

Rekabet Kurumu Başkanlığından,

**REKABET KURULU KARARI**

Dosya Sayısı : 2014-2-60 (Önaraştırma)  
Karar Sayısı : 15-08/107-44  
Karar Tarihi : 19.02.2015

**A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER**

Başkan : Prof. Dr. Nurettin KALDIRIMCI  
Üyeler : Kenan TÜRK, Dr. Murat ÇETİNKAYA, Reşit GÜRPINAR,  
Fevzi ÖZKAN, Doç. Dr. Tahir SARAÇ

**B. RAPORTÖRLER:** Nilgün KOCADAĞ, Tuba YEŞİL, Mustafa Özgür GÜLTEKİN

**C. BAŞVURUDA**

**BULUNAN** : - Yunus Emre Bucak  
Kenan Evren Bulvarı Çağla Sitesi A Blok Altı No:44/B  
Çukurova/Adana

**D. HAKKINDA İNCELEME**

**YAPILAN** : - BSH Ev Aletleri San. ve Tic. A.Ş.  
Fatih Sultan Mehmet Mah. Balkan Cad. No:51  
34771 Ümraniye/İstanbul

- (1) **E. DOSYA KONUSU: BSH Ev Aletleri San. ve Tic. A.Ş.'nin Siemens markalı ürünlerin dağıtımını yapan ve yüklenilen hak ve yükümlülükler merkezinde eşit statüde bulunan bayiler arasında ayrımcılık yaptığı iddiası.**
- (2) **F. DOSYA EVRELERİ:** Kurum kayıtlarına 17.11.2014 tarihinde giren başvuru üzerine hazırlanan 16.12.2014 tarih ve 2014-2-60/İİ İlk İnceleme Raporu, 18.12.2014 tarihli Kurul toplantısında görüşülmüş ve 14-53/911-M sayılı ile önaraştırma yapılmasına karar verilmiştir. İlgili karar uyarınca düzenlenen 10.02.2015 tarih ve 2014-2-60/ÖA sayılı Önaraştırma Raporu görüşülerek karara bağlanmıştır.
- (3) **G. İDDİALARIN ÖZETİ:** Başvuruda özetle;
- 28 Ocak 2004 tarihi itibarıyla BSH Ev Aletleri San. ve Tic. A.Ş.'nin (BSH<sup>1</sup>) Siemens<sup>2</sup> markası yetkili bayii olarak Adana ilinde Emre Ticaret adı altında beyaz eşya ticaretine başladığı, aynı yıl içerisinde Siemens markalı ürünlerin satışının yapıldığı Metro Grossmarket adlı marketler zincirinde iki programlı çamaşır makinesi ve bin devirli çamaşır makinesinin anılan bayii ile eşit nihai fiyattan satılmasının yanı sıra taksitlendirme de yapıldığı, söz konusu fiyat politikasının adı geçen market tarafından yayınlanan insörtlere mevcut olduğu,
  - 2007-2008 döneminde Siemens Güney ve Doğu Anadolu Bölge Müdürü ile Adacan Dayanıklı Tüketim Malları Pazarlama Ltd. Şti. arasında paravan inşaat şirketleri

<sup>1</sup> BSH'nin yurtiçi ayağını oluşturduğu ve Robert Bosch GmbH (Bosch) ile Siemens AG'nin(Siemens) ortak kontrolünde bulunan Almanya merkezli BSH Bosch und Siemens Hausgerate GmbH'nin (BSH) tam kontrolü, Rekabet Kurulunun 04.11.2014 tarih ve 14-43/786-349 sayılı kararıyla Bosch'a devredilmiştir.

<sup>2</sup> Şikayet dilekçesine dayanıklı tüketim malları alanındaki yurt içi eylemleri konu olan Siemens markası, atf yapılan Kurul kararı uyarınca tek başına Bosch tarafından kontrol edilmekte olan BSH'nin ve onun Türkiye'deki kolu olan BSH'nin bünyesindeki ana markalar Bosch ve Siemens, özel markası Gaggenau ve yerel markası Profilo ile faaliyet göstermektedir. Bu bağlamda başvuru dilekçesine konu firma olarak gösterilen BSH ve adı geçen markalar nihai düzeyde Bosch'un tasarrufunda bulunmaktadır.

oluşturularak iskontolar tanımlandığı; ancak ilgili ürünlerin inşaat şirketlerine satılmak yerine adı geçen mağaza tarafından nihai tüketiciye satıldığı,

- OH 21100, DE1821415, DE1821515 kodlu şofbenlerin Gizerler Dayanıklı Tüketim Malları A.Ş.'ye 400-500 adet (Adana), Dörtler Beyaz Eşya San. Tic. Ltd. Şti'ye 100-300 adet (Adana), Derya Klima'ya 100-200 adet (Mersin), Aygün Alışveriş Merkezi'ne 100-200 adet (Kahramanmaraş) satılmasına ilişkin projeler doğrultusunda teslimat yerine nihai müşterilere satışın gerçekleştirildiği,
- Ankastre ürünlerde Dörtler Beyaz Eşya ve Derya Klima'nın proje adetinin iki katı ürün teslim almak suretiyle sözü edilen ürünlerin nihai müşteriye satışını yaptıkları,
- M/S İstanbul (Media Markt) adlı şirkete direkt olarak %20 iskonto ile ürün satışı yapıldığı, anılan satışların faturalarda mevcut olduğu,
- 2012 yılında Hatay Kurnazlar Ticaret adlı firmaya Siemens Satış Direktörü Haluk ÇELEBİOĞLU ve Siemens Güney ve Doğu Anadolu Bölge Müdürü Gökhan KOÇ tarafından KG57NS50Ne kodlu buzdolabının adet başı 800 TL gibi bir iskonto üzerinden satışının gerçekleştirildiği, bahse konu durumun çevre illeri de etkilediği,
- Bazı firmalara her yıl teşhir yenileme ve ek stant yapma adı altında teşhir iskontoları verildiği, bununla birlikte on yıllık Siemens bayii olan başvuru sahibi Emre Ticaret'in mağaza açılışı haricinde bir kez dahi teşhir yenileme almadığı,
- Yukarıda aktarılan vakaların sadece başvuru sahibi tarafından bilinenler olduğu, bununla birlikte gerekli incelemeler yapıldığında benzeri birçok vaka ile karşılaşılabileceği

belirtilerek; statü olarak eşit çalışma koşullarının sağlanması, adil olunması, hak ve hukukun firma tarafından gözetilmesi gerekirken, Siemens bayii sıfatıyla geçen on yıllık süreçte gerek direktör, gerekse bölge müdürlerinin keyfiyetçiliği nedeniyle teşebbüs sermayesinin zarara uğratılarak erimiş olduğu iddia edilmiştir.

- (4) Ayrıca raportörlerin başvuru sahibi ile yaptığı telefon görüşmesi kapsamında şikâyete konu iddialara ve Siemens ile olan bayilik sözleşmesinin rekabet hukuku bağlamındaki içerik ve niteliğine ilişkin yöneltilen sorulara cevaben özetle;

- Emre Ticaret'in BSH'nin yurt içindeki dağıtım ağı teşkilatı bünyesinde Güney Anadolu ve Güneydoğu Anadolu bölge müdürlüğüne bağlı münhasır Siemens yetkili bayii olarak faaliyet gösterdiği, bahsi geçen münhasırlığın BSH ve/veya Siemens tarafından gelen herhangi bir baskı veya dayatma söz konusu olmaksızın teşebbüs iradesi ile ve 2004 yılında adı geçen taraflarca akdedilen dağıtım sözleşmesi çerçevesinde yüklenildiği,
- Anılan bayilik sözleşmesinin Siemens marka dayanıklı tüketim mallarının Emre Ticaret tarafından satışı konusunda kendi satış fiyatını belirlemesine engel teşkil edecek şekilde asgari veya sabit fiyat tayin eden herhangi bir hüküm ihtiva etmediği gibi bu yönde bir neticeye sebebiyet verecek nitelikte şifahi veya fiili bir dayatmaya maruz kalınmadığı, bir diğer deyişle alıcı olarak satış fiyatı tespitinin bireysel tasarruf ve inisiyatif dairesinde cereyan ettiği,
- Bunun yanında bahse konu sözleşmede sağlayıcı firmanın ürünlerinin satışının yapılabileceği bölge ve/veya müşteri grubunu belirleyen yahut ilgili rekabet hukuku mevzuatına aykırı biçimde rekabet etmeme yükümlülüğü getiren herhangi bir hükme de yer verilmediği, ayrıca yine sözleşme harici metotlarla bu paralelde kısıtlamaların şikâyet sahibi açısından gündeme gelmediği,

- Başvuru sahibinin şikâyet dilekçesinde yakındığı ayrımcı uygulamaların ilgili bölgede dağıtım yapan öteki bayilerce de bilindiği; diğer yandan söz konusu farkındalığın sağlayıcı şirket ve anılan bayiler arasında rekabeti kısıtlayıcı bir koordinasyona işaret etmekten açıkça uzak olacak şekilde yalnızca somut bir vakanın bilinmesinden ibaret olduğu,
- Yukarıda dile getirilen tabloya rağmen Siemens tarafından makul veya haksız hiçbir sebep göstermeksizin şikâyetçiyle aynı ve eşit hak yükümlülük ve edimleri üstlenmiş diğer Siemens bayileri karşısında Emre Ticaret aleyhine ısrarla ve doğrudan ayrımcı ve dışlayıcı bir politika güdüldüğü,
- Sözü edilen politikanın doğurduğu olumsuz etkinin alım yapılan ürün grupları içindeki dağılıma da bağlı olarak ekseriyetle ankastre mutfak ve şofben ürünlerinde ortaya çıktığı, öte taraftan aynı sıklıkta olmasa da bulaşık makinesi, çamaşır makinesi, buzdolabı ve klima satışlarında da anılan mağdur edici vaziyetin yaşandığı

beyan edilerek; 2014 yılı Ocak ayı civarında resmen olmasa da ürün alımlarını durdurmak suretiyle fiilen Siemens bayiliği faaliyetinin sona erdirildiği belirtilmiş; ayrıca Siemens tarafından icra edilen söz konusu uygulamalar nedeniyle maddi zararının bulunduğu öne sürülmüştür.

- (5) **H. RAPORTÖR GÖRÜŞÜ:** İlgili raporda; BSH hakkında 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un (4054 sayılı Kanun) 41. maddesi uyarınca soruşturma açılmasına gerek olmadığı belirtilmiştir.

## I. İNCELEME VE DEĞERLENDİRME

### I.1. İlgili Pazar

#### I.1.1. İlgili Ürün Pazarı

- (6) BSH'nin ürün portföyünü; fırın, bulaşık makinesi, çamaşır makinesi, kurutma makinesi, buzdolabı, derin dondurucu, klima, ütü, elektrikli süpürge, mutfak robotu, anı su ısıtıcısı ve termosifon, ev konfor ürünleri ve elektronik cihazlar gibi küçük ve büyük ev aletleri oluşturmaktadır. Diğer taraftan, BSH tarafından sağlanan pazar payına ilişkin bilgilerde; Siemens marka dayanıklı tüketim ürünleri olarak fırın, buzdolabı, çamaşır makinesi, bulaşık makinesi, derin dondurucu, kurutma makinesi, elektrikli süpürge, anı su ısıtıcısı ve termosifon ürün grupları bazında bir sınıflandırmanın temel alındığı görülmüştür. Bu bağlamda; Siemens ürünlerine yönelik ilgili ürün pazarının tanımlamasına ilişkin değerlendirmede bir üst pazar olarak "dayanıklı tüketim malları" veya müstakil olarak her bir alt ürün segmenti özelinde ve ayrı ayrı pazar tanımlarına gidilip gidilemeyeceği konusunun belirlenmesi önem taşımaktadır.
- (7) İlgili ürün pazarı belirlenirken, ürünlerin nihai tüketici gözünde nitelikleri, kullanım amaçları ve fiyatları açısından benzer olmaları ve birbirleriyle ikame edilebilmeleri önem taşımaktadır. Tüketici gözünden bakıldığında buzdolabı, çamaşır makinesi gibi ürünlerin nitelik ve kullanım amacı bakımından ikame edilemez olduğu ve ürünler arası fiyat farklılığı bulunduğu açıktır. Pazarın daha geniş (dayanıklı tüketim malları pazarı olarak) belirlenip belirlenemeyeceği tespit edilirken, bir ürün çeşidi dışında tüm ürünlerinin fiyatını arttıran bir bayinin müşterilerinin bütünüyle diğer bayiye ya da bayilerin rakibi olabilecek büyük elektronik perakendecilerine geçip geçmeyeceği değerlendirilmelidir.
- (8) Dayanıklı tüketim malları, içeriğinde çok sayıda ve çeşitli ürün grubunu barındıran farklı alt segmentlerden teşekkül etmektedir. Sektörde genel olarak üreticiler tüketiciye doğrudan satış yapmamakta, münhasır ve münhasır olmayan bayiler aracılığıyla satış yapmaktadır.

- (9) Tüketicilerin dayanıklı ürün alım sıklığı düşüktür. Bu itibarla tüketiciler, ürünler arası fiyat ve kalite farklılıklarına dikkat etmekte, satın almadan önce çeşitli mağazaları araştırmaktadır. Dolayısıyla, tüketici bu nitelikte bir ürün alırken sadece marka imajıyla yetinmeyecek, yapacağı alımı parasal değer olarak yüksek bulduğu ve ürünün kullanım süresi uzun olduğu için bütün özelliklerine dikkat edecek, ürünler arası farklılıklar konusunda daha fazla bilgi edinmeye çalışacak ve bunun için de daha yüksek arama maliyetine katlanmayı kabul edecektir. Bu çerçevede, görelî olarak buzdolabı dışındaki tüm ürünlerinin fiyatını yükselten bir elektronik perakendecisi, buzdolabı fiyatı nedeniyle tüketici tarafından tercih edilebilecektir.
- (10) Konuyla ilgili geçmiş tarihli Rekabet Kurulu kararlarında pazar tanımı somut vakalar bazında yapılmıştır. Örneğin; 25.09.2008 tarih ve 08-56/892-353 sayılı Kurul kararında sektör ve pazar ayrıntıları ile incelenerek, dayanıklı ev içi tüketim mallarının perakende satış hizmetleri pazarı olarak tanımlanan üst pazarda buzdolabı, çamaşır makinesi, bulaşık makinesi, fırın, klima, elektrik süpürgesi tüplü televizyon, panel televizyon gibi birçok ürünün özellikle kullanım amaçları ve nitelikleri bakımından tüketiciler gözünde farklılaşması nedeniyle farklı birer ilgili ürün pazarı oluşturduğu dile getirilmiştir. 12.06.2012 tarih ve 12-32/916-275 sayılı kararda ise *“ilgili ürün pazarları ürün bazında ve ayrı ayrı olmak üzere buzdolabı (soğutucular), bulaşık makinesi, elektrikli süpürge, çamaşır makinesi, çamaşır kurutma makinesi, mikrodalga fırın, panel televizyon, fırın, ocak, küçük ev aletleri perakende satış pazarları ve dosya kapsamında ayrıca bir ayrıma gidilmesi gereği bulunmadığından diğer elektronik eşya perakende satış pazarı olarak belirlenmiştir.”* denilmek suretiyle pazar tanımında bütüncül yorum tercih edilmiştir.
- (11) Yukarıda yer verilen açıklamalar ve Kurul kararları, pazara ilişkin veriler ve ilgili ürünlerin özellikle kullanım amaçları ile nitelikleri bakımından tüketiciler gözünde farklılaşması dikkate alındığında, mevcut dosya kapsamında yapılacak pazar tanımı bakımından ürün bazında ve ayrı ayrı olmak üzere; “fırın, buzdolabı, çamaşır makinesi, bulaşık makinesi, derin dondurucu, kurutma makinesi, elektrikli süpürge, ani su ısıtıcısı ve termosifon” ürün gruplarının birbirinden bağımsız birer ilgili ürün pazarı teşkil ettiği sonucuna ulaşılmıştır.

### **I.1.2. İlgili Coğrafi Pazar**

- (12) Teşebbüslerin faaliyet gösterdikleri alana ilişkin rekabet koşullarının yeterli derecede homojen ve özellikle komşu bölgelerden hissedilir derecede farklı olması, ilgili coğrafi pazarın tespitinde belirleyici olmaktadır. Bu bağlamda, BSH'nin faaliyetleri bakımından ülke genelinde bu tip bir ayrımdan söz etmenin mümkün olmamasından hareketle, mevcut dosya bakımından ilgili coğrafi pazar “Türkiye” olarak belirlenmiştir.

### **I.2. Öneraştırma Kapsamında Elde Edilen Bilgi ve Belgeler**

- (13) Öneraştırma kapsamında BSH'den Siemens ürünlerinin dağıtımının nasıl yapıldığına, bayilere ve (varsa) diğer satış kanallarına uygulanan indirimlerin ne şekilde gerçekleştirildiğine, Siemens ve diğer BSH markalarının ve rakiplerinin faaliyet gösterdikleri sektörlerdeki 2008 yılından bu yana gerçekleşen pazar paylarına ilişkin bilgi ve belgeler talep edilmiş, teşebbüsün cevabi yazıları 27.01.2015 ve 05.02.2015 tarihlerinde Kurum kayıtlarına girmiştir.
- (14) Teşebbüsten elde edilen bilgilere göre, BSH bünyesinde satışı yapılan Profilo, Siemens, Bosch, Gaggenau markalarından her biri için farklı bayilik ve dağıtım yapısı bulunmaktadır. Siemens markalı ürünlerin dağıtımı, (.....).
- (15) Siemens ürünlerinin bayilere ve diğer satış kanallarına satışı, ürün talep eden bayiler veya diğer satış kanallarının taleplerini doğrudan BSH'ye iletmesi neticesinde gerçekleştirilmektedir. BSH bünyesinde kurulmuş olan bölge müdürlüklerinin, Siemens ürünlerinin bayilere veya diğer satış kanallarına satışı konusunda herhangi bir yetkisinin

bulunmadığı, bölge müdürlüklerinde görevli olan personelin temel görevinin satış kanallarının denetlenmesi olduğu, BSH yetkilileri tarafından beyan edilmiştir.

(16) .....(TİCARİ SIR).....

(17) BSH'nin cevabi yazılarında değinilen bir diğer konu, bayilere ve satış kanallarına indirimlerin ne şekilde yapıldığıdır. İlgili yazılardan edinilen bilgilere göre, BSH'nin prim uygulaması üç ana başlıktan oluşmaktadır:

.....(TİCARİ SIR).....

(18) .....(TİCARİ SIR).....

(19) .....(TİCARİ SIR).....

(20) .....(TİCARİ SIR).....

(21) .....(TİCARİ SIR).....

### I.3. Değerlendirme

(22) İnceleme konusu başvuruda yer alan iddialar temel olarak BSH'nin Siemens yetkili bayileri arasında ayrımcılık yaptığına, diğer bayilere tanıdığı indirim imkânlarını başvuru sahibine tanımadığına ilişkindir. Söz konusu iddialar 4054 sayılı Kanun'un 4. ve 6. maddeleri kapsamında incelenmiştir.

#### I.3.1. Kanun'un 4. Maddesi Kapsamında Değerlendirme

(23) 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesinin 1. fıkrası, *"Belirli bir mal veya hizmet piyasasında doğrudan veya dolaylı olarak rekabeti engelleme, bozma ya da kısıtlama amacını taşıyan veya bu etkiyi doğuran yahut doğurabilecek nitelikte olan teşebbüsler arası anlaşmalar, uyumlu eylemler ve teşebbüs birliklerinin bu tür karar ve eylemleri hukuka aykırı ve yasaktır."* hükmünü haizdir. İlgili fıkranın (a) bendinde *"Mal veya hizmetleri alım ya da satım fiyatının, fiyatı oluşturan maliyet, kar gibi unsurlar ile her türlü alım yahut satım şartlarının tespit edilmesi"*, (e) bendinde *"münhasır bayilik hariç olmak üzere, eşit hak, yükümlülük ve edimler için eşit durumdaki kişilere farklı şartların uygulanması"* örnek ihlal türleri arasında sayılmıştır. Öneri kapsamında öncelikle bazı Siemens bayilerine indirimli satış yapıldığı iddiaları, 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesinin (e) bendi kapsamında değerlendirilmiştir.<sup>3</sup>

<sup>3</sup> BSH'nin 2004 yılından itibaren muhtelif indirimli satışlarla bazı bayilerine avantaj sağlarken başvuru sahibine aynı avantajları sağlamadığı iddialarının doğruluğunu araştırmak için söz konusu iddiaların detaylandırılmasına ihtiyaç duyulmuş, bu amaçla öneri süresi içinde ikinci defa başvuru sahibinden bilgi alınmak istenmiş, ancak kendisine ulaşılamamıştır.

- (24) Bu çerçevede, BSH'nin bayilerine uyguladığı indirim politikaları incelenmiş, (.....) adları altında üç çeşit prim sistemi olduğu tespit edilmiştir. Her üç sistem bir arada değerlendirildiğinde BSH'nin Siemens bayilerine uyguladığı indirimlerin, bayilerin satış hedeflerine, satış performanslarına ve markanın imajı ile pazardaki konumuna katkıda bulunacak harcamalarına göre farklılaştığı anlaşılmaktadır.
- (25) Ayrıca başvuruda yer alan 2008 yılında MS İstanbul İç ve Dış Ticaret Ltd. Şti.'ye (MS) %20 oranında indirimli satış yapıldığı iddiası hakkında BSH'den bilgi talep edilmiş, buna mukabil BSH tarafından gönderilen cevabi yazıda, bahse konu indirimin BSH ile MS arasında (.....) akdedilen sözleşmede (.....) kapsamında yapıldığı beyan edilmiştir. Bu noktada belirtmek gerekir ki Kanun'un 4. maddesi kapsamında bir ayrımcılık uygulamasından söz edebilmek için eşit durumda alıcıların mevcut bulunması gerekmektedir. Türkiye genelinde faaliyet gösteren bir zincir teknoloji mağazası niteliğinde olan MS'nin satın alma potansiyeli, satın aldığı ürünlerin çeşitliliği, satış ağı dikkate alındığında bayiler ile eşit konumda bir alıcı olmadığı anlaşılmıştır.
- (26) Yapılan incelemede, BSH'nin bayileri arasında ayrımcı uygulamalar yaptığını gösterir nitelikte herhangi bir teşebbüsler arası anlaşma elde edilmemiştir. Dolayısıyla, başvuruda yer alan ayrımcılık iddialarının Kanun'un 4. maddesinin (e) kapsamında ihlal olarak nitelendirilemeyeceği sonucuna ulaşılmıştır.
- (27) Diğer taraftan, BSH'nin Siemens markalı ürünlere yönelik olarak bayileri ve diğer satış kanalları arasındaki dikey ilişki Kanun'un 4. maddesi kapsamında değerlendirilmiştir. Bu bağlamda BSH'nin yetkili bayileriyle imzaladığı "Siemens Münhasır Bayilik Sözleşmesi" ve "Siemens Özel Teşhir Yeri ve Showroom Sözleşmesi" ile Teknosa, Media Satürn gibi zincir elektronik mağazalarıyla imzaladığı sözleşmeler incelenmiştir. BSH'nin yetkili bayileri ile yaptığı sözleşmeler münhasır niteliklerinden dolayı Kanun'un 4. maddesi kapsamına girmektedir. Dolayısıyla, BSH'nin anılan sözleşmeleri, dikey anlaşmaların Kanun'un 4. maddesi hükümlerinin uygulanmasından grup olarak muaf tutulmasının koşullarının belirleyen 2002/2 sayılı Dikey Anlaşmalara İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği (Grup Muafiyeti Tebliği) kapsamında değerlendirilmiştir.
- (28) Bir dikey anlaşmanın Grup Muafiyeti Tebliği'nde tanınan muafiyetten faydalanabilmesi için öncelikle sağlayıcının dikey anlaşma konusu mal veya hizmeti sağladığı ilgili pazar(lar)daki payının %40'ın altında olması gerekmektedir. Dosya kapsamında tanımlanmış olan pazarların tamamında BSH'nin pazar payı %40'ın altında kalmaktadır. Öte yandan, incelenen sözleşmeleri Grup Muafiyeti Tebliği kapsamının dışına çıkaracak herhangi bir kısıtlama bulunmamaktadır. Dolayısıyla, ilgili münhasır bayilik sözleşmelerinin Grup Muafiyeti Tebliği kapsamında tanınan muafiyetten faydalandığı sonucuna ulaşılmıştır. Diğer taraftan, zincir teknoloji mağazaları ile imzalanmış olan BSH sözleşmeleri münhasır nitelikte olmayıp, 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamında ihlal olarak nitelendirilebilecek herhangi bir düzenleme içermemektedir. Buna ek olarak başvuru sahibi, ilk inceleme safhasında yapılan görüşmede, BSH'nin Siemens ürünleri açısından nihai satış fiyatlarının tespiti aşamasında bayilerine herhangi bir müdahalesinin olmadığını beyan etmiştir.
- (29) Öneri kapsamında elde edilen bilgi ve belgeler çerçevesinde, BSH'nin bayileri ve zincir elektronik mağazaları ile olan dikey ilişkilerinde 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamında ihlal olarak nitelendirilebilecek bir unsur tespit edilmemiştir.

### **I.3.2. Kanun'un 6. Maddesi Kapsamında Değerlendirme**

- (30) 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesinde bir veya birden fazla teşebbüsün ülkenin bütününde ya da bir bölümünde bir mal veya hizmet piyasasındaki hâkim durumunu tek başına yahut başkalarıyla yapacağı anlaşmalar ya da birlikte davranışlar ile kötüye kullanılması

yasaklanmaktadır. Anılan maddenin 2. fıkrasının (b) bendinde “eşit durumdaki alıcılara aynı ve eşit hak, yükümlülük ve edimler için farklı şartlar ileri sürerek, doğrudan veya dolaylı olarak ayrımcılık yapılması” kötüye kullanma halleri arasında sayılmıştır.

- (31) Kanun’un 6. maddesi kapsamında bir ihlalden söz edebilmek için iki unsurun bir arada bulunması gerekmektedir. Bunlardan ilki davranışı incelenen teşebbüsün hâkim durumda bulunmasıyken, ikincisi incelenen davranışın kötüye kullanma niteliğinde olmasıdır. Bu kapsamda öncelikle BSH Siemens’in faaliyet gösterdiği pazarlarda hâkim durumda bulunup bulunmadığı incelenmiştir.
- (32) Hâkim Durumdaki Teşebbüslerin Dışlayıcı Kötüye Kullanma Niteliğindeki Davranışlarının Değerlendirilmesine İlişkin Kılavuz’un (Kılavuz) 10. paragrafında da belirtildiği üzere, hâkim durum değerlendirmesinde göz önünde bulundurulacak temel unsurlardan ilki incelenen teşebbüsün ve rakiplerinin ilgili pazardaki konumudur. Teşebbüsün ilgili pazardaki konumunun öncelikli göstergesi, ilgili pazarlar bakımından sahip olduğu pazar payıdır. Bu bağlamda, bir teşebbüsün hâkim durumda bulunduğuna dair delil teşkil eden belirli bir pazar payı eşiği bulunmamakla birlikte, aksini gösterecek bir durum söz konusu değilse, %40’ın altında pazar payına sahip olan teşebbüslerin hâkim durumda olması ihtimalinin düşük olduğu kabul edilmektedir.
- (33) BSH, ağırlıklı olarak beyaz eşya sektöründe faaliyet göstermektedir. BSH’nin pazardaki konumunu değerlendirebilmek için dosya kapsamında BSH çatısı altında faaliyet gösteren Bosch, Siemens, Profilo ve Gaggenau markalarının toplam pazar payları dikkate alınmıştır. Bu doğrultuda, hem başvuruda yer alan iddiaların başlangıç tarihi olan 2008 yılına ait pazar payları hem de son üç yıla ilişkin pazar payları değerlendirilmiştir. Dosya mevcudunda ayrıntılarına yer verilen, BSH ve rakiplerinin Ocak-Kasım 2014 dönemine ilişkin pazar payı rakamlarına göre, BSH çamaşır makinesi pazarında %(.....); buzdolabı pazarında %(.....); fırın pazarında %(.....); bulaşık makinesi pazarında %(.....); derin dondurucu pazarında %(.....); kurutma makinesi pazarında %(.....); elektrikli süpürge pazarında %(.....); ani su ısıtıcısı ve termosifon pazarında ise %(.....). Dolayısıyla, BSH’nin ilgili pazarlardaki payının, gerek Ocak-Kasım 2014 gerekse daha önceki yıllar açısından %40’ın altında kaldığı anlaşılmıştır.
- (34) Öte yandan, ilgili pazarlardan buzdolabı, fırın, bulaşık makinesi, derin dondurucu, kurutucu, elektrik süpürgesi, ani su ısıtıcısı ve termosifon pazarlarında BSH, pazar lideri (.....). Ayrıca, her bir pazarda BSH’nin önemli rakipleri bulunmaktadır. Dolayısıyla, BSH’nin ilgili pazarların herhangi birinde hâkim durumda bulunmadığı sonucuna ulaşılmıştır.
- (35) Kılavuz’un 7. paragrafında da ifade edildiği üzere, Kanun’un 6. maddesi kapsamında incelenen bir davranışın ihlal teşkil edebilmesi için davranışı gerçekleştiren teşebbüsün ilgili pazarda hâkim durumda olması ve davranışın bir kötüye kullanma niteliği taşıması gerekmektedir. Bu iki temel unsurdan birinin bulunmadığının açıkça gösterilebildiği durumlarda diğer unsura ilişkin analize yer verilmemesi mümkündür. BSH’nin bayilerine farklı oranlarda indirimler uygulamasının altında, bayilerin münhasır olup olmaması, performansları, satış hedefleri ve ihtiyaç duyulan gider desteklerine göre farklılaşmasının yattığı kanısı bulunmakla birlikte, dosya kapsamında davranışın kötüye kullanma niteliği taşıyıp taşımadığı değerlendirilmemiş, BSH’nin ilgili pazarlarda hâkim durumda bulunmadığının tespit edilmesi yeterli görülmüştür.
- (36) Bu çerçevede, ilgili pazarlarda hâkim durumda bulunmadığı belirlenen BSH’nin bayilerine olan satışlarındaki uygulamalarının Kanun’un 6. maddesi kapsamında ihlal olarak nitelendirilemeyeceği kanaatine varılmıştır.

**15-08/107-44**

**J. SONUÇ**

- (37) Düzenlenen rapora ve incelenen dosya kapsamına göre, 4054 sayılı Kanun'un 41. maddesi uyarınca şikayetin reddi ile soruşturma açılmamasına OYBİRLİĞİ ile karar verilmiştir