

Rekabet Kurumu Başkanlığından,

REKABET KURULU KARARI

Dosya Sayısı : 2010-2-287 (Önaraştırma)
Karar Sayısı : 11-09/166-55
Karar Tarihi : 16.2.2011

10 **A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER**

Başkan : Doç. Dr. Mustafa ATEŞ (İkinci Başkan)
Üyeler : Mehmet Akif ERSİN, İsmail Hakkı KARAKELLE,
Murat ÇETİNKAYA, Reşit GÜRPINAR

B. RAPORTÖRLER : Remzi Özge ARITÜRK, Özgür Can ÖZBEK

20 **C. BAŞVURUDA BULUNAN** : - Hüseyin Aydın
Bahçelievler Mahallesi Aydınlar Caddesi No:256
Büyükkçekmece/İstanbul

D. HAKKINDA İNCELEME YAPILAN:

- Digital Platform İletişim Hizmetleri A.Ş.
Adres: Yıldız Cad. No:34 34353 Beşiktaş/İstanbul

E. DOSYA KONUSU: Digital Platform İletişim Hizmetleri A.Ş. tarafından müşteriler arası ayrımcılık yapılarak bazı müşterilerin zor duruma düşürüldüğü iddiası.

30 **F. İDDİALARIN ÖZETİ:** Başvuruda, şikâyetçi tarafından kendisinin 10 yıldır Digital Platform İletişim Hizmetleri A.Ş. (Digitürk)'nin işyeri aboneliği olduğu, Digitürk abonelik bedelinin 10 yıllık süreç içinde kademeli olarak 600 TL'den 8.200 TL'ye çıktığı, fiyatlarda bu şekilde yükselme olmasına karşın kimi yerlerin köy statüsüne sokulup abonelik bedellerinin düşük tutulduğu ancak İstanbul sınırları içinde her yerin aynı yaşam ulaştığı, Digitürk işyeri abonelik bedellerinin fiyatlarının artmasına karşın konutlara uygulanan abonelik bedelleri ve kampanyaların işyerlerinin durumunu daha da zorlaştırdığı ifade edilerek gereğinin yapılması talep edilmiştir.

40 **G. DOSYA EVRELERİ:** Kurum kayıtlarına 7.10.2010 tarihinde, 7710 sayılı ile intikal eden başvuru üzerine yapılan inceleme neticesinde hazırlanan 7.12.2010 tarih ve 2010-2-287/İİ-10-392.ÖCÖ sayılı İlk İnceleme Raporu 16.12.2010 tarih ve 10-78 sayılı Kurul toplantısında görüşülerek önaraştırma yapılmasına karar verilmiştir. İlgili karar uyarınca yapılan inceleme sonucunda düzenlenen 8.2.2011 tarih ve 2010-2-287/ÖA-11-355.RÖA sayılı Önaraştırma Raporu 8.2.2011 tarih ve REK.0.06.00.00-110.02.02/67 sayılı Başkanlık önergesi ile 11-09 sayılı Kurul toplantısında görüşülerek karara bağlanmıştır.

50 **H. RAPORTÖRLERİN GÖRÜŞÜ:** İlgili raporda; Digitürk hakkında 4054 sayılı Kanun'un 41. maddesi uyarınca soruşturma açılmasına gerek olmadığı ifade edilmiştir.

I. İNCELEME VE DEĞERLENDİRME

Başvuru konusu iddiaları esas itibarıyla Türkiye Futbol Federasyonu (TFF) Süper Lig müsabakalarından her hafta en az 4 adedinin yurt içine şifreli ve canlı olarak yayımlanması hakkına münhasıran sahip olan Digitürk'ün işyeri abonelik bedellerinde önemli artışlar yapması ve işyeri abonelik bedellerindeki bu artışlara karşın konut abonelik bedellerini düşük tutması ve bu abonelik tipine yönelik kampanyalar düzenlemesi oluşturmaktadır.

60 Bu çerçevede anılan iddialar esas itibarıyla 4054 sayılı Kanun'un teşebbüslerin hâkim durumlarını kötüye kullanmalarını yasaklayan 6. maddesi kapsamında "Eşit durumdaki alıcılara aynı ve eşit hak, yükümlülük ve edimler için farklı şartlar ileri sürerek, doğrudan veya dolaylı olarak ayırimcılık yapılması" çerçevesinde inceleme yapmayı gerektirmiştir.

Bu kapsamda belirtilmesi gereken ilk husus 4.2.2010 tarihinde Digitürk ile TFF arasında imzalanan "Paket A Yayın Hakkı Sözleşmesi" uyarınca, "Digitürk TFF Süper Lig müsabakalarından her hafta en az 4 adedini yurt içine şifreli ve canlı olarak yayımlamak zorunda" olmasıdır. "Yayın hakkı sahibinin bu hakkı münhasırdır."

70 Konuya ilişkin olarak Digitürk tarafından, abonelerinin kurumsal ve bireysel bazda üyelik tipleri, söz konusu üyelik tiplerinin hangi kriterler çerçevesinde neye göre belirlendiği sorularına yanıt olarak,

- Digitürk'ün, ilk Süper Lig yayın haklarının ihalesini kazandığı 2001-2002 Futbol sezonu için işyeri üyelik gruplarını kendi içinde 4 grup ve buna bağlı dört fiyat ile satış fiyatlarını açıkladığı (A-B-D ve E),
- Satışlara başlanılan 2001-2002 sezonu ile birlikte pazar araştırmaları ve elde edilen deneyim ile üyelik gruplarını 2010-2011 Futbol sezonu itibarıyla 26 gruba çıkartmış bulunduğu,
- Üyelik gruplarının arttırılmasındaki ana hedeflerinin işletmeler arasındaki haksız rekabeti engellerken aynı zamanda pazarda gidilebilecek tüm noktalara ulaşarak futbol izleyicileri ile yayınlarını izleyebilecekleri tüm işletmelerde bulunmak olduğu

80 ifade edilmiştir. Digitürk tarafından ticari işletmelere yönelik yapılan sınıflandırmalara aşağıda yer verilmektedir.

Kahvehane Grupları:

Alkolsüz içecek tüketimi yapılan bu noktalar için 2001-2002 sezonunda tek bir grup ile satış (A grubu) yapılmıştır. İçinde bulunulan 2010-2011 futbol sezonuna gelindiğinde Kahvehane statüsündeki işletmeler artık 6 grupta takip edilmektedir. (A-V-E-G-S-K) Burada grup yapılandırması işletmelerin bulunduğu il-ilçe ve işletmenin faaliyet gösterdiği alandaki büyüklüğüne göre yapılmakta olup grup kırımları bunlara göre gerçekleştirilmiştir.

90 **Restoran Grupları:**

Yemek tüketimi yapılan bu noktalar için 2001-2002 sezonunda tek bir grup ile satış (B grubu) yapılmıştır. İçinde bulunulan 2010-2011 futbol sezonuna gelindiğinde Restoran statüsündeki işletmeler artık 4 grupta takip edilmektedir. (B-C-T-P) Burada grup yapılandırması işletmelerin bulunduğu il-ilçe-sezonluk hizmet veren işletmenin faaliyet gösterdiği alandaki büyüklüğe, hizmet farklılığına göre (Alkol servisi bulunan

ve Alkol servisi bulunmayan) yapılmakta olup, grup kırımları bunlara göre gerçekleştirilmiştir.

Otel ve Dinlenme Tesisleri Grupları :

- 100 Para karşılığı konaklanılan bu noktalar için 2001-20002 sezonunda tek bir grup ile satış (D grubu) yapılmışken içinde bulunulan 2010-2011 futbol sezonunda Otel ve Dinlenme tesisi statüsündeki işletmeler artık 15 grupta takip edilmektedir. (D;D1;D2;D3;D4;D5;D6;D7;D8;D9;H;H1;H2;H;3;H4) Burada grup yapılandırması işletmelerin bulunduğu il-ilçe – sezonluk hizmet veren işletmenin faaliyet gösterdiği alandaki büyüklüğe bağlı (Oda sayısı ve yıldız) hizmet farklılığına göre yapılmakta olup grup kırımları bunlara göre gerçekleştirilmiştir.

Otobüs ve Gemiler:

- Kendi içinde tek grup olarak takip edilmektedir.
110 Söz konusu işletmelerin grup detay açıklamalarına aşağıda yer verilmektedir.

TİCARİ İŞYERİ ÜYELİK GRUPLARI

“A” GRUBU

- Kahvehaneler veya kiraathaneler
İçkisiz kafeteryalar
Benzin istasyonlarındaki kafeteryalar
Bilardo salonu
Çay bahçeleri (200 metrekare altı)
Ganyan bayileri
Pasta haneler, pasta hane tipli fırınlar
120 Tekel bayileri
Muhallebiciler
Dernekler (içkisiz ve yemeksiz)
Otobüs yazıhaneleri, taksi durakları
Börekçiler, büfeler
Huzur evleri
Halı Sahalar ve bu sahalardaki salon ve lokaller
Üniversite - yurt lokalleri ve mezun dernekleri (içkisiz)

“V” GRUBU

- 130 İşletmede 4 adet ve üstü TV, plazma izlenen ya da iki veya daha fazla katlı olan A grubu kriterlerine giren noktalar.

“B” GRUBU

- Hastane bekleme salonları
İçkisiz restoranlar, lokantalar ve kafeteryalar
Otobüs konaklama tesislerindeki restoran ve kafeteryalar
Pizza salonları
Kaplıcalardaki lokaller ve saunalar
Çay bahçeleri (200 metrekare üzeri)
140

“C” GRUBU

- (200 Metrekare ve 20 masa altında mekânlar için geçerlidir).
Barlar , birahaneler , içkili restoranlar , kafeteryalar

11-09/166-55

Dernekler (içkili ve yemekli)

Üniversite -yurt lokalleri ve mezunları dernekleri (içkili)

“P” GRUBU

(200 metrekare ve 20 masa üzerindeki mekânlar için geçerlidir).

Barlar ve birahaneler, içkili dernekler, restoranlar

150

OTELLER :

4-5 Yıldızlı Oteller;

D; İstanbul,Ankara ve İzmir il sınırları içindeki 100 ve üstü oda kapasitesine sahip Tam Sezon otel lobi satışı üyelikleri

D1; İstanbul,Ankara ve İzmir il sınırları içindeki 100 oda altı kapasitesine sahip Tam Sezon otel lobi satışı üyelikleri.

D2; Diğer İller - 100 ve üstü oda kapasitesine sahip Tam Sezon otel lobi satışı üyelikleri.

D3; Diğer İller - 100 oda altı kapasitesine sahip Tam Sezon otel lobi satışı üyelikleri.

160

D4; Yazlık Beldeler - 100 ve üstü oda kapasitesine sahip Tam Sezon otel lobi satışı üyelikleri.

D5; Yazlık Beldeler - 100 oda altı kapasitesine sahip Tam Sezon otel lobi satışı üyelikleri.

D6; Yazlık Beldeler - 100 ve üstü oda kapasitesine sahip 4 aylık otel lobi satışı üyelikleri.

D7; Yazlık Beldeler - 100 oda altı kapasitesine sahip 4 aylık otel lobi satışı üyelikleri.

D8; Yazlık Beldeler - 100 ve üstü oda kapasitesine sahip 2 Aylık otel lobi satışı üyelikleri.

D9; Yazlık Beldeler - 100 oda altı kapasitesine sahip 2 Aylık otel lobi satışı üyelikleri.

170

1-2-3 Yıldızlı Oteller ;

H ; İstanbul,Ankara ve İzmir il sınırları içindeki Tam Sezon otel lobi satışı üyelikleri.

H1; Diğer İller - Tam Sezon otel lobi satışı üyelikleri.

H2; Yazlık Beldeler –Tam Sezon otel lobi satışı üyelikleri.

H3; Yazlık Beldeler –Tam Sezon otel lobi satışı üyelikleri.

“E” GRUBU

Askeri Subay ve Ast Subay gazioları

Polis evleri

180

Öğretmen evleri

Türkiye faal futbol hakemleri ve gözlemcileri dernekleri

Amatör spor kulüpleri

“G” GRUBU

*Güneydoğu ve Doğu Anadolu bölgelerindeki ilçe kahvehaneleri

“S” GRUBU

* İl merkezlerindeki çok katlı iş merkezleri, plazalar, hanlarda bulunan çay ocakları (Türkiye tüm iller)

190

* Güneydoğu ve Doğu Anadolu bölgelerindeki ilçe restoranlar

“T” GRUBU

Tatil bölgelerinde kısa dönemle Nisan – Ekim tarihleri arasında aktif olarak hizmet veren, Ekim-Mart ayları arasında durgun sezon yaşayan bölgelerde “Yemek & Alkol” tüketimi yapan işletmelerde kullanılacak gruptur.

“K” GRUBU

200 Köy Kahvehaneleri
Er ve Erbaş Gazinoları

“Y” GRUBU

Yatlar ve Gemiler (Ticari kâr etmek amacı ile hizmet veren yat ve gemilere yapılacak satışlar)

“O” GRUBU

Ticari Otobüsler

210 **Otel & Lojman Satışları**

Tesis (otel, motel) ve lojman üyelikleri bulunmaktadır.

Her iki müşteri tipi de 2 ayrı yayın izleme sistemine göre fiyatlandırılmaktadır.

Head End Sistem: Daire veya odalarda Digitürk uydu alıcılarının kullanılmadığı sadece bir yayın odasında SMATV sistemi vasıtası ile analog olarak sınırlı sayıda yayının verildiği modeldir.

MDU Sistem: Dairelerde Digitürk uydu alıcısının kullanıldığı paket seçimine göre daha fazla yayının dijital olarak izlendiği modeldir.

220 Öte yandan Digitürk tarafından gönderilen cevabi yazıda görüldüğü üzere Digitürk tarafından konutlara uygulanan abonelik bedellerinde de kademeli olarak önemli artışlar yaşanmıştır. Örneğin 2005-2006 sezonunda Digitürk Ekospor paketi yıllık bedeli 540 TL, DT MOD yıllık bedeli 465 TL iken, söz konusu paketlerin 2011 yılı bedelleri sırasıyla 827,88 TL ve 627,88 TL'dir.

230 Digitürk'ün abonelik bedellerinde yaptığı artışların temel nedeni içerik maliyetinde yaşanan artışlardır. Söz konusu içerik maliyetinde yaşanan artışların en önemli kaynağı ise TFF Süper Lig müsabakalarının münhasır yayın hakkının elde edilme bedellerinde yaşanan ciddi düzeydeki artışlardır. Aşağıdaki yıllar itibarıyla Digitürk'ün TFF Süper Lig müsabakalarının münhasır yayın hakkı için TFF'ye ödemek durumunda olduğu bedellere yer verilmektedir.

240

Tablo: Digitürk'ün 2000-2001 döneminden itibaren TFF'ye ödediği ihale bedelleri

TFF Giderleri	Eski İhale Tutarları										Yeni İhale Tutarı
	2000-01**	2001-02	2002-03	2003-04	2004-05	2005-06	2006-07	2007-08	2008-09	2009-10	
TFF'e ödenen toplam bedel USD (Milyon)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
TFF'e ödenen toplam bedel TL (Milyon)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Kur	0,88	1,39	1,63	1,39	1,40	1,34	1,44	1,23	1,47	1,50	1,52
Artış oranı USD										4%	100%

** Söz konusu bedel yarım sezon bedelidir.

250 Yukarıdaki tablodan da görüldüğü üzere, Digitürk 2000-2001 döneminde yarım sezon için TFF'ye toplam (.....) milyon TL ödemişken bu rakam 2001-2002 sezonu için (.....) milyon TL, 2003-2004 sezonu için (.....) milyon TL, 2009-2010 sezonu için (.....) milyon TL olarak gerçekleşmiş ve 2010-2011 sezonu içinse bu bedel (.....) milyon TL olarak gerçekleşmiştir. Digitürk'ün özellikle TFF Süper Lig müsabakalarını da kapsayan içeriklere yönelik abonelik bedellerinde yaşanan artışın temel nedeninin söz konusu içeriklere erişim maliyetlerinde yaşanan yüksek düzeydeki artışlar olduğu açık bir şekilde anlaşılmaktadır.

260 Digitürk tarafından gerçekleştirilen fiyat uygulaması esas itibarıyla üçüncü derece fiyat farklılaştırması olarak kabul edilebilecektir. Bir teşebbüsün, talebin fiyat esnekliklerindeki farklılıklara dayanarak farklı müşteri gruplarından farklı fiyat talep ettiği böyle bir durum, söz konusu fiyat farklılaştırmasının olmadığı halde hizmet verilemeyen bir müşteri grubuna hizmet verilebilmesine olanak tanırırsa, diğer bir deyişle çıktının artmasını sağlıyorsa toplam refahı artırıcı yönde bir etki yapabilecektir. Zira yüksek düzeyde sabit maliyetlerle karşı karşıya olan bir teşebbüs için fiyat farklılaştırması söz konusu sabit maliyetlerin telafi edilmesine olanak sağlayacak önemli bir stratejidir. Böyle bir teşebbüs fiyat farklılaştırmasına gitmek suretiyle daha önce satış yapamadığı müşteri gruplarına satış yapacak ve çıktıyı artırarak sabit maliyetleri çok daha fazla sayıda çıktıya dağıtma olanağı bulabilecektir.

270 Öte yandan 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesi kapsamında hâkim durumda olduğu kabul edilen bir teşebbüs tarafından "eşit durumdaki alıcılara aynı ve eşit hak, yükümlülük ve edimler için farklı şartlar ileri sürerek, doğrudan veya dolaylı olarak ayırimcılık yapılması" yasaklanmaktadır. Başvuru dilekçesinde ise öncelikle konutlara ve işyerlerine uygulanan Digitürk paket bedelleri arasındaki farklar, ikinci olarak da işyerlerine yönelik yapılan sınıflandırmalar doğrultusunda farklı nitelikteki işyerlerine yönelik paket bedelleri arasındaki farklar şikâyet edilmektedir. Öncelikle nihai kullanım/tüketim amacıyla satın alınan konutlara yönelik Digitürk paket bedelleri ile bir anlamda yeniden satış amacıyla (ticarethaneye gelen müşterilere verilen hizmetin bir unsuru olarak) satın alınan ticarethanelere yönelik Digitürk paket bedelleri

280 arasında önemli oranda farkın olması makul görünmektedir. Bunun yanında, yukarıda ayrıntısına yer verildiği üzere, farklı satış potansiyellerine, diğer bir deyişle farklı sayıda, nitelikte ve çeşitlilikte müşteriye hizmet sunma olanaklarına sahip ticarethaneler arasında Digitürk'ün aynı ya da benzer paket için farklı bedeller talep etmesi makul görünmektedir. Şikâyete konu her iki durumda da Digitürk, eşit durumda olmayan, aksine pek çok ölçüt bakımından farklılık arz eden alıcılara aynı ve eşit hak, yükümlülük ve edimler için farklı şartlar ileri sürmektedir.

290 Bu açıklamalar çerçevesinde, Digitürk'ün işyeri abonelik bedellerinde önemli artışlar yapması, ticarethanelere yönelik uyguladığı abonelik bedelleri ile konutlara yönelik uyguladığı abonelik bedelleri arasında önemli farkların bulunması ve farklı ticarethanelere yönelik uyguladığı abonelik bedelleri arasında önemli farklılıklar bulunmasınının 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesi çerçevesinde ihlal olarak değerlendirilemeyeceği sonucuna ulaşılmıştır.

J. SONUÇ

Düzenlenen rapora ve incelenen dosya kapsamına göre; dosya konusu iddialara yönelik olarak 4054 sayılı Kanun'un 41. maddesi uyarınca soruşturma açılmasına gerek olmadığına, şikâyetin reddine OYBİRLİĞİ ile karar verilmiştir.