlamak olduğu ifade edilmiş ve bu çerçevede, kalite ve güven hissinin tüketiciye aktarılması ve sürdürülmesinin de önemli olduğu belirtilmiştir. Bu kapsamda, gerek yetkili satıcıların seçici dağıtım sistemi dışındaki yetkisiz satıcılara satış yapmasının kısıtlanması, gerek marka, logo kullanımı gibi vb. hususlarda çeşitli kriterler belirlenmesi gibi seçici dağıtım sistemine özgü hükümlerin BSH'nin yetkili satıcıları ile imzaladığı sözleşmelerde yer aldığı görülmektedir.

H.2. Taahhüt Görüşmeleri Süreci

- (11) Taahhüt süreci kapsamında çeşitli tarihlerde BSH ile çevrim içi ve yüz yüze toplantılar gerçekleştirilmiştir. Bu toplantılarda, dosya kapsamında tespit edilen rekabet sorunları hakkında taraf bilgilendirilmiştir.

⁴ GOYDER, J. (2005), EC Competition Law, Fourth Edition, Hart Publishing, North America (US ve Canada)

- (12) BSH ile yürütülen taahhüt görüşmeleri sürecinde beyaz eşya, tüketici elektroniği ve küçük ev aletleri ürünlerinin çevrim içi platformlarda satışına dair sürecin detaylarını öğrenmek üzere çeşitli çevrim içi pazaryerleri ile de görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Bu kapsamda 25.04.2022 tarihinde D-Market Elektronik Hizmetleri ve Tic AŞ (HEPSİBURADA), 26.04.2022 tarihinde DSM Grup Danışmanlık İletişim ve Satış Tic. AŞ (TRENDYOL) ve GittiGidiyor Bilgi Teknolojileri Sanayi ve Ticaret AŞ (GİTTİGİDİYOR), 27.04.2022 tarihinde Doğu Planet Elektronik Ticaret ve Bilişim Hizmetleri AŞ (N11) ve 29.04.2022 tarihinde Amazon Turkey Perakende Hizmetleri Ltd. Şti. (AMAZON) ile gerçekleştirilen toplantılar sonrasında çevrim içi pazaryerlerinden bilgi ve belge talebinde bulunulmuş olup taraflardan gelen cevabi yazılar 16.05.2022 tarih ve 27894 sayı, 17.05.2022 tarih ve 28026 sayı, 18.05.2022 tarih ve 28051 sayı, 18.05.2022 tarih ve 28053 sayı, 03.06.2022 tarih ve 28498 sayı, 16.05.2022 tarih ve 27984 sayı ve 08.06.2022 tarih ve 28634 sayı ile Kurum kayıtlarına intikal etmiştir.

H.3. Dosya Kapsamında Tespit Edilen Rekabet Sorunları

- (13) BSH hakkında yürütülmekte olan taahhüt sürecinde, BSH'nin, seçici dağıtım sistemi kapsamında yetkili satıcıları ile imzaladığı sözleşmelerde bulunan ve ağır rekabet sınırlaması niteliği taşıyan çeşitli hükümler ile yetkili satıcılarına getirdiği çevrim içi pazaryerlerinden satış yasağı incelenmiştir. Bu amaçla, ilk olarak seçici dağıtım sisteminin uygulanmasına yönelik olarak mevzuatta yer verilen hükümlere ve BSH'nin yeniden satıcılarına yönelik davranışlarının hangi mevzuat hükümleri kapsamında rekabet sorunu oluşturduğuna ilişkin açıklama ve değerlendirmelere yer verilmiştir.
- (14) 2002/2 sayılı Tebliğ'in 3. maddesinde seçici dağıtım sistemi; "*Sağlayıcının, anlaşma konusu malları veya hizmetleri sadece belirlenmiş kriterlere dayanarak seçtiği dağıtıcılara doğrudan veya dolaylı olarak satmayı taahhüt ettiği, bu dağıtıcıların da söz konusu malları veya hizmetleri yetkilendirilmemiş dağıtıcılara satmamayı taahhüt ettiği bir dağıtım sistemi...*" şeklinde tanımlanmaktadır. Aynı tebliğin 4. maddesi uyarınca rekabeti doğrudan veya dolaylı olarak engelleme amacı taşıyan sınırlamaları içeren dikey anlaşmalar anılan Tebliğ ile tanınan muafiyetten yararlanamayacaktır. Buna göre 2002/2 sayılı Tebliğ'in 4. maddesinin birinci fıkrasının (c) ve (d) bentleri kapsamında; seçici dağıtım sisteminde, bir sistem üyesinin yetkili olmadığı yerde faaliyet göstermesinin yasaklanması hakkı saklı kalmak kaydıyla, perakende seviyesinde faaliyet gösteren sistem üyelerinin son kullanıcılara yapacakları aktif veya pasif satışların kısıtlanması ile sistem üyelerinin kendi aralarındaki alım ve satımın engellenmesi, ağır rekabet sınırlaması olarak değerlendirilmektedir. Öte yandan, seçici dağıtım sisteminde sağlayıcının, dağıtım sistemi üyesi yeniden satıcıların son kullanıcılara aktif veya pasif satış yapmalarını engellemesi de ağır rekabet sınırlaması olarak değerlendirilmektedir.
- (15) Nitekim Dikey Kılavuz'un 164. paragrafında "*Münhasır müşteri tahsisinin seçici dağıtım ile beraber uygulanması duruma açıkça Tebliğ kapsamı dışında bırakılmış bir ihaldir, zira atanmış dağıtıcılar tarafından son kullanıcılara yapılan aktif satışların sınırlandırılmasına genellikle izin verilmez.*" hükmü ile aynı Kılavuzun 167. paragrafında "*Nihai tüketicilerin münhasıran tahsisinin herhangi bir etkinliğe yol açması pek mümkün değildir ve bu nedenle de muafiyet olasılığı son derece düşüktür.*" hükmü bulunmaktadır. Bu çerçevede sistem üyesi yeniden satıcı olarak kabul edilmeyen ve dolayısıyla nihai alıcı konumunda bulunan kişilere ise sistem üyesi yetkili satıcıların aktif veya pasif satışları yasaklanmamaktadır. Dolayısıyla seçici dağıtım sistemi

içerisinde münhasır müşteri tahsisi söz konusu olamamakta; böyle bir uygulama ağır rekabet sınırlaması olarak kabul edilmektedir.

- (16) Aktif satışlar Dikey Kılavuz'un 23. paragrafında; *“Başka bir alıcının münhasır bölgesindeki veya münhasır müşteri grubundaki münferit müşterilere mektup veya ziyaret gibi doğrudan pazarlama yöntemleriyle gerçekleştirilen satışlar “aktif satış” olarak değerlendirilmektedir.”* şeklinde, pasif satışlar ise aynı kılavuzun 24. paragrafında; *“Başka bir alıcının bölgesindeki veya müşteri grubundaki müşterilerden gelen ve alıcının aktif çabaları neticesi olmayan talepleri karşılamak, malın teslimatı müşterinin adresine götürülerek yapılırsa dahi, “pasif satış” anlamına gelmektedir.”* şeklinde tanımlanmıştır. Dikey Kılavuz'a göre internet ve benzeri mecralarda yapılan satışlar genellikle pasif satış olarak değerlendirilmektedir. Dolayısıyla çevrim içi kanallardan yapılacak satışlara getirilecek mutlak yasaklar pasif satış yasağı olarak ele alınmaktadır.
- (17) Buna karşılık, çevrim içi kanallarda yapılacak satışlar konusunda sağlayıcıya bir hususta esneklik tanınmıştır. Dikey Kılavuz'un 28. paragrafında; *“Öte yandan sağlayıcı, (...), satış kanalı olarak internetin kullanımına yönelik olarak da bazı koşullar öngörebilecektir. Örneğin sağlayıcı, ürünlerinin satışa sunulduğu internet sitesine yönelik kalite koşulları getirebilecek, bunun gibi internetten alışveriş yapan tüketicilere belli hizmetlerin sunulması şartını öngörebilecektir. (...) Bu koşula ek koşulların getirilmesi de mümkün olmakla birlikte önem arz eden husus, bu koşulların amacının doğrudan veya dolaylı olarak dağıtıcının internet satışlarını engellemek olmamasıdır. Getirilen koşulların gerekçesi, dağıtımın niteliği ve kalitesini, marka imajını ve/veya potansiyel etkinliği arttırıcı vb. unsurlar bakımından objektif olarak somut, makul ve kabul edilebilir olmalıdır. Benzer şekilde sağlayıcı, alıcının sadece belirli standart ve koşulları karşılayan “satış platformları/pazar yerleri” üzerinden satış yapmasını isteyebilecektir. Ancak getirilen bu kısıtlamanın amacı, dağıtıcının internet üzerinden satışını ve fiyat rekabetini engellemek olmamalıdır. Bunun gibi, nesnel, tek tip ve ürünün kendine has nitelikleri doğrultusunda şartlar ve gerekçeler öne sürmeden genel olarak platformlardan satışın yasaklanması ihlal olarak değerlendirilebilecektir.”* hükmü yer almaktadır.
- (18) Dikey Kılavuz'un 29. paragrafında ise *“Fiziki satış ile internet üzerinden satış koşulları arasındaki farklılıklar sebebiyle bu iki dağıtım kanalı için getirilen kriterlerin tamamen aynı olması gerekmemekle birlikte, bu kriterlerin aynı amaca hizmet etmesi, karşılaştırılabilir sonuçları sağlaması ve bu iki dağıtım kanalının doğasından kaynaklanan farklılıkları doğrulayacak niteliğe sahip olması gerekmektedir (“eşdeğerlik prensibi”). Başka bir deyişle, öngörülebilen koşullar, doğrudan veya dolaylı olarak internet satışlarının engellenmesine neden olmamalıdır. Buna göre, sağlayıcı tarafından öngörülen şartların eşdeğerlik prensibine aykırı ve alıcıların dağıtım kanalı olarak interneti kullanmasını caydırıcı nitelikte olmaları halinde söz konusu şartlar ağır sınırlama olarak değerlendirilebilecektir.”* ifadelerine yer verilmiştir.
- (19) Bu bağlamda, sağlayıcı yeniden satıcının internet üzerinden yapacağı satışları mutlak olarak engelleyemeyecek, ancak ürünlerin satışa sunulduğu internet sitesi ve e-platformlara yönelik kalite standart ve koşulları getirebilecek, bu mecralardan alışveriş yapan tüketicilere belli hizmetlerin sunulmasını talep edebilecektir. Sağlayıcı tarafından getirilebilecek standart ve koşullar, dağıtımın niteliği ve kalitesini, marka imajını ve/veya potansiyel etkinliği arttırıcı vb. unsurlar bakımından objektif olarak somut, makul ve kabul edilebilir olmalıdır. Bu noktada, internet satışlarına getirilecek koşulların, fiziksel satışlara ilişkin koşullarla aynı olması gereği bulunmamakla birlikte, her iki dağıtım

kanalının farklı doğasına uygun, aynı amaca hizmet eden ve karşılaştırılabilir sonuçları sağlayan kriterlerden oluşması gerekmektedir. Her durumda, bahse konu standart ve koşulların amacı, fiyat rekabetini engellemek ve internet kanalından yapılacak satışları caydırmak olmamalıdır.

(20) Yukarıda yer verilen mevzuat hükümleri ışığında BSH tarafından fiziksel mağaza sözleşmelerinde yer alan ve ayrıntılarına aşağıda yer verilen hükümlerin ele alınması gerekmektedir. Buna göre, 09.09.2021 tarih ve 21-42/617-M sayılı karar ile yürütülen soruşturma kapsamında BSH'nin fiziki satış kanalına ilişkin;

1. TEKNOSA ile akdettiği sözleşmede yer alan (.....) hükmünün, sistem üyelerinin son kullanıcılara yapacağı aktif satışları yasaklaması nedeniyle söz konusu sözleşme maddesinin 2002/2 sayılı Tebliğ'in 4. maddesinin birinci fıkrasının (c) bendine aykırı olduğu,
2. MEDIAMARKT ile akdettiği sözleşmede yer alan (.....) düzenlemesinin, BSH tarafından MEDIAMARKT'a tek elden alım yükümlülüğü getirerek sistem üyesi yeniden satıcılar arasında ürün alım satımını engellemesi nedeniyle söz konusu sözleşme maddesinin 2002/2 sayılı Tebliğ'in 4. maddesinin (d) bendine aykırı olduğu; BSH tarafından yine MEDIAMARKT'a getirilen (.....) şartına ilişkin hükmün internet satışlarına müdahale niteliği taşıdığı ve 2002/2 sayılı Tebliğ'in Anlaşmaları Grup Muafiyeti Kapsamı Dışına Çıkaran Sınırlamalar" başlıklı 4. maddesinin birinci fıkrasının (c) bendine aykırı olduğu,
3. Bayiler ile akdettiği sözleşmenin "Konu" başlığının ilk paragrafında yer alan (.....) hükmünün, BSH tarafından bayilere tek elden alım yükümlülüğü getirerek sistem üyesi yeniden satıcılar arasında ürün alım satımını engellemesi nedeniyle söz konusu sözleşme maddesinin 2002/2 sayılı Tebliğ'in 4. maddesinin birinci fıkrasının (d) bendine aykırı olduğu,
4. Bayiler ile akdettiği sözleşmenin "Konu" başlığının ikinci paragrafında yer alan (.....) hükmünün sistem üyeleri tarafından son kullanıcılara yapılacak satışların yasaklanmasına sebebiyet vermesi nedeniyle 2002/2 sayılı Tebliğ'in 4. maddesinin birinci fıkrasının (c) bendine aykırı olduğu,
5. Bayiler ile akdettiği sözleşmenin 2.5.1. maddesinde yer alan (.....) düzenlemesinin, sağlayıcıya münhasır müşteri grubu tayin edilerek sistem üyeleri tarafından son kullanıcılara yapılacak aktif ve pasif satışların yasaklanması niteliği taşıması nedeniyle 2002/2 sayılı Tebliğ'in 4. maddesinin birinci fıkrasının (c) ve (d) bentlerine aykırı olduğu

gerekçeleriyle ilgili sözleşme maddelerinin rekabet sorunlarına yol açtığı değerlendirilmektedir.

(21) BSH'nin uyguladığı seçici dağıtım sistemi kapsamında, BSH ürünlerinin satışını yapan yetkili satıcılarına çevrim içi pazaryerlerinde satış yapma yasağı getirmesi davranışının değerlendirilebilmesi için öncelikle bu satış kanalının rekabet hukuku bağlamında ele alınması gerekmektedir. Bu çerçevede, sağlayıcılar tarafından bayilerin çevrim içi pazaryerlerine girişinin yasaklanması ile bir dağıtım kanalı olarak internetin etkin kullanımını engelleyip engellemediğinin; diğer bir deyişle bu eylemin pasif satış yasağı oluşturup oluşturmadığının ortaya konulması gerekmektedir.

(22) Bilindiği üzere satıcılar, ürünlerini fiziksel mağazalarının yanı sıra kendi internet sitelerinde ya da çevrim içi satış platformu olarak hizmet veren pazaryerlerinde satışa sunabilmektedir. Kurum tarafından Nisan 2022'de yayımlanan E-Pazaryeri Platformları

Sektör İncelemesi Nihai Raporu'nda (Sektör Raporu) toplam ticaret içinde internet satış kanalının oranı ile internet kanalı içinde e-pazaryerleri üzerinden yapılan satışların büyüklüğüne ilişkin tespitlere yer verilmiştir. Sektör Raporu'nun 183. paragrafında, satıcıların toplam satışlarının, ortalama %54,5'inin internet kanalı satışlarından oluştuğu, satıcıların %57,7'si bakımından internet satışlarının, fiziksel mağaza satışlarını aşan düzeyde cirolarına katkı sağladığı, aynı doğrultuda olmak üzere, satıcıların %40,5'i bakımından ise, internet satışlarının ciro içindeki oranının, %80 ve üzerinde olduğu, internet kanalının, satıcıların önemli bir bölümü bakımından ana satış mecrası olduğu tespit edilmiştir.

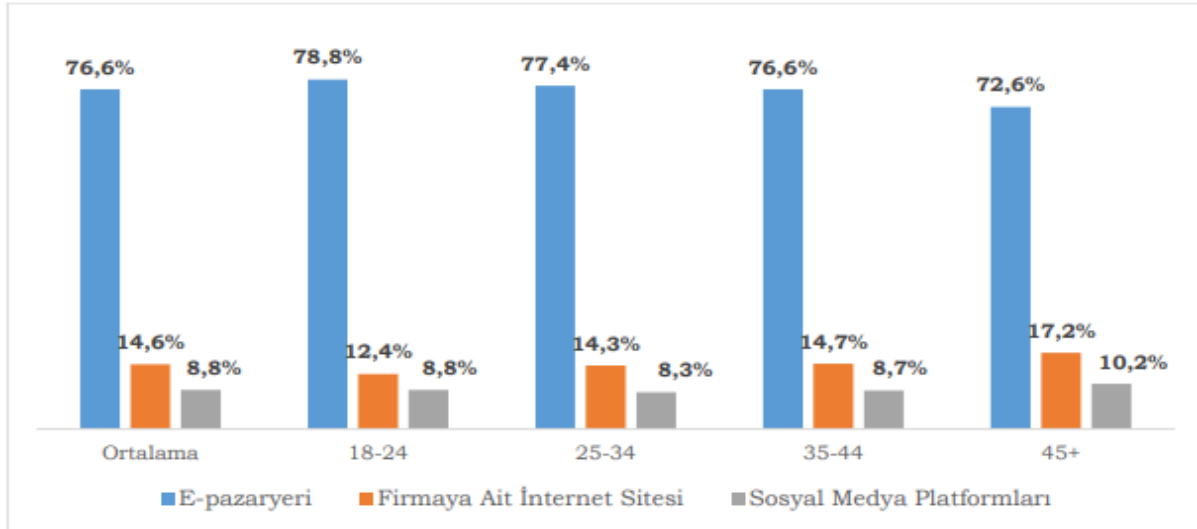
- (23) İnternet satış kanalları içinde e-pazaryerlerinin ağırlığına ilişkin olarak ise Sektör Raporu'nun 189. paragrafında satıcı kitlesinin %29,1'inin internet kanalı olarak sadece e-pazaryerlerini kullandığı, satıcıların %57,8'inin, e-pazaryerleri aracılığıyla yapılan satışlarının, internet kanalı satışları içindeki oranının %80 ve üzerinde olduğu, satıcıların internet kanalı satışlarının ortalama %68,5'inin e-pazaryerleri aracılığıyla elde edildiği ve önemli bir satıcı kitlesinin cirosunun, yüksek oranda e-pazaryerleri satışlarına bağlı olduğu tespit edilerek; e-pazaryerlerinin, satıcılar bakımından temel internet kanalı olduğu ortaya konulmuştur.
- (24) Benzer değerlendirmeler Kurulun 16.12.2021 tarih ve 21-61/859-423 sayılı kararında yer almaktadır. Kararda ülkemizde faaliyet gösteren teşebbüsler bakımından, incelemeye konu pazarlarda çevrim içi kanallarda yapılan satışlarda çevrim içi pazaryerlerinin teşebbüslerin kendi internet sitelerinden çok daha fazla kullanıldığı, yetkili bayilerin fiziksel kanallardan sonra görünürlüklerinin yüksek olduğu mecranın çevrim içi platformlar olduğu düşünüldüğünde çevrim içi kanalların yetkili satıcıların internet kanalına erişimi ve tüketiciye erişiminde oldukça önemli olduğu tespit edilmiştir.
- (25) Çevrim içi pazaryerlerinin toplam e-ticarette üstlendiği rolün önemine ek olarak beyaz eşya, tüketici elektroniği ve küçük ev aletlerini de kapsayacak nitelikteki elektronik ürünlerin e-pazaryerleri üzerinden yapılan satışlarına değinmek ve bu mecranın anılan sektör bakımından önemine yer vermek uygun olacaktır.
- (26) Sektör Raporu'nda, e-pazaryerleri üzerinde satılan ürün gruplarının gelişimi hakkında yapılan değerlendirmelerde ise çok kategorili e-pazaryerleri üzerinden, 2020 yılının ilk dokuz ayında gerçekleştirilen toplam 34,1 milyar TL'lik satış hacminin %40'ını, 'Elektronik' kategorisinin oluşturduğu, bu kategorinin altında telefon ve aksesuar, bilgisayar ve tablet, TV, ses ve görüntü sistemleri, beyaz eşya, elektrikli ev/mutfak aletleri, ısıtma ve soğutma sistemi, foto ve kamera ile video, oyun ve konsol ürünlerinin bulunduğu, elektronik kategorisinin, 2015 yılında 1,8 milyar TL olan hacminin, 2020 yılının dokuzuncu ayı itibarıyla 13,6 milyar TL'ye ulaştığı ve bu itibarla, incelenen dönemde, %619 oranında büyüme kaydettiği ifade edilmiştir.
- (27) Elektronik ürünlerin satın alınmasında çevrim içi ticaretin önemi diğer araştırmalarla da vurgulanmıştır. Ticaret Bakanlığı tarafından yayımlanan verilere göre elektronik ürünlerin çevrim içi ortamlarda satışının arttığı görülmektedir. Aşağıdaki grafikte 2021 yılında e-ticaret hacminin sektörlere göre dağılımına yer verilmiştir.

Grafik-1: 2021 Yılında E-Ticaret Hacminin Sektörel Dağılımı (Milyar TL)



Kaynak: 2021 Yılı E-Ticaret Bülteni (<https://www.eticaret.gov.tr/haberler/10040/detay>)

- (28) Grafik-1 çerçevesinde e-ticarette beyaz eşya ve küçük ev aletlerinin genel ticaretteki payına dikkat çekmek önemli olacaktır. Buna göre, Türkiye e-ticaret hacminde en yüksek paya sahip sektör 52,9 milyar TL ile beyaz eşya ve küçük ev aletleri sektörüdür.
- (29) Yukarıda yer verilen bilgilere ek olarak tüketicilerin çevrim içi alışverişlerde en çok hangi kanalı tercih ettikleri hususu da önem arz etmektedir. İlgili Sektör Raporu'nda, bu hususa ilişkin olarak tüketiciler nezdinde yapılan anket neticesinde ulaşılan sonuçlara aşağıdaki grafikte yer verilmektedir:
- (30) Grafik-2: Tüketicilerin Alışveriş Yaptığı Çevrim İçi Kanalların Dağılımı (%)



Kaynak: E-Pazaryeri Platformları Sektör İncelemesi Nihai Raporu

- (31) Bu bilgiler ışığında çevrim içi pazaryerlerinin internet kanalı satışlarında sağlayıcıların internet sitelerine göre üstünlüğünün bulunduğu ve bu doğrultuda tüketiciler nezdinde internet satış kanalının çevrim içi pazaryerlerinde satış ile neredeyse özdeşleştiği sonucuna ulaşılmaktadır.
- (32) Çevrim içi pazaryerlerinden yapılan satışlar hakkında beyaz eşya sektöründe faaliyet gösteren yetkili satıcıların görüşleri ise Kurulun 16.12.2021 tarih ve 21-61/859-423

sayılı kararında (BSH Muafiyet Kararı) yer almıştır. Buna göre, internetten beyaz eşya satışı yapan bayiler toplam beyaz eşya satışlarının yaklaşık %76'sını fiziksel mağazalarından; %9,48'ini markanın/sağlayıcının internet sitesinden; %7,53'ünü kendi internet sitesinden ve son olarak %7,48'ini çevrim içi pazaryerleri üzerinden yapmakta olup çevrim içi pazaryerlerinde satışları olumsuz olarak etkileyebileceği düşünülen en önemli faktörün sağlayıcının politikalarına uygun olmama endişesi (%87) olduğu ifade edilmiştir.

- (33) Bu çerçevede, ülkemizde çevrim içi ticaret kanalı üzerinden beyaz eşya başta olmak üzere elektronik kategorisinde yer alan ürünlerin satışlarının önemli ölçüde arttığı, çevrim içi ticaret kanalı içerisindeki en önemli mecra'nın e-pazaryerleri olduğu, nitekim tüketicilerin de çevrim içi alışverişlerde öncelikle e-pazaryerlerini tercih ettikleri, dolayısıyla bahse konu çevrim içi platformların yetkili satıcılar bakımından, gerek sağlayıcıların internet sitelerine gerekse yetkili satıcıların kendi kuracakları internet sitelerine kıyasla vazgeçilmez bir dağıtım kanalı olduğu, bu bakımdan e-platformların kapatılmasına yönelik eylemlerin bayilere internet satış kanalının kapatılması anlamına geleceği ve pasif satış yasağı teşkil edeceği sonucuna ulaşılmaktadır.
- (34) Yer verilen açıklamalar kapsamında BSH'nin yetkili satıcılarının çevrim içi pazaryerlerinde satış yapmasının yasaklaması davranışının 2002/2 sayılı Tebliğ'in 4. maddesinin birinci fıkrasının (c) bendinde düzenlenen hüküm bağlamında rekabet sorununa yol açtığı değerlendirilmektedir.
- (35) BSH'nin uyguladığı seçici dağıtım sistemi kapsamında, yetkili satıcılarına e-ticaret platformlarında satış yapma yasağı getirmesi ile fiziksel kanallarda yapılan satışlara yönelik olarak imzaladığı sözleşmelerde yer alan ve ayrıntılarına yukarıda değinilen hükümlerin, 2021/2 sayılı Rekabeti Sınırlayıcı Anlaşma, Uyumlu Eylem ve Kararlar ile Hâkim Durumun Kötüye Kullanılmasına Yönelik Önerilerde ve Soruşturmalarda Sunulacak Taahhütlere İlişkin Tebliğ'de tahdidi olarak sayılan açık ve ağır ihlallerden olmadığı, anılan davranışlardan kaynaklanan rekabet sorunlarının, mevzuatta aranan koşulları taşıyan taahhütlerin sunulması halinde giderilebilecek nitelikte olduğu değerlendirilmiştir.

H.4. BSH Tarafından Sunulan Taahhütlerin Değerlendirilmesi

- (36) 4054 sayılı Kanun'un 43. maddesinin üçüncü fıkrasında,
- “Yürütülmekte olan bir önaraştırma ya da soruşturma sürecinde 4 üncü veya 6 ncı madde kapsamında ortaya çıkan rekabet sorunlarının giderilmesine yönelik olarak ilgili teşebbüs ya da teşebbüs birliklerince taahhüt sunulabilir. Kurul söz konusu taahhütler yoluyla rekabet sorunlarının giderilebileceğine kanaat getirirse bu taahhütleri ilgili teşebbüs ya da teşebbüs birlikleri açısından bağlayıcı hale getirerek soruşturma açılmamasına veya açılmış bulunan soruşturmaya son verilmesine karar verebilir. Rakipler arasında fiyat tespiti, bölge veya müşteri paylaşımı ya da arz miktarının kısıtlanması gibi açık ve ağır ihlallerle ilgili olarak taahhüt kabul edilemez...”*
- hükmü yer almaktadır.
- (37) Taahhüt Tebliği'nin “Taahhüdün Niteliği” başlıklı 9. maddesinin ikinci fıkrasında, *“Taahhüt rekabet sorunlarıyla orantılı, bu sorunları gidermeye elverişli, kısa sürede yerine getirilebilir ve etkili şekilde uygulanabilir olmalıdır. Tarafların Kanuna uyacaklarına ilişkin genel beyanları taahhüt niteliği taşımaz.”* hükmü yer almaktadır.

- (38) Dosya kapsamında tespit edilen rekabet sorunlarının BSH tarafından sunulan taahhütler ile giderilip giderilemeyeceğinin ortaya konulabilmesi amacıyla tarafça sunulan taahhüt paketine ilişkin maddelere ve her biri hakkında yapılan değerlendirmelere aşağıda yer verilmiştir.

H.4.1. Fiziksel Mağazada Yapılacak Satışlara Yönelik Yetkili Satıcılar ile İmzalanan Sözleşme Hükümlerine İlişkin Taahhütler

- (39) BSH tarafından sunulan ilk taahhüt metninde;
- İlk olarak, BSH'nin TEKNOSA ile imzalamış olduğu sözleşmede yer alan (.....) hükmünün sözleşmeden kaldırılacağı,
 - İkinci olarak, BSH'nin, MEDIAMARKT ile gelecekte yapılacak olan ve ticari pazarlıkları hâlihazırda devam eden sözleşmede yer alan (.....) hükmüne ya da ve benzeri anlama gelecek başka bir hükme yer verilmeyeceği; BSH'nin, MEDIAMARKT ile sözleşmesiz olarak çalışılan dönem içerisinde bu hüküm ile aynı sonucu doğuracak fiili herhangi bir uygulamanın söz konusu olmayacağı,
 - Üçüncü olarak, BSH ile bayiler arasında akdedilmiş sözleşmenin "Konu" başlığı altında bulunan hükmün, (.....) şeklinde tadil edileceği,
 - Dördüncü olarak, BSH ile bayiler arasında akdedilmiş sözleşmenin "Sözleşme'nin Konusu" başlığı altında yer alan "(.....) hükmün kaldırılacağı ve seçici dağıtım sisteminde yer alan bayilerle yapılacak yeni sözleşmelerde bu hüküm ya da ve benzeri anlama gelecek başka bir hükmün yer almayacağı,
 - Beşinci olarak, Marka Münhasır Bayilik Sözleşmesi'nin "Satış ve Pazarlama Faaliyetleri" başlıklı maddesinde yer alan hükmün, (.....) şeklinde değiştirileceği taahhüt edilmiştir.
- (40) Yapılan değerlendirmede, sistem üyesi yeniden satıcılara getirilen aktif satış yasağına ve tek elden alım yükümlülüğüne ilişkin olan ve rekabet sorunu yaratan sözleşme maddelerinin sözleşmelerden çıkarılacağına yönelik olarak 1, 2, 3 ve 4 numaralı taahhütlerin rekabet sorunlarını gidermeye elverişli ve etkili şekilde uygulanabilir olduğu gerekçeleriyle kabul edilebileceği sonucuna varılmıştır.
- (41) 5 numaralı hususa ilişkin olarak sunulan taahhüde rağmen, anılan sözleşme hükmünün 2002/2 sayılı Tebliğ'in 4. maddesinin (c) ve (d) bentleri kapsamında pasif satış yasağı oluşturmaya devam ettiği anlaşıldığından, sunulan taahhüdün, tespit edilen rekabet sorunlarını gidermeye elverişli olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.
- (42) Bu çerçevede, sunulan ilk taahhütlere ilişkin olarak alınan 21.07.2022 tarih ve 22-33/524-M sayılı kararda fiziksel mağaza sözleşmelerindeki hükümlere ilişkin olarak sunulan 1, 2, 3 ve 4 numaralı taahhütlerin kabul edilmesine; 5 numaralı taahhüdün ise reddedilmesine karar verilmiştir.
- (43) Bu karar üzerine BSH tarafından sunulan revize taahhüt metninde aşağıdaki taahhütler sunulmuştur:
- (44) 2 numaralı hususa ilişkin olarak BSH, Kurul'un 21.07.2022 tarih ve 22-33/524-M sayılı kararında kabul edilen hususa ek olarak, MEDIAMARKT'ın "(.....)" şartı hakkında, bahse konu hükme ya da benzeri anlama gelecek başka bir hükme veya kurumsal kimlik ve marka imajına zarar vermemesi kaydıyla internetten yapılacak satışlarda önceden BSH'den izin alınmasını gerektirecek herhangi bir hükme yer verilmeyeceğini ve MEDIAMARKT ile sözleşmesiz olarak çalışılan dönem içerisinde bu hüküm ile aynı

sonucu doğuracak fiili herhangi bir uygulamanın söz konusu olmayacağını taahhüt etmiştir.

- (45) 5 numaralı hususta belirtilen, BSH ile bayiler arasında akdedilmiş sözleşmenin "Sözleşmenin Konusu" başlığı altında yer alan (.....) hükmünün sözleşmeden kaldırılacağı ve seçici dağıtım sisteminde yer alan bayilerle yapılacak yeni sözleşmelerde bu hüküm ya da ve benzeri anlama gelecek başka bir hükmün yer almayacağı taahhüt edilmiştir.
- (46) Yukarıda 2 ve 5 numaralı taahhütlere konu sözleşme maddelerinin ilgili sözleşmelerden çıkarılacağına ve aynı sonucu doğuracak fiili herhangi bir uygulamanın söz konusu olmayacağına yönelik taahhütlerin rekabet sorunlarıyla orantılı, bu sorunları gidermeye elverişli, kısa sürede yerine getirilebilir ve etkili şekilde uygulanabilir olduğu gerekçeleriyle kabul edilebileceği sonucuna varılmıştır.

H.4.2. Çevrim İçi Pazaryerlerindeki Satışlara İlişkin Sunulan Taahhüde İlişkin Değerlendirme

- (47) BSH'nin, yetkili satıcılarının çevrim içi platformlarda satış yapmasını yasaklamasının pasif satış yasakları kapsamında rekabet sınırlaması teşkil edebileceği değerlendirilmiştir. Bununla birlikte, yetkili satıcıların çevrim içi platformlarda satış yapmasının kısıtlanması Taahhüt Tebliği'nde ağır ve açık ihlal olarak tanımlanmadığından, ilgili davranış nedeniyle ortaya çıkan rekabet sorunları Taahhüt Tebliği çerçevesinde giderilebilecek niteliktedir.
- (48) BSH, aşağıda incelenecek olan koşulları yerine getiren yetkili satıcılara, çevrim içi platformlarda BSH markalı ürünlerin satışını yapma izni vereceğini taahhüt etmiştir. Buna göre, platform satışlarının düzenlenmesine ilişkin bir çözüm üretilmesi amacıyla, BSH tarafından, kendisi ve bayileri açısından uygulanması orantısız maliyetlere yol açmayacak ticari açıdan etkin bir yapıya geçileceği, bu çerçevede BSH'nin, aşağıdaki kriterlerin ilgili taraflarca sağlanması halinde BSH'nin seçici dağıtım sisteminde yer alan yetkili satıcılarının platformlar üzerinden serbestçe satış yapabileceğini kabul edeceği, kriterlerin genel itibarıyla yetkili satıcıların mağazaları ve çevrim içi satış sitelerinde sunulana eşdeğer bir tüketici deneyimi temin edilmesini sağlayacak şekilde yorumlanacağı, başka bir deyişle taahhüt metninde öngörülen koşulların yorumlanmasında ve uygulanmasında dikkate alınacak öncelikli ölçütün, platformdan yapılacak satışların yetkili satıcıların mağazalarından ve çevrim içi satış sitelerinden yapılacak satışlara olabildiğince benzer bir tüketici deneyimi sunması olduğu, kriterlerin, mağaza satışlarına ya da çevrim içi site satışlarına uygulananlara - durumun özelliklerinden kaynaklanan gereklilikler dışında- ek bir yükümlülük getirilmemesi esasında yorumlanacağı ifade edilmiştir.
- (49) Bu çerçevede, BSH tarafından sunulan ilk taahhüt paketinde platformlar tarafından yerine getirilmesi istenen bir dizi koşul ile yetkili satıcılar tarafından yerine getirilmesi öngörülen çeşitli koşullara yer verilmiştir. Buna göre aşağıdaki bölümde, platformlar ve yetkili satıcılar için ilk taahhüt paketinde getirilmesi öngörülen koşullara ve bunlar hakkındaki genel değerlendirmelere yer verilmiştir.

İlk Taahhüt Metni ile Platformlara Getirilen Koşullar:

- (50) BSH, yetkili satıcılarının satış yapabilmesi için çevrim içi platformların aşağıda yer verilen koşulları karşılaması gerektiğini ifade etmiştir:
1. Platformun, marka kullanımı kapsamında uygunluğu BSH tarafından teyit edilen reklamları yayınlamakta serbest olacağı,

2. Yetkili satıcının platform mağazasının, BSH'nin ilgili markası için belirlenen kurumsal standartlara uygun olması gerektiği,
3. Yetkili satıcıların platform mağazalarında yetkili satıcı rozetleri olması gerektiği,
4. Platformda BSH markalarının yalnızca yetkili satıcılar tarafından satılabileceği,
5. Yetkili satıcının platform mağazalarında ve BSH markalarının olduğu ürün sayfalarında tüketiciyi rakip markalara yönlendirecek uygulamaların olmaması gerektiği,
6. Tüketicilerin platformlarda yapmış olduğu aramalara istinaden oluşturulan sıralama kriterlerinin her yetkili satıcıya eşit şekilde uygulanması gerektiği,
7. BSH'nin, yetkili satıcıların platformlardaki satış süreçlerini ve hizmet kalitesini, yayımlanan kılavuz ve sözleşmeye bağlı olarak denetleyebileceği,
8. Platformun, BSH ile işbu taahhüt metninde belirlenen kriterlere uymayı kabul ettiği bir sözleşme akdetmesi gerektiği,
9. Platformun, yetkili satıcının yalnızca stokunda bulunan ürünlerin satışını yapabileceğini ve stokunda bulunmayan ürünlere ilişkin fiyat bilgisi veremeyeceğini bilmeyi ve BSH'ye bu gerekliliğin uygulanmasında gereken destek ve kolaylığı sağlayacağını taahhüt edeceği,
10. Platformun satılabilir ürün sona erdikten sonra fiyat paylaşmaya devam etmemesi gerektiği,
11. Yetkili satıcıların platform mağazasında ve ürün sayfalarında, yetkili satıcının BSH ile sözleşmesi kapsamında yer almayan ürün ve hizmetler satılmayacağı,
12. Platformun, tüm yetkili satıcılara sözleşme şartlarını ve ticari koşulları objektif kriterlere göre uygulaması gerektiği, süreç ve hizmetlerle ilgili olası değişiklikler hakkında BSH'ye ve tüm yetkili satıcılara eş zamanlı olarak bilgilendirmesi gerektiği,
13. Platformla yetkili satıcılar arasında BSH markalarının ve marka haklarının korunması, kriterlerin yorumlanması ve uygulanması ve tüketicinin korunması bakımından uygunluğu BSH tarafından teyit edilen bir standart sözleşme akdedileceği,
14. Platformun satılan ürün, trafik, adet, şikayet tipleri, profil, bayi ve ürün ile ilgili yorum / soru / cevap ve satıcı puan bilgilerini, mutabık kalınan teknik bir çözüm çerçevesinde BSH ile paylaşması gerektiği,
15. Platformun aynı alıcıya tek seferde aynı üründen dört adetten fazla satılmasını engelleyecek teknik çözümleri oluşturması gerektiği,
16. Platformların güvenlik ve hizmet kalitesi açısından gerekli güncel teknik yeterliliği sağlaması gerektiği,
17. Platformlarda sadece BSH'nin paylaştığı bilgilerin (ürün özellikleri / resimler / videolar, vb.) kullanılması ve gösterilmesi gerektiği,
18. Ürün fiyatlarının yetkili satıcı tarafından belirlenmesi gerektiği,
19. Mesafeli satış sözleşmesinde, satışa konu ürünlerin alıcısına temin edilmesinden satışı gerçekleştiren yetkili satıcının münhasıran sorumlu olduğu hususunun açıkça ifade edilmesi gerektiği,

20. Sistemlerin uygunluğu durumunda, tüketicilere sevkiyat takip etme imkânı sağlanması gerektiği,
 21. Platformlarda, yetkili satıcıya soru sorma imkânı sunulması gerektiği,
 22. Yetkili satıcının, satış işlemine ve ürüne ilişkin şikâyetleri iki gün içerisinde çözmesi gerektiği, şikâyetlerin bu süre içerisinde giderilememesi halinde BSH'nin müdahil olabilmesi için açık kalan şikâyetlerin BSH ile paylaşılması gerektiği,
 23. Tüketici değerlendirmesinin, mevzuat gereği ancak ürün satın alan kişilerce yapılabileceği,
 24. Mevzuat gereği olumlu / olumsuz tüm yorum ve puanlamaların yayınlanması gerektiği,
 25. Platformun, Yetkili Satıcının satış iptal işlemini ancak tüketici cayma hakkını kullanırsa yapılabileceğini, stok bulunmaması nedeniyle sipariş iptali yapılamayacağını bilmesi ve kabul etmesi gerektiği,
 26. Fiyatın geçerliliği ile ilgili bir süre veya stok sınırı var ise, bu sürenin ve stok miktarının açıkça belirtilmesi gerektiği.
- (51) BSH tarafından sunulan ilk taahhüt paketinde yer alan koşullar, yetkili satıcıların satış yapabileceği platformların sahip olması gereken kriterleri içermektedir. Söz konusu koşullar, platformların, yetkili satıcıların veya her ikisinin belirli kriterlere uymasını gerektirmektedir. Sunulan ilk taahhüt paketine göre, BSH yetkili satıcılarınca gerçekleştirilecek olan platform satışlarına aracılık hizmeti sunmak isteyen platformlar BSH ile Kurul tarafından kabul edilen koşulların yer aldığı sözleşmeyi imzalamaları halinde bu hizmeti sunabileceği anlaşılmıştır. Diğer bir ifadeyle BSH, söz konusu koşulları kabul ederek sözleşme imzalayan platformlarda yetkili satıcılarının satış yapmalarına izin vereceğini taahhüt etmiştir.
- (52) BSH'nin, yetkili satıcılarının satış yapabileceği platformların hangi kriterlere sahip olması gerektiği hakkında sunmuş olduğu koşullar öncelikle, 2002/2 sayılı Tebliğin birinci fıkrasının (c) bendi kapsamında değerlendirilmiş olup bunun için söz konusu kriterlerin pasif satış kanalı olarak kabul edilen çevrim içi platformlarda yapılacak satışları engelleyip engellemeyeceği ele alınmıştır. Anılan koşulların mutlak satış yasağı teşkil etmediğinin tespiti halinde, Dikey Kılavuz'un 28. ve 29. maddelerinde yer alan açıklamalar çerçevesinde, bunların gerekçesinin dağıtımın niteliği ve kalitesi ile marka imajının korunması ve/veya potansiyel etkinliğin artırılması gibi unsurlar bakımından objektif olarak somut, makul ve kabul edilebilir olup olmadığı ile fiziksel kanallara getirilen kriterlerle aynı amaca hizmet edip etmedikleri, karşılaştırılabilir sonuçları sağlayıp sağlamadıkları ve nihayet her iki dağıtım kanalının doğasından kaynaklanan farklılıkları doğrulayacak nitelikte olup olmadıkları değerlendirilmiştir.
- (53) Bunlara ek olarak, açıklanan nitelikleri taşıyan koşulların Taahhüt Tebliği kapsamında aranan niteliklere sahip olup olmadığı incelenmiştir. Taahhüt Tebliği'nin uygulanmasına açıklık getirmek ve belirlilik sağlamak adına, ilgili kavramlar Tebliğin 4. maddesinde tanımlanmıştır. Buna göre, taahhüt, ilgili tarafın sunacağı, kendi piyasa davranışlarını düzenlemeye yönelik yükümlülükler veya belirli faaliyetlerin yahut ortaklık paylarını ya da mal varlıklarını kendisinin devretmesi gibi yükümlülükler olarak tanımlanmıştır. Taahhüt sunan taraf dışındaki kişiler ise üçüncü kişiler olarak kabul edilmektedir.
- (54) Taahhüt Tebliği'nin m. 9/3 hükmünde üçüncü kişilerin eylemlerine yönelik taahhütte bulunulamayacağı belirtilmiştir. Bu hüküm çerçevesinde, BSH'nin platformlara yönelik

getireceği kriterlerin üçüncü kişi niteliğindeki platformun eylemlerine yönelik olup olmadığı hususu ele alınmış ve bahse konu koşulları içeren taahhütlerin bu bağlamda kabul edilir olup olmadığı değerlendirilmiştir.

- (55) Bu bağlamda, BSH tarafından belirlenen koşullar, Dikey Kılavuz ve Taahhüt Tebliği hükümleri kapsamında ele alınmış olup bu koşulların mevzuatta aranan nitelikleri sağlayıp sağlamadığı değerlendirilmiştir. Yapılan değerlendirme neticesinde BSH tarafından belirlenen birçok koşulun esas itibarıyla dağıtımın niteliği ve kalitesini, marka imajını ve/veya potansiyel etkinliği artırıcı vb. unsurlar bakımından objektif olarak somut, makul ve kabul edilebilir olduğu ancak uygulanmasının usulen çeşitli sakıncalar barındırdığı kanaatine varılmıştır. BSH yetkili satıcılarına getirilmesi halinde kabul edilebilecek nitelikte olan çeşitli koşullar üçüncü taraf konumunda olan platformlara da yükümlülük getirdiği durumda kabul edilmemiş, ilgili koşulun yalnızca BSH ile yetkili satıcı arasında akdedilecek olan sözleşmede yer almasının daha uygun olacağı kanaatine varılmıştır. Belirli koşulların ise, dağıtımın niteliği ve kalitesini destekleme, marka imajını koruma ve/veya potansiyel etkinliği artırma vb. unsurlar bakımından objektif olarak somut, makul ve kabul edilebilir nitelikte olmadığı gerekçesiyle yetkili satıcıya getirilmesinde de uygunluk görülmemiştir.
- (56) Özetle, yukarıda açıklanan hususlar doğrultusunda nihai olarak, ilk taahhüt paketinde yer alan söz konusu koşullar hakkında yapılan değerlendirmelerde, çevrim içi pazaryerlerine getirilmek istenen koşullara yönelik olarak; 1, 4, 5, 7, 11, 13, 14, 16 ve 22 numaralı koşulların Dikey Kılavuz'un 28. ve 29. paragraflarında yer alan nitelikleri taşımadığı, bu nedenle söz konusu koşulların kabul edilemeyeceği sonucuna ulaşılmıştır. Diğer koşulların ise dağıtımın niteliği ve kalitesini destekleme, marka imajını koruma ve/veya potansiyel etkinliği artırma vb. unsurlar bakımından objektif olarak somut, makul ve kabul edilebilir nitelikte olduğu; ancak Taahhüt Tebliği'nin 9. maddesinin üçüncü fıkrası uyarınca "üçüncü kişilerin eylemlerine yönelik taahhüt getirilemeyeceği" kuralından hareketle kabul edilemeyeceği kanaatine ulaşılmıştır. Bu değerlendirmeye istinaden, 21.07.2022 tarih ve 22-33/524-M sayılı karar ile çevrim içi pazaryerlerindeki satışlara ilişkin getirilmek istenen koşullara yönelik olarak sunulan ilk taahhüdün reddedilmesine karar verilmiştir.
- (57) Bunun üzerine 02.08.2022 tarih ve 29975 sayılı yazı ile Kurum kayıtlarına intikal eden revize taahhüt metninde, BSH tarafından, platformların eylemlerine yönelik herhangi bir koşul getirilmesi öngörülmemiş, ilk taahhüt paketinde platformlara getirilmesi planlanan ve yukarıda sıralanmış olan 3, 5, 6, 12, 14, 15, 17, 18 ve 21 numaralı koşulların ise yetkili satıcıların çevrim içi pazaryerlerinden yapacakları satışlara ilişkin koşullar olarak getirilmesi şeklinde değişiklik yapılmıştır. İlgili koşullara ilişkin değerlendirmeler devam eden bölümlerde ayrıntılı olarak yer almaktadır.

İlk Taahhüt Metni ile Yetkili Satıcıların Çevrim İçi Pazaryerlerinden Satışlarına Getirilen Koşullar

- (58) İlk taahhüt paketinde, yetkili satıcıların e-pazaryerlerinde satış yapmalarına yönelik olarak yerine getirmesi öngörülen çeşitli koşullara yer verilmiştir. Bu koşullar hakkında yapılan değerlendirmeler neticesinde, 21.07.2022 tarih ve 22-33/524-M sayılı kararda 4 numaralı koşul dışında kalan koşulların tamamının kabul edilmesine; 4 numaralı koşulun reddedilmesine karar verilmiştir. 4 numaralı koşulda BSH'nin "*Yetkili satıcı, yalnızca BSH'nin çerçeve sözleşme yapmış olduğu platformlarda satış yapabilir.*" düzenlemesini getirmek istediği görülmektedir. Yetkili satıcının BSH ile arasında çerçeve sözleşme bulunmayan platformlarda BSH ürünlerinin satışını gerçekleştirmemesi koşulunun aranmasının, yetkili satıcıların çevrim içi satışlarını fiilen

caydırabileceği değerlendirilmiş ve söz konusu koşul objektif olarak somut, makul ve kabul edilebilir olmadığı gerekçesiyle reddedilmiştir.

- (59) BSH tarafından sunulan revize taahhüt paketinde, aşağıda yer alan ve yetkili satıcılara internet satış kanalına yönelik olarak getirilmek istenen ilk dokuz koşulun önceki taahhüt paketinde platformlara getirilmesi öngörülen koşullar olduğu; diğer koşulların ise önceki taahhüt paketinde de yetkili satıcıların internet satışlarına yönelik olarak getirilmiş olduğu ve bazılarının da esası aynı kalmakla birlikte lafzının değiştirildiği anlaşılmaktadır.

Revize Taahhüt Metni ile Yetkili Satıcıların Çevrim İçi Pazaryerlerinden Satışlarına Getirilen Koşullar

- (60) BSH tarafından gönderilen ve 02.08.2022 tarih ve 29975 sayı ile Kurum kayıtlarına intikal eden revize taahhüt metnine göre BSH, platform satışlarının düzenlenmesine ilişkin sürdürülebilir bir çözüm üretilmesi amacıyla, BSH ve bayileri açısından uygulanması orantısız maliyetlere yol açmayacak, ticari açıdan etkin bir yapıya geçileceğini, bu çerçevede aşağıdaki koşulların ilgili taraflarca sağlanması halinde BSH'nin seçici dağıtım sisteminde yer alan yetkili satıcılarının platformlar üzerinden serbestçe satış yapabileceğini taahhüt etmiştir. BSH tarafından yapılan değişiklikleri içeren revize taahhüt paketinde yer alan ve ilk taahhüt paketinde kabul edilebilir bulunanlara ek olarak revize taahhüt paketinde ilk kez sunulan koşulların değerlendirilmesine aşağıda yer verilmiştir.

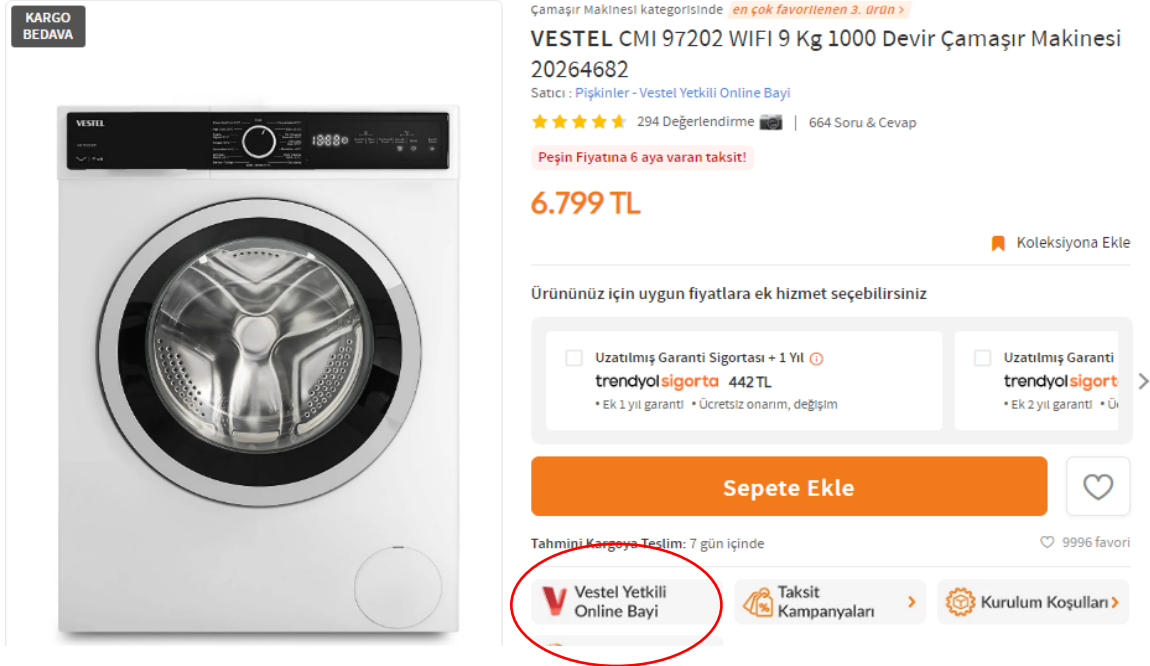
Madde 1: "Yetkili satıcıların, platform mağazalarında yetkili satıcı rozetleri olmalıdır."

- (61) Bu hüküm ilk taahhüt paketinde platformlara getirilmesi öngörülen koşullar arasında yer almakta olup revize pakette yetkili satıcılara çevrim içi platformlarda yapılacak satışlara ilişkin olarak getirilen bir koşul olarak sunulmuştur.
- (62) BSH tarafından getirilen koşula yönelik değerlendirme yapabilmek üzere pazaryerlerinin görüşlerine başvurulmuştur. Bu kapsamda (.....), yetkili satıcıların marka ile yaptıkları anlaşmalara istinaden yetkilendirildiğini, satıcı seçiminde (.....)'un ekstra bir kontrol sağlamadığını, sağlayıcıdan gelen yetkili satıcı listesi baz alınarak yetkili satıcılara rozet verildiğini ve bugüne kadar bu yönde gelen hiçbir talebin reddedilmediğini beyan etmiştir. (.....), yetkili satıcı rozeti uygulamasının bulunmadığını, sağlayıcılar tarafından satıcılara yetkili satıcı belgesi verildiğini, yetkili satıcı olduğu iletilen satıcılar özelinde, satıcı isimlerine ilgili markanın yetkili satıcısı olduğuna dair ibare eklendiğini, buna örnek olarak "satıcı adı-Vestel Yetkili Online Bayi" uygulamasının gösterilebileceğini belirtmiştir. (.....), yetkili satıcı listelerini paylaşan sağlayıcılar bakımından üye satıcıların yetkili satıcı olup olmadığının kontrolüne yönelik olarak bir denetim mekanizması bulunduğunu, yapılan denetimin evrak üzerinden gerçekleştirildiğini, satıcının beyanında yer alan ticari unvanın yetkili satıcı listesinde bulunması halinde bu satıcının yetkili satıcı rozetini kullanmasına izin verildiğini ifade etmiştir. Son olarak (.....), yetkili çevrim içi bayi süreci kapsamında, markaların bu yönde bir talebi olması halinde, ilettikleri "firma ismi" ve "vergi numarası" bilgisine istinaden ilgili mağazaya "Yetkili Online Bayi" rozeti verilebileceğini, bazı markalar için marka sahibinin kaşeli ve imzalı "Yetkili Bayi" dilekçesinin de kabul edilerek ilgili rozetin verilebileceğini beyan etmiştir.
- (63) İlaveten sağlayıcı konumunda olan VESTEL'in hâlihazırda benzer bir uygulamasının da bulunduğu bilinmektedir. VESTEL, uygulaması ile yetkili satıcıların kendi internet

sitesi için standart hale getirdiği mağaza kriterleri içerisinde "ticari unvan bilgisi" ile "yetkili satıcı rozeti" kriterini pazaryerlerinde de uygulamaktadır.

- (64) Aşağıdaki görselde bir VESTEL yetkili satıcısının TRENDYOL pazaryeri üzerinden yapmış olduğu satışa ilişkin görsel yer almaktadır. Söz konusu görsele bakıldığında sol alt köşede satıcının VESTEL tarafından atanmış yetkili satıcı olduğuna ilişkin rozetin yer aldığı görülmektedir.

Görsel 1: Vestel Yetkili Satıcı Rozetini Gösteren Platform Sitesi



- (65) Yetkili satıcı sayfası, sadece o yetkili satıcıya ait ürün içeriklerinin yer aldığı ve rakiplere ilişkin herhangi bir bilginin bulunmadığı sayfadır. Öte yandan Bosch Marka Münhasır Bayilik Sözleşmesi'nin 2.2. "BAYİ'nin sorumluluğu" başlıklı maddesi incelendiğinde (.....) hükmü yer almaktadır. Buradan, BSH yetkili satıcılarının fiziki satış noktasında BSH'ye rakip herhangi bir ürünün satışını gerçekleştiremeyeceği anlaşılmaktadır. Bu bağlamda söz konusu husus eşdeğerlik prensibi kapsamında ele alındığında, BSH'nin yetkili satıcılarından fiziksel satış kanalı için getirdiği kriterleri internet sitesinde veya platform yetkili satıcı mağaza sayfasında yerine getirmelerini talep etmesinin makul olduğu ve aynı amaca hizmet ettiği değerlendirilmiştir. Dolayısıyla söz konusu koşulun kabul edilebilir olduğu kanaatine ulaşılmıştır.

Madde 2: "Yetkili satıcı platform mağazalarında tüketiciyi rakip markalara yönlendirecek uygulamalar olmamalıdır."

- (66) Bu koşul ilk taahhüt paketinde platformlara yönelik olarak "Yetkili satıcı platform mağazalarında ve BSH markalarının olduğu ürün sayfalarında tüketiciyi rakip markalara yönlendirecek uygulamalar olmamalıdır." şeklinde sunulmuştur. Bu koşul Kurul'un ilgili kararıyla reddedildikten sonra yetkili satıcıya yönelik olarak ve kapsamı yetkili satıcının platform mağazasıyla sınırlı olacak şekilde revize edilmiştir.
- (67) Söz konusu koşulun içeriğine bakıldığında, BSH'nin yetkili satıcı platform mağazalarında tüketicinin BSH ürünleri konusunda seçim yapmasını zorlaştıracak ya da seçimini değiştirecek şekilde rakip bilgilerinin yer almasını engellemek istediği anlaşılmaktadır. Yetkili satıcı mağazasının, yetkili satıcı tarafından satışa sunulan

ürünlerin tamamının sergilendiği, bu anlamda yetkili satıcının fiziksel mağazasına benzer özellikleri taşıyan bir mecra olduğu anlaşılmaktadır. Yetkili satıcı sayfası sadece o yetkili satıcıya ait ürün içeriklerinin yer aldığı ve rakiplere ilişkin herhangi bir bilginin bulunmadığı sayfadır.

- (68) Öte yandan Bosch Marka Münhasır Bayilik Sözleşmesi'nin "2.2. BAYI'nin Sorumluluğu" başlıklı maddesinde, (.....) ifadesi yer almaktadır. İlgili düzenlemeden, BSH yetkili satıcılarının fiziki satış noktasında BSH'ye rakip herhangi bir ürünün satışını gerçekleştiremeyeceği anlaşılmaktadır. Bu bağlamda söz konusu husus eşdeğerlik prensibi kapsamında ele alındığında BSH'nin yetkili satıcılarından fiziksel satış kanalı için getirdiği kriterleri internet sitesinde veya platform yetkili satıcı sayfasında yerine getirmelerini talep etmesinin makul olduğu ve aynı amaca hizmet ettiği değerlendirilmiş ve söz konusu koşulun kabul edilebilir olduğu kanaatine ulaşılmıştır.

Madde 3: "Yetkili satıcı, tüketicilerin platformda yapmış olduğu aramalara istinaden oluşturulan sıralama için kullanılan kriterlerin, her yetkili satıcıya eşit şekilde uygulandığı platformlarda satış yapabilecektir."

- (69) Söz konusu koşul ilk taahhüt paketinde platformların yerine getirmesi gereken bir koşul olarak "tüketicilerin platformlarda yapmış olduğu aramalara istinaden oluşturulan sıralama için kriterler her yetkili satıcıya eşit şekilde uygulanmalıdır" şeklinde sunulmuştur. İlgili koşulun içeriği aynı kalmakla birlikte, yetkili satıcıya getirilen platform satış kanalına yönelik bir koşul olarak değiştirildiği görülmektedir.
- (70) BSH tarafından uygulanmak istenen söz konusu koşulun gerekçesinin esas olarak seçici dağıtım sisteminin de temelini oluşturan yetkili satıcılar arasında ayırım gözetmeden seçim yapma ilkesinin platform satışları bakımından da sürdürülmek istenmesi olduğu anlaşılmaktadır. Zira ayırıcı bir uygulama, BSH'nin dağıtım sistemine zarar verebileceği gibi yetkili satıcılar arasında memnuniyetsizliğe de sebep olabilecektir.
- (71) Konuyla ilgili çevrim içi pazaryerlerinden elde edilen bilgilere örnek vermek gerekirse, (.....) tarafından gönderilen cevabi yazıda satıcı puanlarının belirli kriterler ile tespit edildiği, bu kriterlerin bir ürünün ne sıklıkta tıklandığı, sepete eklendiği veya satın alındığı, başlık ve açıklama gibi ürün bilgileri, belirli bir alışveriş sorgusuna yanıt olarak alışveriş sorgusu sonuçları, ürünün mevcudiyeti, fiyatı ve teslimat süresi olduğu belirtilmiştir.
- (72) (.....) tarafından gönderilen cevabi yazıda, mağaza puanlarının, sipariş süreçlerinde yaşanacak olumlu ve olumsuz deneyime göre hesaplanarak mağazanın performansını yansıttığı, yapılan hesaplamanın şeffaf olup tüm mağazaların erişim sağlayabileceği (.....) üzerinde yayınlandığı ifade edilmiştir. Bu kapsamda, mağaza puanının son üç aylık performans verilerine göre günlük olarak ölçümlendiği belirtilmiştir. (.....) tarafından mağaza puanını etkileyen kriterler sipariş ret, kargo gecikmesi, müşteri yorumu, müşteri soru-cevap dönüş hızı ve memnuniyeti, sorunlu iade sayısı (cayma hakkı iade talepleri hariç) olarak belirtilmiştir.
- (73) (.....), tüm satıcılar için puan hesabının son altı aylık satışlara bakılarak aynı şekilde yapıldığını, bu periyotta en az 10 siparişi olan satıcıların, müşterilerin satış ile ilgili değerlendirmelerinin %25'inin, satıcının kusurlu bulunduğu iptal, iade (hatalı, hasarlı, eksik ürün vb.), gecikme (satıcının taahhüt ettiği süreden sonra kargoya verme) ve yardım biletlerinin belirtilen periyottaki tüm siparişlere oranlarının ise %75'inin dikkate alınarak algoritma ile hesaplandığını belirtmiştir.

- (74) (.....) tarafından gönderilen cevabi yazıda mağaza puanı değerlendirmesi yapılırken, satılan her ürünün bulunduğu ürün grubuna göre tüm satıcıların tedarik edilmeme oranı, kargoya zamanında teslim oranı, ürün iade oranı, kusurlu ürün iade oranı, ihtilaflı iade oranı, iadeye dönüş süresi, paketleme puanı, ortalama ürün puanı, müşteri şikâyet oranı, 12 saat içinde cevaplama oranı ve bir saat içinde cevaplama oranı gibi kriterlerin dikkate alındığı belirtilmiştir.
- (75) (.....), arama algoritmasının bütün satıcılar bakımından aynı şekilde uygulandığını ve satıcılar bakımından kriter farklılaşmasına gidilmediğini, bununla birlikte özellikle çok sayıda sağlayıcının bulunduğu ürünlerde “öne çıkan” ya da “sponsorlu” ürün ifadesi ile bazı ürünlerin ücretli gösterimlerinin de yapılabildiğini, ancak beyaz eşya kategorisinin çok sayıda satıcının faaliyet gösterdiği bir ürün kategorisi olmaması nedeniyle bu alanda “öne çıkan”, “sponsorlu ürün” uygulamasının sıklıkla rastlanan bir uygulama olmadığını ifade etmiştir.
- (76) Yukarıda yer alan açıklamalar çerçevesinde pazaryerlerinin yetkili satıcı puanlarının oluşumunun değişkenlik gösterdiği görülmektedir. Bununla birlikte, pazaryerlerinden gelen cevabi yazılardan, satıcı puanlarının, genel olarak kargo-teslimat imkânları ve tüketici memnuniyetini (müşteri yorumu, müşteri soru-cevap dönüş hızı, iade, şikâyetlere dönüş hızı vb.) göz önünde bulundurduğu ve üye satıcının başarısını yansıttığı anlaşılmaktadır. Dolayısıyla söz konusu kriterlerin hâlihazırda, bilgi talebinde bulunan pazaryerleri tarafından objektif ve eşit bir biçimde tüm üye satıcılar bakımından uygulandığı anlaşılmaktadır. İlâveten pazaryerlerinin beyanlarından anlaşıldığı üzere, kriterlerin uygulanması aşamasında seçici dağıtım sistemine de uygun şekilde tüm satıcılara eşit şekilde bir tutum sergilenmekte olup, pazaryerlerinin ilgili uygulamaları BSH'nin endişelerini karşılar niteliktedir. Tüm bu açıklamalar ve değerlendirmeler ışığında BSH tarafından getirilmek istenen koşulun makul ve kabul edilebilir olduğu değerlendirilmiştir.

Madde 4: “Yetkili Satıcı, sözleşme şartlarının ve ticari koşulların tüm BSH yetkili satıcılarına objektif kriterlere göre uygulandığı; Yetkili satıcının, platformdaki süreç ve hizmetlerle ilgili olası değişiklikler hakkında derhal bilgilendirildiği platformlarda satış yapabilecektir.”

- (77) Bu hususa ilişkin olarak ilk taahhüt paketinde platformlara “*Platform, tüm yetkili satıcılara sözleşme şartlarını ve ticari koşulları objektif kriterlere göre uygulamalıdır. Süreç ve hizmetlerle ilgili olası değişiklikler hakkında BSH ve tüm yetkili satıcılar eş zamanlı olarak bilgilendirilmelidir.*” şeklinde bir yükümlülük getirilmiştir. İlgili koşulu da içeren taahhüt Kurul tarafından reddedildikten sonra sunulan revize pakette bu koşul yetkili satıcıya yönelik olarak ve esası aynı kalacak şekilde revize edilmiştir.
- (78) İlgili koşul incelendiğinde, platformlar tarafından BSH yetkili satıcılarına ayrımcı uygulama yapmasının önüne geçilmeye çalışıldığı, bu kapsamda platformlardan tüm yetkili satıcılara objektif kriterler çerçevesinde işlem yapmasının beklendiği anlaşılmaktadır. Bu koşula göre, platform tarafından satış hacmi veya satış değeri bakımından eşit durumdaki yetkili satıcılara birbirinden farklı nitelikte ticari teşvik, destek ve benzeri uygulamalarda bulunulamayacaktır.
- (79) Nitekim seçici dağıtım sisteminde sistem üyesi yetkili satıcılar arasında ayrımcılık yapılmaması ve objektif kriterlere dayalı koşulların uygulama alanı bulması gerekmektedir. Böylelikle yeniden satıcılar arasındaki etkin rekabetin korunması amaçlanmaktadır. Bu bağlamda, BSH'nin, sözleşme şartlarının ve ticari koşulların tüm yetkili satıcılarına objektif kriterlere göre uygulanmasını talep etmesinin makul ve kabul edilebilir olduğu değerlendirilmiştir.

Madde 5: “Yetkili Satıcı, BSH ile, platformda yapılan satışlarla ilgili erişebildiği istatistiki bilgileri paylaşacaktır veya platform tarafından BSH ile paylaşılmasına izin verecektir.”

- (80) Bu koşul ilk taahhüt paketinde platformlara “*Platform, BSH ile, satılan ürün, trafik, adet, şikayet tipleri, profil, bayi ve ürün ile ilgili yorum / soru / cevap ve satıcı puan bilgilerini, mutabık kalınan teknik bir çözüm çerçevesinde paylaşacaktır.*” şeklinde bir yükümlülük olarak sunulmuştur. Koşulun revize edilmiş haline, önceden platformlardan talep edilen bilgilere ek olarak yetkili satıcılardan satış yapılan platformlar ve bu platformlarda satış yapmaya başlama tarihi ile satış yapmaya son verilen platformlar ve satışa son verilme tarihine ilişkin iki tür bilginin de talep edilmesi koşulunun eklendiği görülmektedir.
- (81) BSH tarafından talep edilen bilgiler, platformlar tarafından platform üyesi satıcılara sağlandığından yetkili satıcıların uhdesinde bulunabilecek türden bilgilerdendir. Keza platformlar ile yapılan görüşmelerde bu tür bilgilerin platform tarafından üye satıcılar ile paylaşıldığı bilgisi edinilmiştir.
- (82) Üye satıcılar ile paylaşılan bilgilerin niteliğine ilişkin olarak (.....) tarafından; üye satıcıların satış verilerine satış paneli üzerinden erişebildiği, satıcılar ile satıcı panelinde günlük net ciro, satış raporları, iade raporları, iptal raporları, operasyonel metrikler, satılan ürün bilgisi, satış trafiği, ciro miktarı, satış adedi, şikâyetler, satış ya da ürün profili, satışa dönüş oranı, ziyaret sayıları, bayi/satıcı ve ürün ile ilgili yorum/soru/cevap bilgileri, satıcı puan bilgileri, satıcılara yapılan değerlendirmeler gibi ticari faaliyetlerini doğrudan veya dolaylı olarak etkileyebilecek verilerin anlık veya günlük olarak değişen sıklıklarla paylaşıldığı belirtilmiştir. Buna ek olarak, pazarlama (*marketing*) yatırımı bulunan markalara yatırımlarını ve bunların geri dönüşlerini takip edebilmeleri amacıyla raporlama yapılabilmektedir. Bu raporlarda, markaların ürünlerinin satışını yapan tüm satıcılardan gelen veriler sunulmakta; bu veriler i) tüm satıcılar ve ii) yetkili satıcılara ilişkin olmak üzere kümülatif olarak verilebilmektedir. Satıcı bazında data paylaşılmamakta olup yetkili satıcıların kümülatif datasının paylaşımı için de yetkili satıcıların onayı gerekmektedir. Satış adedi, ciro, sipariş sayısı, favorilenme sayısı, sepet büyüklüğü, ürünlerin yorum ve puanları gibi bilgiler paylaşılmaktadır.
- (83) Konuya ilişkin olarak (.....) tarafından, ürünün satıcısı ile satışları kapsamında veri paylaşımı yapıldığı, her bir satıcının kendi erişimi olan bir “*satıcı ofisi/seller office*” uygulamasının mevcut olduğu, görüntülenme, favorilere eklenme ve satış adedi verilerinin ve müşterinin ad-soyad, T.C. kimlik numarası, adres, e-posta, iletişim numarası, ürün bilgisi ve fatura tutarı gibi fatura bilgilerinin satıcı ofisi üzerinden doğrudan satıcılarla paylaşıldığı, marka sahibi sağlayıcıların, üçüncü ve farklı bir tüzel kişi olarak markaları özelinde başka tüzel kişilerin yaptıkları satışlara ilişkin satılan ürün bilgisi, satış trafiği, ciro miktarı, satış adedi, şikâyetler, satış ya da ürün profili, bayi/satıcı ve ürün ile ilgili yorum/soru/cevap bilgileri, satıcı puanı bilgileri gibi müşteri ve/veya satış verilerini platformdan talep etme imkânlarının olmadığı, (.....) bu verilerin paylaşılmasını sağlayan özel bir yazılım veya programının bulunmadığı ifade edilmiştir.
- (84) (.....) tarafından, üçüncü kişilere ait bilgilerin sağlayıcılar ile paylaşılmasının uygun olmayacağı, müşteri bilgileri gibi kişisel veri içeren bilgilerin 6698 sayılı Kişisel Verilerin Korunması Kanunu (KVKK) uyarınca da paylaşılamayacağı, sağlayıcılarla yetkili satıcılara ait verilerin paylaşımının ise genel itibarıyla istatistiki veri niteliğinde paylaşılması şeklinde olabileceği, hâlihazırda bu yönde bir veri paylaşımı yapılan bir sağlayıcı bulunmadığı ve böyle bir talebin gelmediği, veri aktarımının teknik olarak mümkün olduğu ancak bunun (.....) inisiyatifinde olacağı ifade edilmiştir.

- (85) (.....) tarafından, platformun içerisindeki “bana özel” sayfası kapsamında sağlayıcılarla paylaşılan bilgiler haricinde, marka veya sağlayıcı özelinde kurgulanmış bir veri/bilgi paylaşımının veya bu veri/bilgi paylaşımını sistematik hale dönüştüren teknik yazılım/program/entegrasyonun söz konusu olmadığı, teknik açıdan böyle bir veri/bilgi paylaşımının anlık/günlük olarak, çeşitli program veya yazılımlar üzerinden, ücretli veya ücretsiz olarak, gerçekleştirilmesinin mümkün olduğu, ancak mevcut veri tabanının paylaşılmasının ayrı bir ticari değer olduğu, söz konusu bilgilerin büyük bir kısmının satıcılarda bulunduğu belirtilmiştir.
- (86) (.....) tarafından, satıcıların kendi ürünlerinin yanı sıra (.....) tarafından satılan ürünlere ilişkin müşteri puanları ve müşteri değerlendirmeleri de dahil olmak üzere, (.....)’nda herkese açık olarak sunulan çeşitli bilgilere erişebildiği, satıcıların kullanımına sunulan verilerin, satış hacimlerini, alışveriş dönüşüm oranlarını ve kendi faaliyetlerine/satışlarına ilişkin müşteri değerlendirmelerini içerdiği belirtilmiştir.
- (87) Söz konusu koşulun gerekçesine yönelik yapılacak değerlendirmede, Dikey Kılavuz’un 28. ve 29. paragraf hükümleri dikkate alınmalıdır. Buna göre sağlayıcı, çevrim içi satışların yapılacağı mecralara yönelik olarak koşullar getirebilecek olmakla birlikte, koşulların amacı, dağıtımın niteliği ve etkinliği, marka imajının korunması gibi dağıtım sisteminin yapısına yönelik unsurlar bakımından makul ve kabul edilebilir olmalıdır. Bu koşullar, fiziksel satış kanalına getirilenlerle özdeş olmamakla birlikte aynı amaca hizmet etmeli ve karşılaştırılabilir sonuçlar doğurmalıdır.
- (88) Bu kapsamda, BSH tarafından talep edilen tüketici şikâyetleri ve kategorileri, satıcı puan bilgileri verisi ile birlikte, şikâyetlere zamanında müdahale edilerek marka imajının korunmasının amaçlandığı, bunun yanında talep edilen bir başka veri olan, mağazada satılan marka/kategori/ürün bilgisi ile yetkili satıcılara getirilen koşullar kapsamında yer alan “Yetkili satıcı, platform mağazasında sadece fiziki mağazasında satışını yaptığı marka ve ürünleri satabilir.” hükmünün korunmasının sağlanmaya çalışıldığı, yetkili satıcı platform mağazası tüketici grafiği, satılan ürün bilgileri vb. veriler ile dağıtım ağının etkinliğinin ölçülmeye çalışıldığı anlaşılmaktadır. Bu doğrultuda ilgili taahhüt maddesinde yer alan koşulun Dikey Kılavuz’un 28. ve 29. paragraflarına uygun olduğu, fiziksel kanalda aranan koşullarla aynı amaca hizmet ettiği ve karşılaştırılabilir sonuçlar doğurduğu, bu gerekçelerle makul ve kabul edilebilir nitelik taşıdığı sonucuna ulaşılmıştır.

Madde 6: “Yetkili satıcı aynı alıcıya tek seferde aynı üründen dört adetten fazla satılmasını engelleyecek teknik çözümleri oluşturan platformlarda satış yapabilecektir.”

- (89) BSH tarafından sunulan ilk taahhüt paketinde bu koşul platformlara yönelik olarak “Platform aynı alıcıya tek seferde aynı üründen dört adetten fazla satılmasını engelleyecek teknik çözümleri oluşturacaktır.” şeklinde getirilmiştir. Esasına ilişkin değişiklik yapılmayan bu koşulun revize pakette yetkili satıcıya yönelik olarak dizayn edildiği görülmektedir.
- (90) Seçici dağıtım sistemi uygulayan BSH, mevcut yetkili satıcılık sözleşmeleri kapsamında yetkili satıcıların yetkisiz satıcılara satış yapmasını engelleyebilmekte, bu koşul kapsamında söz konusu yasağın platform satışları bakımından da geçerli olmasını talep etmektedir.
- (91) Bilindiği üzere sağlayıcılar, eşdeğerlik prensibi kapsamında fiziksel kanal ile aynı amaca hizmet eden koşulları internet kanalı bakımından getirebilmektedir. BSH ile yapılan görüşmede, aynı üründen çok sayıda almak isteyen bir tüketicinin büyük

olasılıkla bu ürünü yeniden satmak amacıyla satın aldığı, öte yandan seçici dağıtım sistemi kapsamında BSH tarafından buna izin verilmediği belirtilmiş, benzer bir koşulun internet kanalında da aranmasının eşdeğerlik prensibi kapsamında makul olduğu ifade edilmiştir.

- (92) Yetkisiz satıcıların fiziksel kanalda faaliyet gösteren birden fazla yetkili satıcıdan ürün satın alarak yeniden satış faaliyeti göstermesi mümkündür. Nitekim sağlayıcılarla yapılan görüşmelerde sınırlı da olsa yetkisiz satıcıların ürün bulabildiği, ancak bu durumun BSH ile yetkili satıcılar arasındaki sözleşmeye aykırılık oluşmasından kaynaklandığı ifade edilmiştir. Öte yandan, satış sırasında müşterinin isim, soy isim gibi bilgileri yetkili satıcılar tarafından alınmakta ve BSH'ye aktarılmakta olup aynı tüketicinin aynı üründen çok sayıda alıp almadığının tespit edilmesinin çeşitli zorluklar içermekle birlikte fiziksel kanalda mümkün olduğu, diğer bir ifadeyle BSH tarafından yapılan denetimlerle yetkisiz satışların önüne geçilebildiği anlaşılmaktadır. Bu durum dikkate alındığında, internet ortamında da yetkisiz satıcılara ürün satılmasının önüne geçilebileceği değerlendirilmektedir. Bu bağlamda BSH tarafından sunulan söz konusu koşulun makul ve kabul edilebilir olduğu kanaatine ulaşılmıştır.

Madde 7: “Yetkili satıcı platforma sadece BSH'nin paylaştığı ya da onayladığı ürün materyallerini ve bilgileri (ürün özellikleri/resimler/videolar, vb.) temin edecek, kendi temin ettiklerinin dışında ürün materyali ya da bilgisinin platform mağazasında ya da ürün sayfasında kullanılmamasını ve gösterilmemesini sağlayacaktır.”

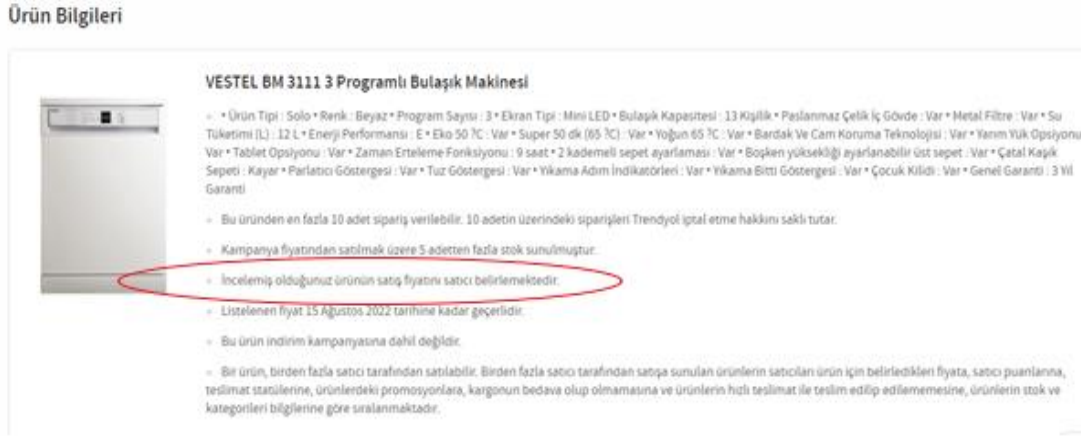
- (93) Bu koşul önceki taahhüt paketinde “*Platformlarda sadece BSH'nin paylaştığı bilgiler (ürün özellikleri/resimler/videolar, vb.) kullanılmalı ve gösterilmelidir.*” şeklinde platformlara getirilen bir yükümlülük içerir şekilde sunulmuştur. Revize pakette ise anılan hükmün belirtilen şekilde değiştirildiği görülmektedir.
- (94) Buna göre, platform kapsamındaki her türlü alanda yer alacak olan ürün niteliğine ilişkin açıklama ve bilgilerin BSH tarafından temin edilen bilgiler dikkate alınarak oluşturulması koşulu aranmaktadır. Platformlar ile yapılan görüşmede, ürüne ilişkin bilgi ve açıklamaların platform üyesi olan satıcılar tarafından oluşturulduğu, söz konusu içeriğe platform tarafından müdahale edilmediği ifade edilmiştir.
- (95) Öte yandan Bosch Marka Münhasır Bayilik Sözleşmesi'nin “5.1. Reklam ve satışı teşvik” başlıklı maddesinde, “(.....)...” hükmü yer almaktadır. İlgili düzenlemeden, yetkili satıcıların BSH'nin paylaştığı ya da onayladığı ürün materyallerini ve bilgileri (ürün özellikleri/resimler/videolar, vb.) temin edeceği ve yetkili satıcıların temin ettiklerinin dışında ürün materyali ya da bilgisinin fiziki mağazada kullanılmadığı anlaşılmaktadır. Bu bağlamda söz konusu husus eşdeğerlik prensibi kapsamında ele alındığında BSH'nin yetkili satıcılarından fiziksel satış kanalı için getirdiği koşulları internet sitesinde veya platform yetkili satıcı sayfasında yerine getirmelerini talep etmesinin makul olduğu ve aynı amaca hizmet ettiği, dolayısıyla söz konusu koşulun kabul edilebilir olduğu değerlendirilmiştir.

Madde 8: “Yetkili satıcı, ürün fiyatlarını münhasıran kendisinin belirlemesine izin veren ve imkân sağlayan platformlarda satış yapabilecektir.”

- (96) İlk taahhüt paketinde bu hüküm, platformlara yönelik olarak “*Ürün fiyatlarını yetkili satıcı belirlemelidir*” şeklinde ifade edilmiştir. Revize metinde ilgili hükmün esası aynı kalmakla birlikte yetkili satıcının çevrim içi platform satışlarına yönelik bir koşul olarak değiştirildiği görülmektedir.

- (97) Siemens ve Bosch Marka Münhasır Bayilik Sözleşmelerinin “*Satış fiyatları ve şartları*” başlıklı 3.1. maddesinde “(.....)” ifadesi yer almaktadır. Profilo Bayi Yetkili Satıcılık Sözleşmesinin “*Satış fiyatları ve şartları*” başlıklı 2.1. maddesinde “(.....)” hükmü yer almaktadır.
- (98) Yukarıda yer verilen sözleşme hükümlerinden de görüleceği üzere, fiziksel kanalda satışı yapılan ürünlerin fiyatlaması yetkili satıcılar tarafından yapılmaktadır. Buna ek olarak BSH'nin yetkili satıcıya yalnızca tavsiye niteliğinde fiyat bilgisi sunabileceği hükme bağlanmıştır. Ayrıca platformlarla satıcılar arasında yapılan sözleşmelerde de ilgili mağaza sayfalarında yer verilen ürünlerin fiyatının satıcılar tarafından belirlendiği belirtilmiştir. Buna ilişkin mevcut durumda, aşağıda (.....) üzerinden satış yapan VESTEL yetkili satıcısının ürün görselinden görüldüğü üzere “İncelemiş olduğunuz ürünün satış fiyatını satıcı belirlemektedir” şeklinde tüketiciyi bilgilendirmeye yönelik bir ibareye yer verilmektedir.

Görsel-2: Ürün Bilgileri Ekran Görüntüsü Örneği



- (99) Bu doğrultuda hâlihazırda fiziksel kanalda yapılan satışlarda satış fiyatının tespitinden bayinin sorumlu olduğu, BSH'nin bayiye yalnızca tavsiye niteliğinde fiyat bilgisi gönderebildiği, platformların işleyişinde de ürünün satış fiyatının belirlenmesinin satıcıların sorumluluğunda olduğu anlaşılmaktadır.
- (100) Öte yandan platformlarla yapılan görüşmelerde (.....) tarafından, satıcıların (.....) yer alan ürünlerinin fiyatlandırması ve katılmak istedikleri reklam kampanyaları konusunda özgürce karar verebildikleri belirtilmiştir. (.....) tarafından, listeleme fiyatlarına ilişkin bilginin satıcıların kendi inisiyatiflerinde olduğu ve ödeme seçenekleri ile taksit seçeneklerinin platform tarafından belirlendiği, kampanyalar konusunda da indirim kabul eden satıcıların kampanyalara dahil edildiği, maliyeti tamamen (.....) tarafından karşılanacak ürün bazında yapılan indirimlerde ise herhangi bir duyuru yapılmaksızın o ürünü satan tüm satıcılara indirim tanımlandığı belirtilmiştir. (.....) tarafından ürünlere ilişkin fiyat bilgisinin satıcılar tarafından kendi ticari tercihlerine bağlı olarak bağımsız olarak belirlendiği, taksit seçenekleri ve ödeme seçeneklerinin (.....)'in anlaşılabilir olduğu ödeme kuruluşları ile belirlendiği, kategori bazında yapılan kampanyaların maliyetine (.....)in katıldığı ve tüm satıcılara eşit şekilde indirim uygulandığı, mağazaya özel yapılan kampanyalarda ise satıcıların istekleri ve onayları doğrultusunda indirim nedeniyle katlanılacak maliyetlerin bölüşülerek kampanyaların gerçekleştirildiği ifade edilmiştir. Son olarak (.....) tarafından ise, yetkili satıcılar dahil

platforma üye tüm satıcıların mağaza ürün fiyatlarını kendi kullarımlarına özgülenmiş satıcı paneli üzerindeki ekranlardan kendilerinin yüklediği, platformun hukuka ve platform kurallarına aykırı bir içerik olmadığı müddetçe hiçbir şekilde satıcılarca yüklenen içeriklere müdahale etmediği, ürün bazında yapılan kampanyaların tüm satıcılara eşit şekilde uygulandığı belirtilmiştir.

- (101) Yukarıda yer verilen açıklamalardan anlaşıldığı üzere, platformlar tarafından yapılan indirimlerin genellikle belirli bir ürün kategorisine (örneğin beyaz eşya gibi) yönelik olarak uygulandığı, bu kapsamda satıcı özelinde bir farklılaşma yapılmadığı, dolayısıyla indirim tabi olan bir ürünü satan tüm satıcıların bu indirimden faydalanabildiği ve ürün fiyatlarının satıcılar tarafından belirlendiği ifade edilmiştir. Bu bakımdan, BSH'nin aradığı koşulun hâlihazırda bilgi talebinde bulunulan platformlar tarafından uygulanmakta olduğu anlaşılmaktadır.
- (102) Bu çerçevede, seçici dağıtım sisteminin işleyişinin pazaryerlerinde de korunmasını teminen bu kanalda satış yapmak isteyen yetkili satıcılarla yapılacak sözleşmeye fiziksel mağazalara getirilen benzer hükmün eklenmesinin aynı amaca hizmet ettiği değerlendirilmiş ve buna dair koşulun kabul edilebilir olduğu kanaatine ulaşılmıştır.

Madde 9: "Yetkili satıcı, platform mağazasında tüketiciye kendisine soru sorma imkânı sunacaktır."

- (103) İlk taahhüt paketinde bu hüküm, platformlara yönelik olarak "*Platformlarda, yetkili satıcıya soru sorma imkânı sunulmalıdır.*" şeklinde ifade edilmiştir. Revize metinde ilgili hükmün esası aynı kalmakla birlikte yetkili satıcının çevrim içi platform satışlarına yönelik bir koşul olarak değiştirildiği görülmektedir.
- (104) Söz konusu koşula ilişkin olarak (.....) satıcılara soru sorulan yapının hâlihazırda mevcut olduğunu; (.....) ürün detay sayfalarında "satıcıya soru sor" seçeneğinin mevcut olduğunu; (.....), tüketicilerin güncel durumda hem satıcıya hem de (.....)'e kolaylıkla soru sorabildiğini; (.....), mevcut durumda müşterilerin (.....) üzerinden hem (.....)'a hem de satıcılara (markalar dâhil olmak üzere) soru sormalarının mümkün olduğunu belirtmiştir. Pazaryerleri tarafından sunulan cevabi yazılardan, mevcut durumda tüketicilerin platformlar üzerinden satışa konu ürünün satışını gerçekleştiren yetkili satıcılara ve bazı durumlarda doğrudan platformlara soru sorma hakkına sahip olduğu anlaşılmaktadır.
- (105) BSH tarafından getirilmek istenen bu koşul ile, platform üzerinden satın alma işlemi yaparken tüketicilere BSH markalı ürünlere ilişkin soru sorma imkânının sağlanması amaçlanmaktadır. Söz konusu koşul ile platform üzerinden teknik düzeyi yüksek ürün almak isteyen tüketicilerin satın alma kararını etkileyebilecek muhtemel sorulara yanıt bulma imkânına sahip olacağı, bu sayede tüketici yararı sağlanarak etkinlik artışının sağlanacağı anlaşılmaktadır. Dolayısıyla, BSH tarafından getirilen koşulun dağıtımın niteliği ve marka imajının korunması bakımından objektif olarak somut, makul ve kabul edilebilir nitelikte olduğu değerlendirilmiştir.

Madde 10: "Yetkili satıcı, platform mağazasında sadece fiziki mağazasında satışını yaptığı marka ve ürünleri satabilir."

- (106) Bu hüküm, önceki taahhüt metninde yetkili satıcılara getirilmiş olan bir koşul olup revize pakette de aynen korunmuştur.
- (107) İlgili koşulun değerlendirilebilmesi için öncelikle BSH'nin fiziki satış kanalları bakımından uygulanan sözleşme hükümlerine yer verilmesi gerekmektedir. BSH'nin yetkili satıcıları ile yaptığı sözleşmelerde bu husus; Bosch ve Siemens Marka Münhasır

Bayilik Sözleşmelerinin “*BAYI'nin sorumluluğu*” başlıklı 2.2. maddesinde “(.....)” ve “*Satış ve pazarlama faaliyetleri*” başlıklı 2.5.1. maddesinde “(.....)” hükümleri ile düzenlenmiştir. Buna bağlı olarak Bosch ve Siemens yetkili satıcıları, mağazalarında Bosch ve Siemens markalı ürünler haricinde herhangi başka markalı ürün satmamaktadır. Bununla birlikte, Profilo Bayi Yetkili Satıcılık Sözleşmesinin “*Satış/sergileme mekânları*” başlıklı 3.3. maddesinde ise (.....) ifadesi yer almaktadır. Bu hükme bağlı olarak; Profilo yetkili satıcılarının da mağazalarında Profilo markalı ürünler dışındaki ürünlerin satışını gerçekleştirebildiği ancak Profilo markalı ürünler için ayrılan stantlarda başka markalı ürünlerin bulunmayacağı, benzer şekilde başka markalı ürünlerin olduğu stantlarda da Profilo markalı ürünlerin yer almayacağı anlaşılmaktadır.

- (108) Bu kapsamda söz konusu koşul uyarınca, fiziksel satış kanallarındaki uygulamaya benzer olarak, çevrim içi platformda satış yapacak olan yetkili satıcı, bu mecrada da BSH ile arasındaki sözleşmeye dayanarak yeniden satış hakkını haiz olduğu ürünlerin satışını gerçekleştirebilecektir. Seçici dağıtım sisteminin niteliklerine uygun olan bu koşulun fiziksel kanalda aranan kriterlerle aynı amaca hizmet ettiği ve karşılaştırılabilir sonuçlar doğurduğu, bu gerekçelerle makul ve kabul edilebilir nitelik taşıdığı değerlendirilmiştir.

Madde 11: “Yetkili satıcının platform mağazası BSH'nin ilgili markasına ilişkin kurumsal standartlara uygun olmalıdır.”

- (109) Söz konusu hüküm ilk taahhüt paketinde hem platformlara hem de yetkili satıcılara getirilmiş bir koşul iken revize metinde yalnızca yetkili satıcılara getirilmiştir.
- (110) BSH tarafından getirilmek istenen ilgili koşul, fiziksel satış kanalında yapılan Bosch ve Siemens Marka Münhasır Bayilik Sözleşmelerinin “*Satış ve pazarlama faaliyetleri*” başlıklı 2.5.1. maddesinde “(.....)” hükmü ile “*BAYI'nin sorumluluğu*” başlıklı 2.2. maddesinde “(.....)” hükmü ile düzenlenmiştir. Benzer şekilde Profilo Bayi Yetkili Satıcılık Sözleşmesinin “*Satış ve pazarlama konusundaki sorumluluk*” başlıklı 1.3. maddesinde (.....) ifadesi yer almaktadır.
- (111) Seçici dağıtım sisteminin işleyişinin çevrim içi pazaryerlerinde yapılacak satışlarda da korunmasını teminen bu kanalda satış yapmak isteyen yetkili satıcılarla yapılacak sözleşmeye fiziksel mağazalara getirilen kurumsal standartlara benzer standartlar getirilmesine dair hükümlerin eklenmesinin dağıtım sisteminin niteliğine uygun ve makul olduğu, fiziksel satış kanallarına getirilen koşullarla aynı amaca hizmet ettiği ve kabul edilebilir nitelik taşıdığı değerlendirilmiştir.

Madde 12: “Platformlarda satış yapmak isteyen yetkili satıcılar, BSH ile ayrı bir sözleşme imzalamalıdır.”

- (112) Söz konusu koşul, ilk taahhüt paketinde de bu şekliyle yer almaktadır. BSH tarafından getirilen bu koşul ile seçici dağıtım sisteminin iç tutarlığının sağlanması ve korunması, bu amaçla sisteme dahil tüm satış kanallarında yeniden satıcılarını ve ürünleri kapsayacak şekilde yeknesak bir görüntü sunulması hedeflenmektedir.
- (113) BSH'nin yetkili satıcılarına kendi internet siteleri üzerinden gerçekleştirdikleri satışlara ilişkin olarak gönderdiği birtakım standartları/kuralları içeren bayilik sözleşmesinin ekinde yer alan sirküler incelendiğinde, ürünlerin yer aldığı sayfada; kullanılacak logo, marka görselleri, ürün içerik açıklamasına ilişkin ayrıntılı kriterler getirildiği görülmektedir. Bu sayede tüketiciler ürünlerin doğru ve net görsellerine ulaşabilecek,

satın almak istediği ürünle ilgili olarak sağlam bilgiler edinecek ve tercihlerini sağlıklı olarak yapabilecektir.

- (114) Yetkili satıcıların kendi internet sitesi üzerinden gerçekleştirdikleri satışlara yönelik gönderilen sirküler ile pazaryerlerinde satış yapacak olan yetkili satıcılarla yapılacak çerçeve sözleşmenin aynı amaca hizmet ettiği, tüketici deneyimlerini olumlu yönde etkileyeceği ve marka imajının korunmasını sağlayacağı, bu bakımdan seçici dağıtım sisteminin niteliğinin gereklerine uygun, makul ve kabul edilebilir olduğu değerlendirilmiştir.

Madde 13: “Yetkili satıcı BSH'nin, yetkili satıcıların platformlardaki satış süreçlerini, hizmet kalitesini yayınlanan kılavuz ve sözleşmeye bağlı olarak denetleyebileceğini kabul eder.”

- (115) İlgili koşul ilk taahhüt paketinde de aynı şekliyle yer almaktadır. BSH yetkili satıcılarına fiziki kanalda da aynı yükümlülüklerin uygulandığını ifade etmektedir. Nitekim bu husus fiziksel satış kanalında yapılan Bosch ve Siemens Marka Münhasır Bayilik Sözleşmelerinin yukarıda yer verilen “Satış ve pazarlama faaliyetleri” başlıklı 2.5.1 maddesinde “BAYİ'nin sorumluluğu” başlıklı 2.2. maddesinde ve Profilo Bayi Yetkili Satıcılık Sözleşmesinin “Satış ve pazarlama konusundaki sorumluluk” başlıklı 1.3. maddesinde yer alan düzenlemelerle örtüşmektedir.
- (116) Seçici dağıtım sisteminin işleyişinin çevrim içi pazaryerlerinde de korunmasını teminen bu kanalda yapılacak satış süreçlerinin, hizmet kalitesinin BSH'nin yayımlayacağı kılavuz ve sözleşmeye bağlı olarak denetlemesinin dağıtım sisteminin niteliğine uygun, marka imajının korunması amacına hizmet eder nitelikte ve bu bakımdan makul olduğu, anılan koşulun fiziksel satış kanallarına getirilen koşullarla aynı amaca hizmet ettiği ve kabul edilebileceği değerlendirilmiştir.

Madde 14: “Yetkili satıcılar, platformlarda ticari unvanları dışında herhangi bir takma ad kullanmamalı ve yetkili satıcının mağaza adı tüm çevrimiçi mecralarda aynı olmalıdır.”

- (117) Söz konusu koşul ilk taahhüt metninde de aynı şekilde yer almaktadır. BSH, bu koşulu getirmesinin gerekçesi olarak seçici dağıtım sisteminin iç tutarlılığının sağlanması ve korunması için sisteme dâhil tüm satış kanallarında BSH'yi, yeniden satıcılarını ve ürünleri kapsayacak şekilde yeknesak bir görüntü sunulmasını göstermiştir. BSH ayrıca tüketicinin yanlış yönlendirilmesini ve buna bağlı olarak BSH dağıtım sistemine olan güvenin zedelenmesini önlemek istemektedir.
- (118) Nitekim bu husus fiziksel mağazalarla yapılan Siemens ve Bosch Marka Münhasır Bayilik Sözleşmelerinin “İş unvanı” başlıklı 5.2. maddesinde (.....) şeklinde ifade edilmiştir. Bu hükümlere bağlı olarak, yetkili satıcılar fiziksel mağazalarında ticari unvanlarını ayrıca belirtmekle yükümlü kılınmıştır.
- (119) Bu kapsamda ilgili korumanın sağlanabilmesi amacıyla BSH tarafından yetkili satıcılara getirilen bu koşulun pazaryerlerinde uygulanabilir olup olmayacağı incelenmiştir. Pazaryerlerinin işleyişine bakıldığında, ürün sayfasında satıcının ticari unvan bilgisinin olup olmadığı, takma ad kullanılıp kullanılmadığına dair bilgilerin sağlayıcı tarafından bayileri ile yapılacak anlaşmalar yoluyla temin edilebileceği anlaşılmaktadır. Bu durum aşağıda (.....) üzerinden satış yapan VESTEL yetkili satıcısının ürün görselinden anlaşılmaktadır:

Görsel-3: Yetkili Satıcıların Pazaryerlerinde Kullandıkları İsimlere İlişkin Görsel

- (120) İlgili görselden, sağlayıcının çevrim içi bayilik sistemine ilişkin kurallar belirleyebilmesinin ve yetkili satıcının ticari unvanı gibi ibarelerin pazaryerlerinde bu şekilde görünür kılınmasının mümkün olduğu anlaşılmaktadır. Nitekim (.....) ve (.....), marka algısının olumsuz etkilenmesi ile ilgili olarak tüketicinin bu sitelerde takma ad kullanılması nedeniyle yetkili ve yetkili olmayan satıcıyı ayırt edememe ve bu durumun yarattığı olumsuzlukların, yetkili satıcıların bu statülerinin ve ticari unvanlarının sisteme eklenmesi yoluyla çözülebileceğini ifade etmiştir.(.....) ve (.....) da satıcıların ticari unvanlarına ilişkin bilgileri, kendi takdirlerine bağlı olarak bireysel satıcı açıklamalarına ekleyebildiklerini belirtmiştir.
- (121) Bu çerçevede, dosya kapsamında edinilen bilgiler çerçevesinde yetkili satıcı unvanının, ürün sayfasında veya satıcı hakkındaki bilgi sayfasında görünür bir şekilde belirtilmesinin pazaryerleri tarafından da desteklenen rasyonel ve uygulanabilir bir yöntem olduğu anlaşılmaktadır. BSH'nin yetkili satıcılarının, kimliklerini çevrim içi pazaryerlerinde faaliyet gösterirken ticari unvan bilgisi, yetkili satıcı olduğu bilgisi gibi marka imajını ve dağıtım sisteminin kalitesini sağlamaya yönelik çeşitli kriterlerle tanımlayabilecekleri anlaşılmaktadır. Bu bakımdan, söz konusu koşulun fiziksel kanalda aranan kriterlerle aynı amaca hizmet ettiği ve karşılaştırılabilir sonuçlar doğurduğu, bu gerekçelerle makul ve kabul edilebilir nitelik taşıdığı sonucuna ulaşılmıştır.

Madde 15: "Platformlarda ürün satışı yapacak olan yetkili satıcıların öncelikle fiziki mağazası olmalıdır."

- (122) İlgili koşul önceki taahhüt metninde de aynı şekilde yer almaktadır. BSH getirmek istediği koşul kapsamında çevrim içi pazaryerlerinde faaliyet gösterecek yetkili satıcılarından öncelikle fiziki kanalda bir mağazaya sahip olmalarını talep etmektedir. Seçici dağıtım sisteminin iç tutarlılığının sağlanması ve korunması, bu maksatla sisteme dâhil tüm satış kanallarında BSH'yi, yeniden satıcılarını ve ürünleri kapsayacak şekilde yeknesak bir görüntü sunulması ve dağıtım sisteminin seçici niteliğinin korunması bu koşulun gerekçesi olarak gösterilmiştir.
- (123) Dikey Kılavuz'un 28. paragrafında "...Özellikle seçici dağıtım sisteminde sağlayıcı, dağıtıcıların en az bir fiziki satış noktasına da sahip olmalarına ilişkin bir yükümlülük getirebilecektir. Ancak bu koşulun amacı, sadece internet üzerinden satış yapan

oyuncuları (pure player) pazarın dışına itmek veya satışlarını kısıtlamak olmamalıdır. Bu koşula ek koşulların getirilmesi de mümkün olmakla birlikte önem arz eden husus, bu koşulların amacının doğrudan veya dolaylı olarak dağıtıcının internet satışlarını engellemek olmamasıdır.” ifadesi yer almaktadır. Bu kapsamda Dikey Kılavuz’a göre, sağlayıcıların dağıtım modeli olarak seçici dağıtım sistemini benimsemesi halinde yetkili satıcılarına fiziksel mağaza koşulu getirebilmesi mümkündür. Ancak Dikey Kılavuz’da bu koşulu yetkili satıcılarından sadece internet satışı yapacak olanların faaliyetlerini engellemek veya kısıtlamamak koşuluyla getirilebilmesi öngörülmüştür.

- (124) BSH; Bosch, Siemens ve Profilo markaları altında ürettiği veya tedarik ettiği ürünlerin perakende satışını seçici dağıtım ağıyla gerçekleştirmektedir. İlgili mevzuat, seçici dağıtım sistemi kapsamında yetkili satıcılara fiziksel mağaza açma koşulu getirmelerine izin vermektedir. Buna ek olarak BSH’nin seçici dağıtım sisteminde yalnızca internet kanalından satış yapan yetkili satıcısı bulunmamaktadır. Bu doğrultuda bu koşulun getirilmesiyle Dikey Kılavuz’da yer verilen yalnızca internet üzerinden satış yapan oyuncuların pazarın dışına itilmesi veya satışlarının kısıtlanmasına neden olabileceğine yönelik endişeye sebebiyet vermesinin mümkün olmadığı anlaşılmaktadır. Dolayısıyla yetkili satıcıların çevrim içi pazaryerlerinde faaliyet gösterebilmeleri için getirilen koşulun, dağıtımın niteliğine uygun olması nedeniyle objektif olarak somut, makul ve kabul edilebilir olduğu değerlendirilmiştir.

Madde 16 “Platformlarda stokta olmayan ürünler satışa sunulmamalı ve bu ürünlerin fiyatı gösterilmemelidir.” ve Madde 17 “Yetkili satıcı, platforma bildirdiği satılabilir ürün adedi sona erdikten sonra fiyat bilgisi paylaşmaya devam etmeyecektir.”

- (125) İlgili koşulların önceki taahhüt metninde de aynı şekilde yer aldığı görülmektedir. BSH tarafından bu koşulların getirilmesinin gerekçesi, temelde hem söz konusu uygulamaların mevzuata aykırı olması hem de tüketiciyi zarara uğratarak BSH markalarına olan güven ve inanca zarar verecek nitelikte olması olarak gösterilmiştir.
- (126) Platformlardan elde edilen bilgilerden, (.....) tarafından, stoksuz ürün satışının müşteri memnuniyetsizliğine yol açtığı gerekçesiyle yasaklı işlem olduğu, mağaza tarafından yayınlanmak istenen bir ilana stok bilgisi girilmeden satışa sunulmadığı ve stoksuz ürünlerin fiyatlarının platformlar üzerinden hâlihazırda yayınlanmadığı belirtilmiştir. Stok sebebi ile bir siparişin reddedilmesi durumunun satıcıların mağaza puanını olumsuz etkilediği ve ret işleminden sonra, mağaza ilanının (ilgili ürün) otomatik olarak satışa kapatıldığı, mağaza puanı (.....) puanın altına inen satıcılara ise uyarı ve sonrasında (.....) uygulandığı belirtilmiştir. (.....) ise platform kuralları gereği satıcıların müşteri memnuniyetini olumsuz etkilemeyecek şekilde operasyonel kalite standartlarını karşılamasını, bu kapsamda satıcıların satışa açılan ürünlerinin stok miktarlarının, sipariş taleplerini karşılamaya yeterli olmasını beklemektedir. (.....) bu konuda satıcının ürün iptallerini takip etmektedir. Bu durum satıcının performans metriklerine olumsuz bir şekilde yansımakta ve satıcının mağazasını/ürününü satışa kapatma ya da müşteri hediye çeki verilmesi gibi cezai yaptırımlar uygulayabilmektedir. Bu bilgilere ek olarak ürün stok ve fiyat bilgisinin satıcılar tarafından platforma girildiği ve bu bilgilerin doğruluğu ile ilgili sorumluluğun tamamen satıcıya ait olduğu belirtilmiştir. (.....), satıcıların yanıltıcı bilgi vermesi veya stokta ürün varmış gibi satması halinde gerek taraflar arasında akdedilen satıcı üyelik sözleşmesi gerekse (.....) uyarınca satıcılara çeşitli yaptırımlar uyguladığı, bu yaptırımlar arasında firmaya ceza faturası kesilmesinden satışa tamamen kapatmaya kadar varan çeşitli yaptırımların

olduğu hususlarını ifade etmiştir. Son olarak (.....), ürünlerini (.....) mağazasında listeleyen satıcıların ürünlerinin tedarik edilmesinden ve fiyatlandırılmasından, envanter yönetiminden ve müşterilerin siparişlerini yerine getirmekten sorumlu olduklarını belirterek (.....) müşterilerinin güvenini korumaya önem verdiğini ifade etmiştir. Bu doğrultuda (.....) satıcıların stoklarında bulunmayan ürünleri listelemesini önlemek de dahil olmak üzere, genel olarak sürekli biçimde yüksek bir müşteri deneyimi sağlamak adına hizmet kalitesini ölçmek amacıyla satıcılar için performans ölçümleri oluşturduğu ifade edilmiştir.

- (127) Bu açıklamalardan hareketle platformlarda satış yapacak yetkili satıcılara stok bilgilerinin doğru girilmesi konusunda, yukarıda da değinildiği üzere platformlar tarafından sözleşmeler yoluyla getirilen kontrol-uyarı mekanizmalarının mevcut olduğu; hâlihazırda stok bilgisi bulunmayan ürünlerin satışa sunulmamasının ve fiyat bilgisi paylaşılmamasının yetkili satıcıların sorumluluğunda olduğu anlaşılmaktadır.
- (128) Bu kapsamda bahse konu uygulamaların engellenmesi amacıyla BSH tarafından e-pazaryerlerinde satış yapacak olan yetkili satıcılara sorumluluk yüklenmesinin tüketici deneyimlerini olumlu yönde etkileyeceği ve marka imajının korunmasını sağlayacağı, bu bakımdan makul ve kabul edilebilir olduğu değerlendirilmiştir.

Madde 18: “Hasarlı, ayıplı veya ikinci el ürün satılmamalıdır.”


- (129) Bu koşul ilk taahhüt metninde de aynı şekilde yer almaktadır. Bu koşulun fiziksel satış kanallarındaki yansımaları incelendiğinde, Siemens Marka Münhasır Bayilik Sözleşmesi ve Bosch Marka Münhasır Bayilik Sözleşmesinin “Kurumsal kimliğe hâlel getirmeme yükümlülüğü” başlıklı 2.3. maddesinde (.....) hükmünün yer aldığı görülmektedir. Söz konusu hükümden de anlaşılacağı üzere hasarlı, ayıplı mal teslimi gibi tüketiciye zarar verebilecek eylemlerde bulunulması BSH tarafından yasaklanmaktadır.
- (130) Bu bilgiler ışığında, tüketici aleyhine sonuçlar doğmasının önüne geçilmesini ve marka imajının korunmasını teminen çevrim içi platformda satış yapmak isteyen yetkili satıcılara hasarlı, ayıplı veya ikinci el ürün satışının yasaklanmasının fiziksel satış kanalına getirilen koşullarla aynı amaca hizmet ettiği değerlendirildiğinden, buna dair koşulun kabul edilebilir olduğu kanaatine ulaşılmıştır.

Madde 19: “BSH tarafından duyurulan kampanya tipleri platform mağazasında da mümkün olduğu ölçüde uygulanmalıdır.”


- (131) Bu hükmün önceki taahhüt metninde de aynı şekilde bulunduğu görülmektedir. Siemens Marka Münhasır Bayilik Sözleşmesi ve Bosch Marka Münhasır Bayilik Sözleşmesinin “Satış ve pazarlama faaliyetleri” başlıklı 2.5.1. maddesinde (.....) ifadesi yer almaktadır. Yine Profilo Bayi Yetkili Satıcılık Sözleşmesinin “Satış ve pazarlama konusundaki sorumluluk” başlığı altında yer alan Satış ve pazarlama faaliyetleri” başlıklı 1.3. numaralı alt maddesinde (.....) hükmü yer almaktadır. Bu hükümlere bağlı olarak, yetkili satıcılar fiziksel mağazalarında BSH markalı ürünlere ilişkin her türlü kampanya ve promosyon faaliyetlerine katılmayı kabul etmektedir. Dolayısıyla seçici dağıtım sisteminin işleyişinin pazaryerlerinde de korunmasını teminen bu kanalda satış yapmak isteyen yetkili satıcılara fiziksel mağazalarda yapılacak satışlar için getirilen koşullara benzer koşullar getirilmesinin aynı amaca hizmet ettiği değerlendirildiğinden, buna dair koşulun kabul edilebilir olduğu kanaatine ulaşılmıştır.

Madde 20: “Satışa konu ürünün temin ve alıcısına tesliminden münhasıran satışı gerçekleştiren yetkili satıcı sorumlu olacaktır ve nihai tüketiciyi bu hususta açıkça bilgilendirecektir.”

- (132) Söz konusu koşulun ilk taahhüt metninde yetkili satıcılara yönelik olarak “*Mesafeli satış sözleşmelerinde satışa konu ürünün alıcısına tesliminden münhasıran satışı gerçekleştiren yetkili satıcının sorumlu olduğu açıkça ifade edilecektir.*” şeklinde ifade edilmiş olduğu; revize metinde ise yetkili satıcıya getirilen bu yükümlülüğün ürünün teminini de kapsayacak ve nihai tüketicinin de açıkça bilgilendirilmesini içerecek şekilde genişletildiği görülmektedir.
- (133) Bu koşulun değerlendirilebilmesi için fiziksel mağaza kanalındaki satışlara ilişkin sözleşmeler incelenmiştir. Siemens ve Bosch Marka Münhasır Bayilik Sözleşmelerinin “*Teslim*” başlıklı 3.2. maddesinin “*Teslimatin Sorumluluğu*” başlıklı 3.2.3. maddesinde (.....) ifadesi yer almaktadır.
- (134) Profilo Bayi Yetkili Satıcılık Sözleşmesinin (.....) başlıklı 2.2.3. maddesinde (.....) hükmü yer almaktadır. Aynı sözleşmenin 2.2.5. maddesinde (.....) hükmü yer almaktadır.
- (135) Yukarıda yer verilen sözleşme hükümlerinden de görüleceği üzere, fiziksel kanalda satışı yapılan ürünlerin tesliminden yetkili satıcılar sorumlu tutulmaktadır. Buna ek olarak BSH’nin “Eve Teslimat Sistemi”nden yetkili satıcının yararlanması durumunda BSH’nin sorumluluğunun doğacağı, bunun dışındaki tüm sorumluluğun yetkili satıcıda olduğu belirtilmiştir. Ayrıca platformlardan elde edilen bilgilerden, platformlarla satıcılar arasında yapılan sözleşmelerde de ilgili mağaza sayfalarında yer verilen ürünlerin temini sorumluluğunun satıcılara ait olduğu belirtilmiştir. Buna ilişkin mevcut durumda, platformlar tarafından da ürün detay sayfasında, aşağıdaki görselde görüldüğü üzere, “*Bu ürün [...] firması tarafından gönderilecektir*” şeklinde tüketiciyi bilgilendirmeye yönelik bir ibareye yer verilmektedir.

Sepete Ekle 

Tahmini Kargoya Teslim: 3 gün içinde ♥ 127566 favori

 **Hızlı teslimat yapan satıcı var !** >

Öne Çıkan Bilgiler

Garanti Tipi	: Apple Türkiye G...	Dahili Hafıza	: 128 GB
RAM Kapasitesi	: 4 GB	Bağlantılar	: Wi-Fi
Pil Gücü (mAh)	: 3000 - 4000	Ekran Boyutu	: 6 inç ve üstü

- 15 gün içinde ücretsiz iade. Detaylı bilgi için [tıklayın](#).
- Bu ürün **Teknosa** tarafından gönderilecektir.
- 24 Ay Apple Türkiye Garantili Yeni üretim iPhone'ların Kutu içeriğinde USB-C to Lightning Kablosu bulunmaktadır. Adaptör ve Kulaklık bulunmaz.
- Bu üründen en fazla 1 adet sipariş verilebilir. 1 adetin üzerindeki siparişleri Trendyol iptal

ÜRÜNÜN TÜM ÖZELLİKLERİ

(136) Hâlihazırda fiziksel kanalda yapılan satışlarda da teslimattan bayinin sorumlu olduğu, bayinin talep etmesi halinde BSH tarafından ürün tesliminin yapılabildiği, platformlarla satıcılar arasında yapılan sözleşme hükümlerinde de ürünün temininden üye satıcıların sorumlu olduğu anlaşılmaktadır. İlaveten BSH tarafından teslimat süreçlerinin fiziksel kanaldakinden hiçbir şekilde farklılaşmayacağı da ayrıca belirtilmektedir. Dolayısıyla seçici dağıtım sisteminin işleyişinin çevrim içi pazaryerlerinde de korunmasını teminen getirilmek istenen ilgili koşulun, fiziksel satış kanalı için getirilen koşullarla aynı amaca hizmet ettiği ve buna dair koşulun kabul edilebilir olduğu kanaatine ulaşılmıştır.

Madde 21: “Sistemlerin uygunluğu durumunda, tüketicilere sevkiyat takip etme imkânı sağlanmalıdır.”

(137) Bu koşulun önceki taahhüt metninde de bu haliyle yer aldığı görülmektedir. Konuyla ilgili koşulun değerlendirilebilmesi için çevrim içi pazaryerlerinden bilgi talep edilmiştir. (.....) tarafından, alıcılar için anlaşmalı olan tüm kargo firmalarıyla yapılan gönderimlerde kargo takip imkânının bulunduğu, ancak istisnai olarak satıcıların kendi araçlarıyla alıcıların adreslerine teslimat yaptığı siparişlerin olabildiği, bu siparişlerde alıcının ürün sayfasında ve sepette, ürünün kargo ile gelmeyeceği ve konumuna özel teslimat yapılacağı bilgisinin alıcıya verildiği belirtilmiştir. Burada yapılan işlemde kargo takip işlemi olmadığı için takip yapılamadığı, bu işlemlerde satıcıların alıcıyla randevulaşarak tarih ve saat konusunda mutabık kalarak teslimat sürecini yönettikleri belirtilmiştir. (.....) ve (.....) alıcıların sipariş oluştuktan sonra “Siparişlerim” ekranından ürün teslimatı sürecini takip edebildiklerini ve “SMS”, “pop up gönderim” ve “müşteri destek hattı” üzerinden yapılan bilgilendirmelerle de sevkiyatın farklı aşamalarında

müşteriye ayrıca iletilebildiğini ifade etmiştir. Son olarak (.....), müşterilerin (.....)⁵ katılan satıcılar tarafından gönderilen tüm ürünleri Türkiye’de çevrim içi gönderi takibi yoluyla izleyebildiğini belirtmiştir. Satıcıların (.....) hizmetlerinden faydalanmaması ve ürünün teslimatını kendi depolarından yapması durumunda ise satıcının (.....) ile takip bilgilerini paylaşması ve sipariş sırasında takip hizmeti sunan bir kargo yöntemi belirlenmesi durumunda müşterilerin satıcılar tarafından gönderilen paketler için de kargolarını takip edebildikleri ifade edilmiştir.

- (138) Platformlar tarafından sunulan bilgiler doğrultusunda bunların işleyişine bakıldığında, ürün sayfasında satıcının sevkiyat takip bilgisi ile hâlihazırda tüketicilere sevkiyat takip imkânı sunulduğu anlaşılmaktadır.
- (139) Yukarıda yer verilen bilgilerden, BSH’nin yetkili satıcılarının, tüketicilere, satın aldıkları BSH ürünlerinin sevkiyat aşamalarını takip etme imkânını çevrim içi pazaryerlerinde faaliyet gösterirken uygulayabileceği, söz konusu koşulun yetkili satıcılara getirilmesinin tüketici deneyimlerini olumlu yönde etkileyeceği ve marka imajının korunmasını sağlayacağı, bu bakımdan makul ve kabul edilebilir olduğu değerlendirilmiştir.

Madde 22: “Platformda yetkili satıcıya sorulan sorulara 2 (iki) gün içerisinde cevap verilmelidir.”

- (140) Bu koşul, sunulan önceki taahhüt metninde de aynı şekilde yer almaktadır. BSH tarafından getirilen yetkili satıcıya yönelik şikâyetlerin iki gün içerisinde cevaplanmasına ilişkin koşulun, tüketicilerin pazaryerleri üzerinden gerçekleştirdikleri alışverişleri daha az riskli ve daha güvenli hale getireceği anlaşılmaktadır. Nitekim BSH için marka imajının ve müşteri memnuniyetinin son derece önem arz ettiği, çevrim içi pazaryerinden yapılacak satışların marka imajı ve tüketiciler üzerinde olumsuz etkiye yol açmasından kaçınılmak istendiği belirtilmiştir.
- (141) Öte yandan konuyla ilgili çevrim içi pazaryerlerinden elde edilen bilgilerden, pazaryerlerinin mağaza puanlarının oluşumunda genel olarak müşteri soru-cevap dönüş hızı, şikâyetlere dönüş hızı unsurlarının mağaza puanlarını doğrudan etkilediği ve üye satıcının başarısını yansıttığı göz önünde bulundurulduğunda, BSH tarafından talep edilen yetkili satıcının ürünlerle ilgili sorulan sorulara iki gün içinde cevap vermesi koşulunun, seçici dağıtım sisteminin amacına uygun, dağıtımın kalitesini ve marka imajını korumak bakımından objektif olarak somut ve makul olduğu değerlendirilmiştir.

Madde 23: “BSH'nin müdahil olarak çözdüğü tüketici şikâyetlerinden kaynaklanan maliyetler, yetkili satıcı tarafından karşılanır.”

- (142) Söz konusu koşul önceki taahhüt metninde “BSH’nin devreye girip çözdüğü tüketici şikâyetlerinden kaynaklanan maliyetler, yetkili satıcı tarafından karşılanır.” şeklinde ifade edilmiş olup esasının aynı kaldığı görülmektedir.
- (143) Siemens ve Bosch Marka Münhasır Bayilik Sözleşmelerinin “Teslimatın Sorumluluğu” başlıklı 3.2.3. maddesinde (.....) ifadesi yer almaktadır.
- (144) Profilo Bayi Yetkili Satıcılık Sözleşmesinin “Teslimat konusundaki sorumluluk” başlıklı 2.2.3. maddesinde (.....) hükmü yer almaktadır.
- (145) Bu kapsamda fiziksel mağaza sözleşmelerinde de yetkili satıcının teslimat, iade, iptal vb. durumlarda nakliye gibi işlemlerinden yetkili satıcıların sorumlu olması nedeniyle bu işlemlere ilişkin yapılan her türlü harcama, maliyet, masraf ve bedeli işlemlerinden

⁵ (.....)

de yetkili satıcıların sorumlu olduğu anlaşılmaktadır. Dolayısıyla yetkili satıcının çözemediği herhangi bir sorun karşısında BSH'nin devreye girmesi halinde de BSH tarafından katlanılan bedeller yetkili satıcıya rücu edilebilmektedir. Bu çerçevede seçici dağıtım sisteminin işleyişinin pazaryerlerinde de korunmasını teminen bu kanalda satış yapmak isteyen yetkili satıcılara getirilmek istenen bahse konu koşulun, fiziksel satış kanalında yapılacak satışlar bakımından getirilen koşullarla aynı amaca hizmet ettiği değerlendirildiğinden buna dair koşulun kabul edilebilir olduğu kanaatine ulaşılmıştır.

Madde 24: “Yetkili satıcı, hizmet puanlaması (satıcı puanı) ve şikâyet yönetimi gibi objektif kriterler esas alınarak değerlendirilir.”

- (146) Bahse konu koşul önceki taahhüt metninde de bu şekliyle yer almaktadır. BSH, çevrim içi pazaryerinde satış yapacak yetkili satıcılarının, fiziki mağaza kanalında mevcut olan uygulamaya benzer şekilde, e-platformdaki iş süreçlerini ve hizmet kalitesini, tüketicilerden gelen hizmet puanları (satıcı puanı) ve şikâyet yönetim süreçlerini de dikkate alarak denetleyecektir. Bu yetkinin kullanılması sırasında BSH yetkili satıcının her türlü makul destek ve kolaylığı sağlaması hususunda yetkili satıcıya yükümlülük getirmek istemektedir. Bu yetkinin BSH tarafından kullanılması ile getirilen koşulların uygulanması, sisteminin işleyişinin izlenmesi ve bilgi toplanmasının amaçlandığı belirtilmiştir.
- (147) BSH tarafından, denetime yönelik söz konusu koşulun gerekçesi, yetkili satıcıların e-pazaryerinden yapacağı satışlarda marka imajına ve müşteri memnuniyetine zarar vermesinin önüne geçilmesi olarak ifade edilmiştir. Satıcı puanı ve şikâyet yönetimi ile kastedilenin, mağazaların tüm pazaryeri süreçlerinin ölçümlendiği ve değerlendirildiği puanlama sonucu belirlenen sunulan hizmetin kalitesini gösteren puanlama olduğu anlaşılmaktadır. Pazaryerlerinde satışa sunulan ürünlere yönelik olarak puanlama yapma, yorum yazma, satıcıların gösterdikleri satış performansına yönelik olarak puanlama yapma, şikâyet yönetimi gibi olanakların sunulması ile tüketicilerin pazaryerleri üzerinden gerçekleştirdikleri alışverişlerin daha az riskli, daha öngörülebilir ve güvenli hale getirilmesi hedeflenmektedir. Son olarak, BSH için marka imajının ve müşteri memnuniyetinin son derece önem arz ettiği, e-pazaryerinde yapılacak satışların marka imajı ve tüketiciler üzerinde olumsuz etkiye yol açmasından kaçınılmak istendiği anlaşılmaktadır.
- (148) Fiziksel satışlara ilişkin sözleşmeler incelendiğinde, Siemens ve Bosch Marka Münhasır Bayilik Sözleşmelerinin 4. maddesinde (.....) hükmü ile ve 5. maddesinde (.....) hükmünün bulunduğu görülmektedir. Anılan sözleşme hükümlerinden, bayinin satış ve pazarlama faaliyetlerinin denetimi için BSH tarafından belirlenen performans ilkeleri bulunduğu ve bu şekilde bayi performansının sözleşmeye uygun şekilde yerine getirilip getirilmediğinin denetlendiği anlaşılmaktadır.
- (149) Konuyla ilgili çevrim içi pazaryerlerinden elde edilen bilgilere örnek vermek gerekirse, (.....) tarafından gönderilen cevabi yazıda, satıcı puanlarının belirli kriterler ile tespit edildiği, bu kriterlerin bir ürünün ne sıklıkta tıklandığı, sepete eklendiği veya satın alındığı, başlık ve açıklama gibi ürün bilgileri, belirli bir alışveriş sorgusuna yanıt olarak alışveriş sorgusu sonuçları, ürünün mevcudiyeti, fiyatı ve teslimat süresi olduğu belirtilmiştir.
- (150) (.....) tarafından gönderilen cevabi yazıda, mağaza puanlarının, sipariş süreçlerinde yaşanacak olumlu ve olumsuz deneyime göre hesaplanarak mağazanın performansını yansıttığı, yapılan hesaplamanın şeffaf olup tüm mağazaların erişim sağlayabileceği Mağaza Destek Merkezi üzerinde yayınlandığı ifade edilmiştir. Bu kapsamda, mağaza puanının son üç aylık performans verilerine göre günlük olarak ölçümlendiği

belirtilmiştir. (.....) tarafından mağaza puanını etkileyen kriterler sipariş ret, kargo gecikmesi, müşteri yorumu, müşteri soru-cevap dönüş hızı ve memnuniyeti, sorunlu iade sayısı (cayma hakkı iade talepleri hariç) olarak belirtilmiştir.

- (151) (.....) tarafından gönderilen cevabi yazıda, tüm mağazalar için puan hesabının standart şekilde ve son altı aylık satışlara bakılarak bir algoritma aracılığıyla yapıldığı ifade edilmiştir. Son olarak (.....) tarafından gönderilen cevabi yazıda mağaza puanı değerlendirmesi yapılırken satılan her ürünün bulunduğu ürün grubuna göre tüm satıcıların tedarik edilmeme oranı, kargoya zamanında teslim oranı, ürün iade oranı, kusurlu ürün iade oranı, ihtilafli iade oranı, iadeye dönüş süresi, paketlenme puanı, ortalama ürün puanı, müşteri şikâyet oranı, 12 saat içinde cevaplama oranı ve 1 saat içinde cevaplama oranı gibi kriterlerin dikkate alındığı belirtilmiştir.
- (152) Tüm bu bilgiler ışığında, çevrim içi pazaryerlerinin mağaza puanlarının oluşumunun değişkenlik gösterdiği görülmektedir. Bununla birlikte, pazaryeri beyanlarından, mağaza puanlarının, genel olarak kargo-teslimat imkânları ve tüketici memnuniyetini (müşteri yorumu, müşteri soru-cevap dönüş hızı, iade, şikâyetlere dönüş hızı vb.) göz önünde bulundurduğu ve üye satıcının başarısını yansıttığı anlaşılmaktadır. Dolayısıyla söz konusu satıcı puanı ve şikâyet yönetimi süreçlerinin BSH tarafından değil pazaryerleri tarafından önceden belirlenmiş objektif kurallar çerçevesinde oluşturulduğu anlaşılmaktadır. Bu itibarla, pazaryerlerinin beyanlarından anlaşıldığı üzere kriterlerin uygulanması aşamasında seçici dağıtım sistemine de uygun şekilde tüm satıcılara eşit şekilde bir tutum sergilenmektedir.
- (153) Sonuç olarak, BSH tarafından pazaryerlerinde sunulan hizmetin kalitesinin denetimi amacıyla pazaryerlerince objektif kriterlere dayanarak hesaplanan satıcı puanlarına ve şikâyet yönetimlerine göre yetkili satıcıların performanslarının değerlendirilmesine yönelik getirilen koşulun tüketici zararına yol açabilecek sonuçları önleyeceği ve böylelikle marka imajının korunmasına hizmet edeceği değerlendirilmiştir. Fiziksel kanalda uygulanan denetim mekanizmasıyla aynı amaca hizmet ettiği düşünülen bu koşulun seçici dağıtım sisteminin amacına uygun, dağıtımın kalitesini ve marka imajının korunması bakımından objektif olarak somut ve makul olduğu kanaatine ulaşılmıştır.

Madde 25: “Mevzuat gereği iptal işlemi ancak tüketici cayma hakkını kullanırsa yapılabilir. Yetkili satıcı, stokunun bulunmaması sebebiyle siparişi iptal edemez.”

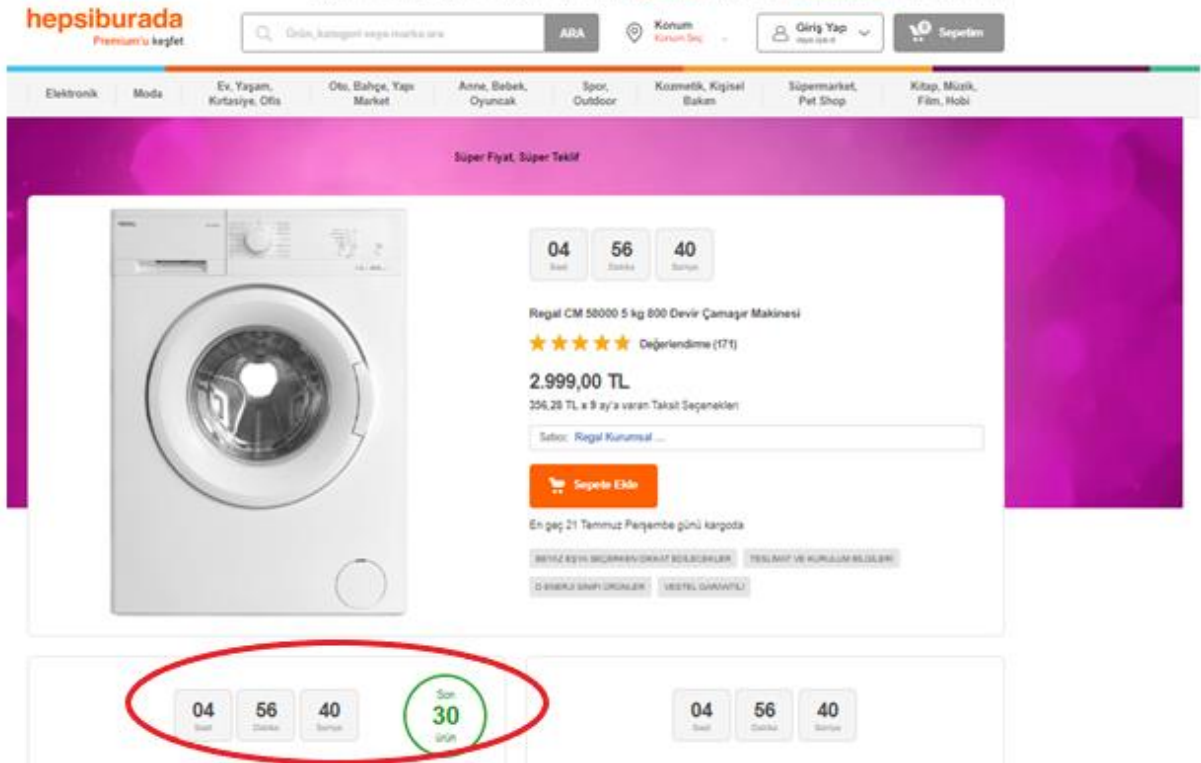
- (154) Bu koşul önceki taahhüt metninde de bu haliyle yer almaktadır. Mesafeli Sözleşmeler Yönetmeliği'nin 16. maddesinin dördüncü fıkrasında “Sipariş konusu mal ya da hizmet ediminin yerine getirilmesinin imkânsızlaştığı hallerde satıcı veya sağlayıcının bu durumu öğrendiği tarihten itibaren üç gün içinde tüketiciye yazılı olarak veya kalıcı veri saklayıcısı ile bildirmesi ve varsa teslimat masrafları da dâhil olmak üzere tahsil edilen tüm ödemeleri bildirim tarihinden itibaren en geç on dört gün içinde iade etmesi zorunludur. Malın stokta bulunmaması durumu, mal ediminin yerine getirilmesinin imkânsızlaşması olarak kabul edilmez.” hükmünden hareketle yetkili satıcıların stok bulunmaması sebebiyle siparişleri iptal etmesinin haklı gerekçe olarak görülemeyeceği anlaşılmaktadır. bu bağlamda BSH tarafından stoksuzluk nedeniyle tüketiciye ürün temininin yapılmamasının iptal sebebi olarak kabul edilmediği belirtilmiştir.
- (155) Bunun yanı sıra getirilen koşulun içeriğinde, BSH'nin stoksuz satış yapan yetkili satıcıya ürün temin etme yükümlülüğünün bulunmayacağı belirtilmiştir. Mevzuat kapsamında stoksuz satışlar nedeniyle sağlayıcıya gerek tüketici gerekse yetkili satıcıya karşı ürün temin etme yükümlülüğü bulunmadığından söz konusu talebin

makul olduğu değerlendirilmiştir. Nitekim platformlar tarafından da bu sorumluluk satıcılara yüklenmekte olup tüketicilerin mağdur edilmemesi ve platform imajının korunması amacıyla stok nedeniyle siparişin iptali durumlarında platformların mağaza puanı düşürülmesi, mağazanın satışa kapatılması gibi denetim ve yaptırım mekanizmaları da bulunmaktadır. Bu sebeple sağlayıcı tarafından yetkili satıcıların stok bulunmaması nedeniyle sipariş iptali yapamayacağı koşulunun tüketici zararının önlenmesi ve marka imajının korunması amacıyla hizmet ettiği anlaşılmış ve söz konusu koşulun makul ve kabul edilebilir olduğu değerlendirilmiştir.

Madde 26: “Fiyatın geçerliliği ile ilgili bir süre veya stok sınırı var ise, bu süre ve stok miktarı yetkili satıcının platform mağazasında ilgili bölümde açıkça belirtilmelidir.”

- (156) İlgili koşulun sunulan ilk taahhüt metninde de bu şekliyle yer aldığı görülmektedir. BSH seçici dağıtım ağını korumak amacıyla sistem üyesi satıcılara fiziksel mağazalarında ve kendi internet sitelerinde de geçerli olan bu koşulu e-pazaryerlerinden satış yapmak isteyen yetkili satıcılarına da getirmek istemektedir. Ticari Reklam Yönetmeliği'nin 13/9. maddesinde de “Fiyatın geçerliliği ile ilgili bir süre veya stok sınırı var ise, bu süre ve stok miktarı reklamlarda açıkça belirtilir.” hükmü yer almaktadır. Çevrim içi pazaryerlerinin işleyişine bakıldığında ise, ilgili ürün sayfasında varsa fiyatın geçerliliği ile ilgili bir süre veya stok sınırı olup olmadığına dair bilgilerin yerleştirilebildiği görülmektedir. Bu durum aşağıda HEPSİBURADA üzerinden satış yapan VESTEL yetkili satıcısının ürün görselinden görülebilmektedir:

Görsel-5: Yetkili Satıcıların Pazaryerlerinde Yer Alan Ürün Sayfalarına İlişkin Görsel



- (157) İlgili görselden, fiyat geçerliliği ile ilgili bir süre veya stok sınırı gibi ibarelerin pazaryerlerinde görünür kılınmasının mümkün olduğu anlaşılmaktadır. Nitekim pazaryerleri tarafından gönderilen cevabi yazılarda da stok sınırı olan ürünlerin belirtilmesi ve fiyat bilgisinin geçerli olduğu sürenin paylaşılması hususlarının yetkili satıcıların sorumluluğunda olduğu ifade edilmiştir. Dolayısıyla satıcıların söz konusu

bilgileri, kendi takdirlerine bağılı olarak ürün açıklamalarına ekleyebildikleri görülmektedir.

- (158) Söz konusu koşul ile BSH markalı ürünlerine ilişkin olarak tüketici memnuniyeti ve güveninin sağlanması ile tüketicinin yanlış yönlendirilmesinin ve buna bağılı olarak BSH dağıtım sistemine olan güvenin zarar görmesinin engellenmesinin amaçlandığı ifade edilmektedir. Bu çerçevede, ilgili koşulun dağıtım sisteminin niteliği ile marka imajının korunması unsurları bakımından objektif olarak makul ve kabul edilebilir olduğu değerlendirilmiştir.
- (159) Yukarıda yirmi altı madde halinde sayılan ve yetkili satıcılar tarafından karşılanması halinde çevrim içi pazaryerlerinde Bosch, Siemens ve Profilo markalı ürünleri satmalarına izin verileceği taahhüt edilen koşulların incelenmesi sonucunda, bu koşulların gerekçesinin dağıtımın niteliği ve kalitesini, marka imajını ve/veya potansiyel etkinliği artırıcı unsurlar bakımından objektif olarak somut, makul ve kabul edilebilir olduğu kanaatine ulaşılmıştır. Ek olarak, söz konusu koşullarda yer alan kriterlerin fiziksel satış kanallarına getirilen kriterlerle aynı amaca hizmet ettiği, karşılaştırılabilir sonuçları sağladığı ve her iki dağıtım kanalının doğasından kaynaklanan farklılıkları doğrular niteliklere sahip olduğu değerlendirilmiştir. Ayrıca, satış yapılacak çevrim içi platformların sahip olması gerektiği belirtilen standart ve koşulların amacının internet üzerinden satışı ve fiyat rekabetini engellemek olmadığı değerlendirilmiştir.
- (160) Açıklanan gerekçelerle, ilgili taahhüt metninin çevrim içi platformlarda satış yapmak isteyen yetkili satıcılara getirilen koşulları içeren bölümünün, Taahhüt Tebliği'nde aranan koşullara uygun olarak, tespit edilen rekabet sorunlarıyla orantılı, bu sorunları gidermeye elverişli, kısa sürede yerine getirilebilir ve etkili şekilde uygulanabilir olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

H.4.3 Kriterlere Dayanan Sistemin Uygulanmasının Denetimine Dair Taahhütler

- (161) Sunulan taahhütlerin ne zamandan itibaren ve ne şekilde yerine getirileceği ile taahhütlere uyumun nasıl izlenebileceğinin ortaya konulabilmesi adına, BSH tarafından aşağıdaki yükümlülüklerin yerine getirileceği taahhüt edilmiştir. Buna göre;

“BSH, sunduğu taahhütlerin uygun bulunarak kabul edilmesi ve buna ilişkin gerekçeli kararın kendisine tebliğinden itibaren oniki aylık döneme ilişkin olarak, oniki aylık dönemin bitişinden itibaren 30 gün içerisinde Rekabet Kurulunu aşağıdaki hususlarda bilgilendirecektir:

- a. Platformlarda satış yapmak için BSH ile sözleşme yapan yeniden satıcıların listesi,*
- b. Yetkili bayiler tarafından satış yapılan platformların isimleri,*
- c. Bayinin beyan ettiği platformlardan yapılan her bir ürün grubundan satış adetleri ve bunların toplam satışlara oranları,*
- d. Platformda satış yapılmasına ilişkin sözleşmesi sona eren bayilerin*
 - unvanları,*
 - iletişim bilgileri,*
 - sözleşmenin yapılış ve sona erme tarihleri,*
 - sözleşmenin sona erme nedeni.”*

- (162) Bu çerçevede BSH, sunduğu koşullara ilişkin taahhüdün kabul edilmesi halinde, yetkili satıcıların çevrim içi pazaryerlerinde satış yapmalarının yasaklanması şeklinde ortaya çıkan rekabet sorununu gidermek üzere bir izleme mekanizması getirmek istemektedir. Buna göre, BSH, Kurul'un gerekçeli kararını tebellüğ ettiği tarihten başlayarak takip eden 12 (on iki) ay içerisinde öncelikle hangi yetkili satıcıların hangi çevrim içi platformlarda satış yaptığı bilgisini derleyerek Kuruma bildirecektir. Bu sayede, bahse konu 12 (on iki) aylık süreçte, yetkili satıcıların platformlarda satış yapma trendi gözlemlenebilecek, kaç adet yetkili satıcının hangi platformlarda satış yapabildiği bilgisi edinilebilecektir.
- (163) Diğer yandan BSH, bahse konu 12 (on iki) aylık süre içinde, toplam satışlar içerisinde e-pazaryerlerinden satışı gerçekleştirilen ürünlerin kategori bazında adet bilgileri ile bunların toplam satışlara oranı hakkında Kurum'a bilgi sunacaktır. Bu bilgiler ile taahhütlerin etkili bir şekilde uygulanıp uygulanmadığı ve taahhütler dairesinde hayata geçirilen yeni sistemin piyasada doğurduğu etkilerin neler olduğu gibi hususlarda öngörü sağlanmış olacaktır.
- (164) BSH, yetkili satıcının platformda satış yapabilmesine olanak sağlayan sözleşmenin sona ermesi durumunda, başta sona erme nedeni olmak üzere, sözleşmenin imzalanma ve sona erme tarihleri ile sözleşmesi sona eren bayilerin unvan ve iletişim bilgilerini Kurum'a ileticektir. Bu bilgiler sayesinde, taahhüde konu rekabet sorununun etkili bir şekilde ortadan kalkıp kalkmadığı, yetkili satıcıların platform satışlarının sona ermesine neden olan hallerin neler olduğu, bu gerekçelerin taahhütleri etkisiz hale getirip getirmediği gibi hususlar denetlenebilecektir.
- (165) BSH tarafından ayrıca, "*Sunduğu taahhütlerin uygun bulunarak kabul edilmesi ve buna ilişkin gerekçeli kararın kendisine tebliğinden itibaren doksan (90) gün içerisinde ve her halükarda 31 Aralık 2022 tarihinden sonra olmayacak şekilde yetkili satıcılarına, yetkili satıcıları ile iletişim amacıyla kullandığı sistemleri aracılığıyla Rekabet Kurulu kararını ve platformda satış yapmak isteyen yetkili satıcıların BSH ile sözleşme yapması gerektiğini duyuracaktır. Söz konusu duyurudan itibaren iki hafta içinde BSH, Rekabet Kurumu'nu duyurunun gerçekleştirildiğine ilişkin olarak bilgilendirecektir.*" şeklinde bir tevsik şartının yerine getirileceğine ilişkin taahhüt de sunulmuştur.
- (166) Bahse konu tevsik şartının içeriğine bakıldığında, BSH'nin sunduğu taahhüt metninin kabul edilmesine ilişkin gerekçeli Kurul kararının kendisine tebliğ edildiği tarihten başlayarak 90 (doksan) gün içinde ve her halde 31.12.2022 tarihine kadar, yetkili satıcılarına ilgili Kurul kararını ve aynı zamanda çevrim içi platformlarda satış yapabilmeleri için BSH ile buna yönelik bir sözleşme imzalamaları gereğini bildirmeyi taahhüt etmektedir. Söz konusu duyuru, her bir yetkili satıcının erişebileceği şekilde, yetkili satıcılar ile iletişim amacıyla kullanılan sistemler üzerinden yapılacaktır. Bu taahhüdün yerine getirilmesi için öngörülen süreye bakıldığında, ilgili duyurunun yapılarak yetkili satıcılardan gelecek olası sorulara yanıt verilmesi ve aynı zamanda, taahhüde konu koşulların yerine getirilebilmesi için gerekli altyapının kurulması, ilgili sözleşmelerin imzalanması gibi hususların 2023 yılından önce netleştirilmek ve kalıcı bir şekilde hayata geçirilmek istendiği anlaşılmaktadır. Bu çerçevede, BSH bakımından taahhüdün uygulanmasında gözetilmesi öngörülen bu sürenin makul olduğu değerlendirilmiştir. Buna ek olarak BSH, söz konusu hususu yerine getirdiğini, bahse konu duyuruyu takip eden iki hafta içerisinde Kuruma tevsik etmeyi taahhüt etmiştir. Bu mekanizma sayesinde, yetkili satıcıların Kurul kararının içeriğinden ve gerekçelerinden haberdar oldukları hususu belirlilik kazanacak ve iki haftalık tevsik süresi ile taahhüde uyum izlenebilir hale gelecektir.

(167) Açıklanan gerekçelerde BSH'nin kriterlere dayalı sistemin denetimi ve gerekçeli Kurul kararının yetkili satıcılara duyurulmasına yönelik taahhütlerinin kısa sürede yerine getirilebilir ve etkili şekilde uygulanabilir olduğu değerlendirilmiş olup söz konusu taahhütlerin kabul edilebileceği sonucuna ulaşılmıştır.

H.5. Genel Değerlendirme

(168) Yukarıda yer verilen açıklama ve değerlendirmeler ışığında, BSH'nin yeniden satıcılarıyla imzaladığı çeşitli sözleşmelerde tespit edilen rekabet sınırlamalarına ilişkin sunulan revize taahhüt metninde yer alan;

- BSH'nin TEKNOSA ile imzalamış olduğu BSH-TEKNOSA Çerçeve Sözleşme'de yer alan "... (.....)" hükmünün sözleşmeden kaldırılacağına,
- BSH'nin MEDIAMARKT ile akdetmiş olduğu Çerçeve Sözleşmede yer alan "(.....)" hükmü ve "internetten yapılacak satışlarda önceden BSH'den izin alınması şartı" getirilmesine yönelik hükmün sözleşmeden kaldırılacağına,
- BSH ile bayiler arasında akdedilmiş Bosch ve Siemens markalarına yönelik Marka Münhasır Bayilik Sözleşmelerinin "Sözleşme'nin Konusu" başlıklı 1. maddesinde yer alan "(.....)" şeklindeki hükmün "(.....)" şeklinde değiştirileceğine,
- BSH ile bayiler arasında akdedilmiş Bosch ve Siemens markalarına yönelik Marka Münhasır Bayilik Sözleşmelerinin "Sözleşme'nin Konusu" başlığının 2. paragrafında yer alan "(.....)" hükmünün kaldırılacağına ve
- BSH ile bayiler arasında akdedilmiş Bosch ve Siemens markalarına yönelik Marka Münhasır Bayilik Sözleşmelerinin 2.5.1. maddesinde yer alan "(.....)" hükmünün sözleşmeden kaldırılacağına

ilişkin taahhütlerin rekabet sorunlarını gidermeye elverişli ve etkili şekilde uygulanabilir olduğu gerekçeleriyle kabul edilebileceği sonucuna varılmıştır.

(169) Yetkili satıcıların pazaryerlerinde satış yapmalarına izin verilmesine yönelik olarak sunulan taahhüt kapsamındaki koşulların değerlendirilmesi neticesinde, revize taahhüt metninde yer alan tüm koşulların, seçici dağıtım sisteminin niteliğine uygun olduğu, fiziksel kanala getirilen kısıtlarla aynı amaca hizmet ettiği ve internetten satışları caydırıcı nitelik taşımadığı anlaşılmış olup bu koşulların rekabet sorunlarını gidermeye elverişli ve etkili şekilde uygulanabilir olduğu gerekçeleriyle kabul edilebileceği sonucuna varılmıştır.

(170) Son olarak, BSH'nin kriterlere dayalı sistemin denetimi ve gerekçeli Kurul kararının yetkili satıcılara duyurulmasına yönelik taahhütlerin kısa sürede yerine getirilebilir ve etkili şekilde uygulanabilir olduğu, bu nedenle söz konusu taahhütlerin kabul edilebileceği değerlendirilmiştir.

(171) Özetle, 4054 sayılı Kanun'un 43. maddesi uyarınca, BSH Ev Aletleri San. ve Tic. AŞ tarafından fiziksel satış kanallarında satış yapan yetkili satıcılar ile imzalanan sözleşmelerde yer alan hükümler ve yetkili satıcılara çevrim içi pazaryerlerinden satış yasağı getirilmesi uygulamaları bakımından sunulan revize taahhütlerin ilgili rekabet sorunlarını giderebilecek nitelikte olduğu ve kabul edilebileceği; 09.09.2021 tarih ve 21-42/617-M sayılı Kurul kararı uyarınca yürütülen soruşturmanın ilgili teşebbüs için, fiziksel satış kanallarında satış yapan yetkili satıcılar ile imzalanan sözleşmelerde yer alan hükümler ve yetkili satıcılara çevrim içi pazaryerlerinden satış yasağı getirilmesi uygulamaları bakımından sonlandırılabilirliği sonucuna ulaşılmıştır.

I.SONUÇ

(172) Rekabet Kurulunun 09.09.2021 tarih ve 21-42/617-M sayılı kararı uyarınca yürütülmekte olan soruşturma kapsamında, BSH Ev Aletleri San. ve Tic. AŞ'nin 02.08.2022 tarih ve 29975 sayı ile Kurum kayıtlarına intikal eden revize taahhüt metnine ilişkin olarak;

- Fiziksel satış kanallarında yapılan satışlara yönelik olarak;
 - BSH Ev Aletleri San. ve Tic. AŞ ve Teknosa İç ve Dış Ticaret Anonim Şirketi arasındaki Çerçeve Sözleşme'de ve BSH Ev Aletleri San. ve Tic. AŞ ile Media Markt Turkey Ticaret Limited Şirketi ile akdetmiş olduğu Çerçeve Sözleşme'de ve Marka Mühür Bayilik Sözleşmelerinde yer alan hükümlere dair sunulan taahhütlerin bağlayıcı hale getirilmesine,
 - Söz konusu taahhütler doğrultusunda yapılan değişikliklerin Rekabet Kurulunun kısa kararının tebliğinden itibaren 90 (doksan) gün içerisinde Rekabet Kurumuna intikal edecek şekilde tevsik edilmesine,
- Yetkili satıcıların çevrim içi platformlarda yapacakları satışlara ilişkin olarak;
 - BSH Ev Aletleri San. ve Tic. AŞ tarafından belirlenen koşulları içeren ve BSH Ev Aletleri San. ve Tic. AŞ'nin seçici dağıtım sisteminde yer alan yetkili satıcılarının platformlar üzerinden serbestçe satış yapabilmesine ilişkin taahhüdün bağlayıcı hale getirilmesine,
 - Gerekçeli kararın tebliğinden itibaren 12 (on iki) aylık döneme ilişkin olarak, 12 (on iki) aylık dönemin bitiminden itibaren 30 (otuz) gün içerisinde, platformlarda satış yapmak için BSH Ev Aletleri San. ve Tic. AŞ ile sözleşme yapan yeniden satıcıların listesinin, yetkili satıcılar tarafından satış yapılan platformların isimlerinin, yetkili satıcıların beyan ettiği platformlardan yapılan her bir ürün grubuna ilişkin satış adetlerinin ve bunların toplam satışlara oranlarının, platformda satış yapılmasına ilişkin sözleşmesi sona eren yetkili satıcıların unvanlarının, iletişim bilgilerinin, sözleşmenin yapılaş ve sona erme tarihlerinin ve sözleşmenin sona erme nedeninin Rekabet Kurumu kayıtlarına intikal edecek şekilde tevsik edilmesine yönelik taahhüdün bağlayıcı hale getirilmesine,
 - Sunduğu taahhütlerin uygun bulunarak kabul edilmesi ve buna ilişkin gerekçeli kararın tebliğinden itibaren 90 (doksan) gün içerisinde ve her halükarda 31.12.2022 tarihine kadar yetkili satıcılarına, yetkili satıcıları ile iletişim amacıyla kullandığı sistemleri aracılığıyla Rekabet Kurulu kararını ve platformda satış yapmak isteyen yetkili satıcıların BSH Ev Aletleri San. ve Tic. AŞ ile sözleşme yapması gerektiğini duyuracağına ilişkin taahhüdün bağlayıcı hale getirilmesine,
 - BSH Ev Aletleri San. ve Tic. AŞ tarafından yetkili satıcılara yapılacak duyurunun yapıldığına ilişkin belgelerin, duyurunun yapılmasından itibaren iki hafta içinde Rekabet Kurumuna tevsik edilmesine ilişkin taahhüdün bağlayıcı hale getirilmesine,
 - Yetkili satıcılar ile akdedilen çevrim içi platform satışlarına yönelik ek sözleşmelerin bir örneği ile Online Pazar Yeri Yetkili Satıcı Kurumsal Kılavuzunun bir örneğinin Rekabet Kurulunun gerekçeli kararının tebliğinden itibaren 90 (doksan) gün içerisinde ve en geç 31.12.2022 tarihine kadar Rekabet Kurumu kayıtlarına intikal edecek şekilde tevsik edilmesine,

- Bu çerçevede, 4054 sayılı Kanun'un 43. maddesi uyarınca, BSH Ev Aletleri San. ve Tic. AŞ tarafından fiziksel satış kanallarında satış yapan yetkili satıcılar ile imzalanan sözleşmelerde yer alan hükümler ve yetkili satıcılara çevrim içi pazaryerlerinden satış yasağı getirilmesi uygulamaları bakımından sunulan revize taahhütlerin ilgili rekabet sorunlarını giderebilecek nitelikte olması nedeniyle kabulüne ve ilgili teşebbüs açısından bağlayıcı hale getirilmesine, 09.09.2021 tarih ve 21-42/617-M sayılı Kurul kararı uyarınca yürütülen soruşturmanın ilgili teşebbüs için, fiziksel satış kanallarında satış yapan yetkili satıcılar ile imzalanan sözleşmelerde yer alan hükümler ve yetkili satıcılara çevrim içi pazaryerlerinden satış yasağı getirilmesi uygulamaları bakımından sonlandırılmasına

gerekçeli kararın tebliğinden itibaren 60 gün içinde Ankara İdare Mahkemelerinde yargı yolu açık olmak üzere OYBİRLİĞİ ile karar verilmiştir.