

Rekabet Kurumu Başkanlığından,

REKABET KURULU KARARI

Dosya Sayısı : 2004-2-38
Karar Sayısı : **04-66/955-231**
Karar Tarihi : 19.10.2004

A- TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER

10

Başkan : Mustafa PARLAK
Üyeler : Tuncay SONGÖR, A. Ersan GÖKMEN,
R. Müfit SONBAY, Murat GENCER,
Rıfki ÜNAL, Prof. Dr. Nurettin KALDIRIMCI,
M.Sıraç ASLAN, Süreyya ÇAKIN.

B- RAPORTÖRLER : Bayram Ali GEÇGİL, Ayşe Özlem UZUN

20

C- ŞİKAYET EDEN : Eko Haber Gazetesi adına İmtiyaz Sahibi Tahsin ARDIÇ
Tophane Meydanı Kale Sok. No:2/A BURSA

**D- HAKKINDA
ÖNARAŞTIRMA
YAPILAN TARAF** : Hürriyet Gazetecilik ve Matbaacılık A.Ş.
Hürriyet Medya Towers Güneşli 34212 İSTANBUL

E- DOSYA KONUSU : Hürriyet Gazetecilik ve Matbaacılık A.Ş.'nin Bursa ili yerel gazetecilik ve reklam yeri pazarında hakim durumunu kötüye kullandığı iddiası.

30

F- İDDİALARIN ÖZETİ : Kurum kayıtlarına intikal eden şikayet dilekçesinde özetle, Hürriyet Gazetesi tarafından Bursa'da ücretsiz olarak yayımlanmaya başlayan günlük 12 sayfalık "Hürriyet Bursa" ekinin yerel gazeteleri zor durumda bıraktığı, para desteği olmadan ayakta kalmaya çalışan yerel gazetelerin, Hürriyet Bursa'nın çok düşük fiyatla reklam alması ve promosyonlu reklam kampanyaları düzenlemesi nedeniyle sıkıntıda olduğu, Hürriyet Gazetecilik ve Matbaacılık A.Ş.'nin ilgili piyasada hakim durumda olduğu, piyasa şartlarına göre fiyat belirleme kurallarını göz ardı ederek karlılık ve verimlilik esaslarına göre çalışmadığı, maliyetin altında promosyonlu reklam satışı yaptığı ve böylece hakim durumunu kötüye kullandığı göz önüne alınarak mevcut yasa ihlalinin önlenmesi gerektiği ifade edilmektedir.

40

G- DOSYA EVRELERİ : Kurum kayıtlarına 4.6.2004 tarih ve 2960 sayı ile intikal eden başvuru üzerine hazırlanan 5.8.2004 tarih ve 2004-2-38/İİ-04-BAG sayılı Bilgi Notu Rekabet Kurulu'nun 12.8.2004 tarihli ve 04-52 sayılı toplantısında görüşülmüş ve Hürriyet Gazetecilik ve Matbaacılık A.Ş.'nin uygulamalarınının 4054 sayılı Kanun'u ihlal edip etmediğinin tespit edilebilmesi amacıyla adı geçen teşebbüs hakkında 04-52/700-M sayı ile önaraştırma açılmasına karar verilmiştir.

Söz konusu karar uyarınca düzenlenen 30.9.2004 tarihli, 2004-2-38/Ö.A.-04-BAG sayılı Önaraştırma Raporu, 1.10.2004 tarih ve REK.0.06.00.00/154 sayılı Başkanlık önergesi ile 04-66 sayılı Kurul toplantısında görüşülerek karara bağlanmıştır.

50

H- RAPORTÖRLERİN GÖRÜŞÜ: İlgili önaraştırma raporunda;

-Hürriyet Gazetecilik ve Matbaacılık A.Ş.'nin (Doğan Grubu'nun) gazete yayımcılığı piyasasına ilişkin dört önemli kriter içerisinde sahip olduğu pazar payı yüzdeleri ile birlikte gazete yayımcılığının farklı aşamalarındaki yatay ve dikey entegrasyonu dikkate alındığında Türkiye Gazete Yayımcılığı piyasasında hakim durumda olduğu,

-Teşebbüsün ilgili pazardaki uygulamalarının şu aşamada, hakim durumun kötüye kullanılması değil, yeni girilen bir pazarda yer kapma ve tutunma stratejisi olduğu,

-Dolayısıyla Hürriyet Gazetecilik ve Matbaacılık A.Ş. hakkında soruşturma açılmasına gerek olmadığı

60 ifade edilmiştir.

I- İNCELEME VE DEĞERLENDİRME

I.1. İlgili Pazar

I.1.1. İlgili Ürün Pazarı

Hürriyet Gazetesi, ulusal çapta yayımlanan bir gazete olmakla birlikte Türkiye'nin çeşitli bölgelerinde sadece o bölgeye özgü bölge ekleri çıkarmaktadır. Gazetenin Bursa Bölge ilavesi, Bursa ili ve ilçelerinin yanı sıra Bursa'nın çevre il ve ilçelerinde de (Bandırma, Gemlik,Orhangazi, Mustafakemalpaşa ve Yalova'da) satılmaktadır. Bursa'da yayımlanan Olay, Bursa Hakimiyet, Bursa Haber, Kent, Eko Haber adlı yerel gazeteler ise sadece Bursa'nın ilçelerine ulaşmaktadır. Hürriyet Gazetesi'nin Bursa dışında Akdeniz, Ege, ve Çukurova bölge ilavelerini çıkarmaktadır.

Şikayet dilekçesinde yer verilen bilgilere göre Hürriyet Gazetesi, Bursa ili ve bazı çevre illeri kapsayan bölgede Hürriyet Bursa adı altında ücretsiz ek vermektedir ve bu eke yerel reklam verenlerden düşük fiyatlar karşılığında reklam almaktadır. Pazarın talep tarafında yerel reklam verenler, arz tarafında ise bu reklam verenlere reklam yeri sağlayan yerel gazeteler bulunmaktadır. Her ne kadar Hürriyet Bursa eki bazı çevre illere de dağıtılmakta ise de pazarın talep yönünü oluşturan reklam verenler asıl olarak Bursa merkezlidir. Bu çerçevede ilgili ürün pazarı, "*Bursa ili yerel gazete yayımcılığı ve reklam yeri pazarı*" olarak tespit edilmiştir.

I.1.2. İlgili Coğrafi Pazar

İlgili ürün pazarında faaliyet gösteren gazeteler satış, dağıtım ve pazarlama eylemlerini esas olarak Bursa ili ve ilçelerinde yapmakta, yine bu il sınırlarından gelen ilan ve reklam taleplerini karşılamaktadır. Bu bilgiler ışığında ilgili coğrafi pazar "*Bursa ili sınırları*" olarak belirlenmiştir

I.2. Yapılan Tespitler ve Hukuki Değerlendirme

I.2.1 Hürriyet Gazetecilik ve Matbaacılık A.Ş

Hürriyet Gazetecilik ve Matbaacılık A.Ş., Doğan Grubu'nun bünyesinde yer almakta ve ulusal gazete yayımcılığı ve reklam yeri pazarlama alanında faaliyet göstermektedir. Bu tüzel kişilik altında günlük ve ulusal Hürriyet ve Gözcü gazeteleri yayımlanmaktadır.

90

I.2.2. Piyasanın İşleyişi

Medya piyasalarında belirli bir medya ürünü (gazete, Tv programı vs.) aynı anda iki ayrı tüketici grubuna sunulmaktadır. Bunlardan ilki izleyici ve okuyucular; diğeri ise reklam veren teşebbüslerdir. İzleyici ve okuyucuların talebi medya ürününün içeriğine, reklam verenlerin talebi ise söz konusu medya ürünü içerisindeki reklam yeri/zamanıdır. Bu nedenle medya piyasalarında iki ayrı piyasa/ürün dolayısıyla da iki ayrı fiyat yapısı ortaya çıkmaktadır.¹ Medya firmalarının birinci piyasadaki (izleyici/okuyucu) performansı, ikinci piyasaya arz ettiği ürünün (reklam yeri/zamanı) fiyatını belirlemektedir. Bu nedenle gazeteler tirajlarını, televizyonlar ise izlenme oranlarını artırma çabası içerisindeyler.

Önaraştırmaya konu olan Bursa ili yerel gazete reklam yeri pazarında, Hürriyet gazetesi ücretsiz Hürriyet Bursa eki vermek suretiyle faaliyet göstermektedir. Bunun dışında diğeri bazı ulusal gazeteler de birkaç ilden oluşan bir bölge için reklam ve ilan sayfası hazırlamakta ve bu illerden gelen reklamları yayımlamaktadırlar. Örneğin; Posta gazetesi Bursa, Kocaeli, Tekirdağ, Edirne, Zonguldak, Sakarya, Yalova, Kırklareli, Düzce, Bandırma, Kütahya, Bilecik illerini İstanbul taşra yayın bölgesi olarak adlandırmış ve bu illerden gelen reklam ve ilanlara bu bölge baskısında yer vermektedir. Önaraştırmaya konu olan pazarda faaliyet gösteren gazetelerden bazıları (Hürriyet, Olay) anlaşmalı oldukları reklam ajansları vasıtasıyla, diğeri ise doğrudan müşteri ile temas kurarak reklam almaktadırlar. Hürriyet Gazetesi mevcut durumda Barışçı Ajans bünyesinde faaliyet gösteren Ekip Yayıncılık vasıtasıyla faaliyetlerini yürütmektedir. 1. 10. 2004 tarihinden itibaren ise Hürriyet Bursa Reklam Bürosunu faaliyete geçirecektir. Reklamın anlaşmalı ajans vasıtasıyla alındığı durumlarda gazete ajansa reklamın bedeli üzerinden belirli oranlarda (%10, %15, %20 gibi) komisyon ödemektedir.

İlgili pazarda faaliyet gösteren gazeteler içerisinde tiraj bakımından Olay Gazetesi ilk sırada yer almakta ve bu gazeteyi Hürriyet Gazetesi takip etmektedir.

Reklam gelirleri açısından da yine Olay Gazetesi ilk sırada yer almaktadır. Bu gazeteyi Bursa Haber ve Hürriyet gazeteleri izlemektedir

I.2.3. Hürriyet Gazetesi'nin Ulusal Gazete Yayıncılığı Piyasasında Hakim Durumda Olduğu İddiasına İlişkin Değerlendirme

Önaraştırmaya konu olan şikayet dilekçesinde Hürriyet Gazetesi'nin Türkiye basın yayın piyasasında hakim durumda olduğu iddia edilmektedir. Rekabet Hukuku uygulamasında herhangi bir teşebbüsün belirli bir piyasadaki pazar gücü belirlenirken söz konusu teşebbüs ile aynı piyasada faaliyet gösteren ve aynı ekonomik birlik (ortak kontrol) içerisinde yer alan diğeri teşebbüslerin pazar güçleri de değerlendirilmeye alınmak zorundadır. Bu çerçevede Hürriyet Gazetesi'nin pazar gücünün belirlenebilmesi için yapılacak değerlendirmeye, bu gazeteyi kontrol eden Doğan Grubu bünyesinde farklı tüzel kişilikler altında faaliyet göstermekte olan diğeri gazetelerin de dahil edilmesi gerekmektedir. Raportörler tarafından Hürriyet Gazetesi yetkililerinden alınan bilgilere göre Doğan Grubu; *Doğan Gazetecilik A.Ş.* adı altında Milliyet, Posta, Radikal, Fanatik, Finansal Forum (Referans) ve Fanatik Basket gazetelerini, *Hürriyet Gazetecilik ve Matbaacılık A.Ş.* adı altında ise Hürriyet ve Gözcü gazetelerini yayımlamaktadır.

¹ Ödemeli Tv kanalları haricindeki televizyon kanalları (Free to Air) izleyiciden herhangi bir ücret talep etmemektedir. Bu kanalların gelirlerinin tamamını reklam gelirleri oluşturmaktadır.

140 Rekabet Hukuku uygulamasında hakim durum değerlendirmesi, değerlendirmeye konu olan teşebbüsün veya ekonomik birliğin başta pazar payı olmak üzere ilgili pazardaki giriş engelleri, atıl kapasite ve kapasite kullanım oranları, dikey ve yatay entegrasyon gibi birtakım kriterler esas alınmak suretiyle yapılmaktadır. Bu kapsamda Doğan Grubu'nun ulusal gazete yayıncılığı pazarında hakim durumda olup olmadığına ilişkin yapılacak olan değerlendirmede Doğan Grubu tarafından yayımlanan gazetelerin tirajları, net satışları, reklam gelirleri, kapasite miktarları ve kapasite kullanım oranları ve bu oranların her bir kriter için ayrı ayrı toplam içindeki yüzdeleri dikkate alınacaktır. Bu çerçevede yapılan değerlendirmelere aşağıda yer verilmektedir.

150 **Gazetelerin günlük ortalama net tirajları:** Ulusal gazetelerin 2004 yılının ilk yedi ayında elde ettikleri tirajlar aşağıdaki tabloda gösterilmektedir.

Tablo-1: Gazetelerin Günlük Ortalama Net Tirajları (Ocak-Temmuz 2004)

| Gazete Adı | Günlük Ort. Net Tiraj | Pay (%) |
|------------------------|-----------------------|---------|
| Posta | 540.617 | 12,24 |
| Hürriyet | 485.725 | 10,99 |
| Zaman ² | 409.141 | 9,26 |
| Sabah | 399.714 | 9,05 |
| Takvim | 286.904 | 6,49 |
| Milliyet | 262.691 | 5,94 |
| Fanatik | 246.973 | 5,59 |
| Akşam | 203.040 | 4,59 |
| Vatan | 200.006 | 4,52 |
| Pasfotomaç | 187.026 | 4,23 |
| Güneş | 147.224 | 3,33 |
| Gözcü | 142.144 | 3,21 |
| Türkiye | 131.138 | 2,96 |
| Yeni Şafak | 114.674 | 2,59 |
| Dünden Bugüne Tercüman | 112.661 | 2,55 |
| Şok | 107.957 | 2,44 |
| Star | 80.748 | 1,82 |
| H.O.Tercüman | 65.859 | 1,49 |
| Cumhuriyet | 56.904 | 1,28 |
| Bulvar | 50.443 | 1,14 |
| Radikal | 46.758 | 1,05 |
| Yeniçağ | 37.084 | 0,83 |
| Dünya | 33.322 | 0,75 |
| Milli Gazete | 16.015 | 0,36 |

² İtalik karakterle yazılmış olan gazetelerin günlük ortalama net tirajları 15-21 Mart 2004, 5-11 Nisan 2004, 17-23 Mayıs 2004, 7-13 Haziran 2004 ve 28 Haziran-4 Temmuz 2004 haftalarında elde ettikleri tiraj rakamlarının ortalaması alınmak suretiyle hesaplanmıştır.

| | | |
|---------------------------|-----------|-------|
| Özgür Gündem | 10.503 | 0,23 |
| Yeni Asya | 8.141 | 0,18 |
| Finansal Forum (Referans) | 7.715 | 0,17 |
| Evrensel | 6.841 | 0,15 |
| Önce Vatan | 6.184 | 0,14 |
| Ortadoğu | 6.063 | 0,13 |
| Yeni Mesaj | 2.754 | 0,06 |
| Turkish Daily News | 1.898 | 0,04 |
| Hürses | 1.664 | 0,03 |
| Toplam | 4.416.531 | 99,83 |

Ocak-Temmuz 2004 döneminde en yüksek tiraja ulaşan ilk beş gazete Posta, Hürriyet, Sabah, Takvim, Milliyet olarak sıralanmaktadır. Tabloda yer alan gazetelerden Hürriyet, Milliyet, Posta, Radikal, Fanatik, Finansal Forum ve Gözcü gazeteleri Doğan Grubu tarafından çıkarılmaktadır. Bu gazetelerin günlük ortalama net tiraj yüzdeleri toplandığında %39,19 rakamına ulaşılmaktadır. Doğan Grubu'nun ardından gelen Sabah Grubu'nun gazeteleri olan Sabah, Takvim ve Pasfotomaç'ın yüzdeleri toplamı ise %19,77'dir.

Gazetelerin reklam gelirleri: 2004 yılı Mart sonu itibarıyla 8 büyük gazetenin reklam gelirleri ekonomik büyümenin de etkisiyle %70 artışla 77,6 milyon ABD doları düzeyinde gerçekleşmiştir.

160

Tablo-2: Reklam ve İlan Gelirleri Ocak – Temmuz 2004

| Gazete | Reklam Geliri (Milyar TL) | Toplam İçinde Pay (%) |
|------------------------|---------------------------|-----------------------|
| Dünden Bugüne Tercüman | 4.221 | 1,66 |
| Dünya | 6.647 | 2,61 |
| Vatan | 19.010 | 7,48 |
| Sabah | 9.022 | 3,55 |
| Takvim | 427 | 0,16 |
| Pasfotomaç | 196 | 0,07 |
| Yeni Şafak | 529 | 0,20 |
| Hürriyet | 136.536 | 53,75 |
| Gözcü | 470 | 0,18 |
| Akşam | 1.773 | 0,69 |
| Türkiye | 1.042 | 0,41 |
| Milliyet | 31.578 | 12,43 |
| Posta | 15.087 | 5,93 |
| Radikal | 5.069 | 1,99 |
| Fanatik | 322 | 0,12 |
| Finansal Forum | 1.433 | 0,56 |

| | | |
|--------|---------|-------|
| Zaman | 13.362 | 5,26 |
| Star | 7.281 | 2,86 |
| Toplam | 254.005 | 99,91 |

Doğan Grubu gazetelerinin reklam gelirleri toplamı 190.495 milyar TL'dir. Bu gazetelerin reklam gelirleri yüzdeleri toplamının %74,84 olduğu görülmektedir. Sabah Grubu'nun gazeteleri olan Sabah, Takvim ve Pasfotomaç'ın yüzdeleri toplamı ise %3,78'dir.

Tablo-3: Gazetelerin Net Satışları

| Yayıncı | Gazete | 2003 yılı net satışı | Toplam İçinde Pay (%) |
|--|---|----------------------|-----------------------|
| Ilıcak Yayıncılık Gazetecilik ve Matbaacılık Ticaret A.Ş. | Dünden Bugüne Tercüman | 11.571.552.000.000 | 1,35 |
| Dünya Süper Veb Ofset A.Ş. | Dünya | 13.475.645.000.000 | 1,58 |
| Yeni Gün Haber Ajansı Basın ve Yayıncılık A.Ş. | Cumhuriyet | 12.458.422.000.000 | 1,46 |
| Diyalog Gazetecilik San. ve Tic. Ltd. Şti. | Yeni Şafak | 3.788.969.000.000 | 0,44 |
| İhlas Gazetecilik A.Ş. | Türkiye | 30.111.401.000.000 | 3,53 |
| Merkez Gazete Dergi Basım Yayıncılık San. ve Tic. A.Ş. | Sabah, Takvim, Pasfotomaç | 187.309.622.000.000 | 21,99 |
| Doğan Gazetecilik A.Ş. | Milliyet, Posta, Radikal, Fanatik, Finansal Forum | 81.919.204.000.000 | 9,62 |
| Bağımsız Gazeteciler Yayıncılık A.Ş. | Vatan | 42.893.170.000.000 | 5,03 |
| Hürriyet Gazetecilik ve Matbaacılık A.Ş. | Hürriyet, Gözcü, Referans | 323.231.829.000.000 | 37,95 |
| Aslı Gazetecilik ve Matbaacılık A.Ş. | Akşam, Bulvar | 70.641.706.000.000 | 8,29 |
| Ulusal Basın Gazetecilik Matbaacılık ve Yayıncılık Sanayi A.Ş. | Star | 17.008.000.000.000 | 1,99 |
| Feza Gazetecilik A.Ş. | Zaman | 57.106.331.000.000 | 6,7 |
| Toplam | | 851.515.851.000.000 | |

Doğan Grubu'nun toplam net satışlar içerisindeki payı yaklaşık olarak % 48'dir. Doğan Grubu'nu % 21,99 ile Sabah Grubu takip etmektedir. Tablodan da görüldüğü üzere, diğer gazetelerin payları bu iki grupta kıyaslandığında oldukça düşük kalmaktadır.

Tablo-4: Gazete Sahibi Grupların Baskı Kapasiteleri (Sayfa/Saat)

| Gazete (Tüzel Kişi) | Kapasite | Pay (%) |
|----------------------------|----------|---------|
| Dünya Süper Veb Ofset A.Ş. | 30.000 | 0,03 |

| | | |
|--|------------|-------|
| Hürriyet Gazetecilik ve Matbaacılık A.Ş. | 40.050.000 | 40,6 |
| Merkez Gazete Dergi Basım Yüayincılık San. ve Tic. A.Ş. | 57.500.000 | 58,4 |
| Diyalog Gazetecilik San. ve Tic. Ltd. Şti. | 360.000 | 0,36 |
| İhlas Gazetecilik A.Ş. | 206.000 | 0,20 |
| Feza Gazetecilik | 157.500 | 0,15 |
| Ulusal Basın Gazetecilik Matbaacılık ve Yayıncılık Sanayi A.Ş. | 150.000 | 0,15 |
| Toplam | 98.453.500 | 99,89 |

180 Yukarıda yer verilen tablolarda da görüldüğü üzere, ulusal gazete yayıncılığı piyasasında faaliyet gösteren teşebbüslerin pazar payları dört ayrı kriter açısından hesaplanmıştır. Bununla birlikte, gazetelerin hem tiraj gelirlerini, hem reklam gelirlerini yansıması nedeniyle, net satışlarına göre hesaplanan pazar paylarının pazar gücünü daha doğru biçimde gösterdiği ifade edilmektedir. Doğan Grubu'nun pazar payı her dört ölçüte göre de %39,19'un altına düşmemekte; gazetelerin birincil gelir kaynağını oluşturan reklam gelirlerinde bu oran %74,84'e kadar yükselmektedir. Bu kriterlerden yalnızca kapasite oranlarında Sabah Grubu'nun payının daha yüksek olduğu görülmekle birlikte aslen var olan bu kapasitenin kullanım oranlarının ölçek hakkında daha doğru bilgi vermesi nedeniyle bu kriterin değerlendirilmesinde esas teşkil etmesi gerektiği düşünülmektedir. Bu çerçevede Sabah Grubu'nun 57,500,000 (sayfa/saat)'lik kapasitesine rağmen toplam tiraj içerisindeki payının %19,77 olduğu , Doğan Grubunun ise 40,050,000 (sayfa/saat)'lik Sabah grubuna göre düşük olan kapasitesine rağmen toplam tiraj içerisindeki payının %39,19 olduğu görülmektedir. Bu durumda Doğan Grubu'nun kapasite kullanım oranının, yani ölçeğinin daha yüksek olduğu, bu nedenle de iktisadi olarak daha etkin çalışma olasılığının yüksek olduğu sonucuna ulaşılmaktadır.

190 Öte yandan Doğan Grubu'nun yazılı basın piyasasının tedarik, üretim ve dağıtım gibi farklı aşamalarında (değer zinciri) dikey olarak entegre olduğu görülmektedir (tedarik: Doğan Haber Ajansı, üretim: Hürriyet Gazetecilik ve Matbaacılık A.Ş.- Doğan Gazetecilik A.Ş., dağıtım: YAYSAT Dağıtım A.Ş.). Bu aşamalarda özellikle dağıtım aşamasında var olan dikey entegrasyon yayıncılık piyasasını doğrudan etkileyebilecek bir öneme sahip olup, bu konuya ilişkin rekabet ihlalleri muhtelif defalar Rekabet Kurumu soruşturmalarına konu olmuştur.

200 Bu bilgiler ışığında, yukarıda yer verilen başta gazete yayıncılığı piyasasına ilişkin dört önemli kriter içerisinde sahip olduğu pazar payı yüzdeleri ile birlikte gazete yayıncılığının farklı aşamalarındaki yatay ve dikey entegrasyonu dikkate alındığında Doğan Grubu'nun *Türkiye Gazete Yayıncılığı* piyasasında hakim durumda olduğu kanaatine ulaşılmıştır.

I.2.4. Hürriyet Gazetesi'nin Ulusal Gazete Yayıncılığı Piyasasındaki Hakim Durumunu Bursa İli Yerel Gazete Yayıncılığı ve Reklam Yeri Pazarında Kötüye Kullandığı İddiasına İlişkin Değerlendirme

210 Şikayet dilekçesinde Hürriyet Gazetesi'nin ulusal gazete yayıncılığı piyasasındaki hakim durumunu Bursa ili yerel gazete yayıncılığı pazarında, Hürriyet Gazetesi ile

birlikte günlük ücretsiz olarak verilen Hürriyet Bursa ekine çok düşük fiyatlardan (yıkıcı fiyat) reklam almak suretiyle kötüye kullandığı iddia edilmektedir.

Değerlendirmenin bu kısmında öncelikle ilgili coğrafi pazarda faaliyet gösteren teşebbüslerin reklam ve ilan fiyatları incelenmiş daha sonra bu fiyatların uygulamada ne şekilde gerçekleştiğinin görülmesi amacıyla ajanslardan ve gazetelerden alınan bazı faturalar incelenmiştir.

Hürriyet Gazetesi, aldığı reklamlarda uygulanmak üzere bir liste halinde reklam ilan tarifesi yayımlamıştır. Bu tarifenin benzerlerini diğer gazeteler de yayımlamaktadır. Gazetelerin yayımladıkları bu listelerde yer alan bu fiyatlar, brüt fiyatlardır. 220 Yayımlanacak bu reklamların hafta içi, hafta sonu, siyah-beyaz, renkli olmalarına ve yer aldığı sayfalara (1., 2., 3. sayfa gibi) göre liste fiyatları değişmekte, reklamın sütun-cm oranına göre bu fiyatlar üzerinden indirimler (alan indirimi) yapılmaktadır. Yine liste fiyatları üzerine, yapılan 1+1 (bir reklam verene ikincisi bedava), 2+1 vb. çeşitli kampanyalar (frekans indirimleri) uygulanmaktadır. Öte yandan yetkililerin ifadelerine ve tarifelerde yer verilen bilgilere göre, liste fiyatlarından yukarıda yer verilen indirimlerine ek olarak mevsim, lansman (belirli bir ürünün ilk defa piyasaya sürülmesi) ve bütçe (kullanılan reklam bütçesinin büyüklüğü) indirimlerinin de yapılabildiği görülmektedir.

Bu inceleme çerçevesinde, ilk önce Hürriyet Gazetesi'nin Bursa ilindeki yetkili satıcısı Barışçı Ajans bünyesindeki medya şirketi olan Ekip Yayıncılık A.Ş.'den ve Olay Basın ve Yayıncılık A.Ş.'den temin edilen örnek reklam faturaları üzerinden sütun-cm bazındaki net fiyatların³ karşılaştırması yapılmış daha sonra, Bursa'da Posta Gazetesi'nin yetkili satıcısı olan Akademik Reklam'dan alınan reklam ilan tarifesindeki fiyatlar ile Hürriyet'in fiyatları kıyaslanmıştır. Elde edilen bu belgelere dayanılarak oluşturulan tablo aşağıda yer almaktadır.

Tablo-5 Fatura Örnekleri

| | Renkli, cm /St, Fiyat | Siyah-Beyaz, St/cm, Fiyat |
|-----------------------------|---|----------------------------------|
| Ekip Yayıncılık A.Ş. | - Özel Tan Okulları, 25/4, (.....) TL | - Sanko, İ.K., (.....)TL |
| | - Erikli, 5/3, (.....)TL | - Özdilek, İ.K., (.....)TL |
| | - Özdilek, (1+1), (.....)TL | - Plaza ilanı, (.....)TL |
| | - Zafer Plaza, (.....)TL | - Doluca, İ.K., (1+1), (.....)TL |
| | - Nescar, 25/5, (.....)TL | - Plaza ilanı, 15/9, (.....)TL |
| | - Elemeği İnş. Tic. Mimarlık, 25/9, (.....)TL | |
| | - Özdilek, 25/9, (.....)TL | |
| | - Tike Halı, 25/9, (.....)TL | |
| | - Nescar, (.....)TL | |
| | - Nescar, (.....)TL | |
| | - Aybur Tekstil, (.....)TL | |
| | - Nescar, (.....)TL | |
| | - Tike Halıcılık, 25/4, (.....)TL | |

³ Bu fiyatlara KDV dahil değildir.

| | | |
|----------------------|--|--|
| Olay Gazetesi | <ul style="list-style-type: none"> - Modin Hazır Giyim, 18/7, (.....)TL - Antalya Medya Planlama ve Reklam Turizm Tic. Ltd. Şti., 26/9, (.....)TL - İndekor, 20/9, (.....)TL - Real, 25/4, (.....)TL | |
|----------------------|--|--|

240 Yukarıdaki tablodan da görülebileceği üzere Hürriyet ve Olay Gazeteleri arasında çok büyük bir fiyat farkı bulunmamaktadır. Nitekim Özel Tan Okulları'nın Hürriyet'te yayımlanan 25/4 cm/sütun ebatlarındaki reklam için ödedikleri fiyat (.....)TL iken aynı ebatla bir reklam için Real'in Olay Gazetesi'ne ödediği fiyat (.....)TL'dir.

Öte yandan, daha önce de belirtildiği gibi, Hürriyet Bursa ve diğer yerel gazetelerden farklı olarak genellikle Marmara Bölgesine yönelik reklam sayfaları hazırlayan bazı ulusal gazeteler de bulunmaktadır. Her ne kadar yapılmakta olan değerlendirme açısından bu tür gazetelerin ilgili pazardaki reklam verenler bakımından diğer yerel gazeteler ve Hürriyet Bursa ile ikame edilebilirliğinin düşük olduğu düşünülse de fiyatlar hakkında genel olarak bilgi vermesi amacıyla Posta ve Star gazetelerinin fiyatları da dikkate alınmıştır.

250 Posta Gazetesi'nin tarifesine göre ticari ilanların sütun/cm fiyatı 4.000.000 TL iken, Hürriyet Gazetesi'nin buna tekabül eden seri ilan fiyatı 3.000.000 TL'dir. Bununla birlikte Bursa Hakimiyet'in fiyatı da 3.000.000 TL'dir⁴. Ayrıca Star gazetesi tarafından Taha Bayrak Makina A.Ş.'ye kesilen faturada siyah-beyaz reklamın st/cm fiyatının 2,655,000 TL olduğu görülmektedir.

260 Yukarıda yer verilen fatura örnekleri ve ilgili ekte bulunan fiyat listelerinde de görüldüğü gibi hem Hürriyet Bursa'nın hem de pazarda faaliyet gösteren diğer yerel gazetelerin reklam fiyatlarının renkli/siyah beyaz, hafta içi hafta sonu, kapak/orta/arka sayfa, frekans, lansman, bütçe gibi birçok kritere bağlı olarak değişiklikler gösterdiği ve bazı durumlarda Hürriyet Bursa'nın fiyatlarının düşük diğerlerinin yüksek, bazı durumlarda ise tam tersinin geçerli olduğu görülmektedir.

Hürriyet Gazetesinin hakim durumunu kötüye kullandığı iddiasına ilişkin yukarıda yer verilen fatura ve liste bazlı bu incelemeyle birlikte, Hürriyet Gazetesi'nin diğer bölge ekleriyle birlikte Bursa ekine ilişkin maliyet/gelir analizleri de incelenmiştir. (.....
.....)

270 Burada Hürriyet Gazetesi'nin, Bursa ekinde zarar etmesine rağmen, ekin yayımlanmasına devam etmesi dikkat çekmektedir. Bu nedenle Raportörler tarafından gazete yetkililerinden bu konuya ilişkin ek bir açıklama talep edilmiştir. Yetkililerin yapmış oldukları açıklamada özetle; Hürriyet Gazetesi'nin tirajını artırmak amacıyla çeşitli çalışmalar yaptığı, bu çerçevede Bursa ekini yayımladığı, bu sayede Bursa bölgesinde tirajlarının arttığı, kısa vadede olmasa da reklam gelirlerinde de artış olmasının beklendiği, bu yatırımdan kısa vadede değil uzun vadede karlılık beklendiği, ancak beklenen sürede kara geçmemesi halinde tüm ticari şirketlerde olduğu gibi durumun tekrar gözden geçirileceği ifade edilmiştir.

⁴ Bursa Hakimiyet gazetesi renkli ve siyah beyaz ilanların her bir için tek bir fiyat belirlemiştir.

280 Yukarıda da belirtildiği üzere Hürriyet Gazetesinin, zarar etmesine rağmen, Bursa ekinin yayımına devam etmesi tek başına ele alındığında, yıkıcı fiyat izlenimini doğurmakta ise de, Hürriyet Bursa ve ilgili pazarda faaliyet gösteren diğer gazetelerin hem liste fiyatları hem de piyasada gerçekleşen gerçek fiyatları ve bununla birlikte Hürriyet'in Bursa pazarındaki faaliyetlerinin henüz çok kısa süreli (altı ay) olduğu göz önünde bulundurulduğunda, Gazetenin söz konusu bu uygulamalarının şu aşamada, hakim durumun kötüye kullanılması değil, yeni girilen bir pazarda yer kapma ve tutunma stratejisi olduğu kanaatine ulaşılmıştır.

J. SONUÇ

Düzenlenen rapora ve bilgi notuna, toplanan delillere ve incelenen dosya kapsamına göre;

- a) Hürriyet Gazetecilik ve Matbaacılık A.Ş. (Doğan Grubu)'nin gazete yayımcılığı piyasasına ilişkin dört önemli kriter içerisinde sahip olduğu pazar payı yüzdeleri ile birlikte gazete yayımcılığının farklı aşamalarındaki yatay ve dikey entegrasyonu dikkate alındığında Türkiye Gazete Yayımcılığı piyasasında hakim durumda olduğuna,
- 290 b) Türkiye Gazete Yayımcılığı piyasasında hakim durumda olan Hürriyet Gazetecilik ve Matbaacılık A.Ş.'nin, Bursa ili yerel gazete yayımcılığı ve reklam yeri pazarındaki uygulamalarının şu aşamada, bir pazardaki hakim durumun diğer bir pazarda kötüye kullanılması değil, yeni girilen bir pazarda yer kapma ve tutunma stratejisi olduğuna,
- c) Dolayısıyla Hürriyet Gazetecilik ve Matbaacılık A.Ş. hakkında soruşturma açılmasına gerek olmadığına, şikayetin reddine
- OYBİRLİĞİ ile karar verilmiştir.