

Biletlerin Yeniden Satış Platformları



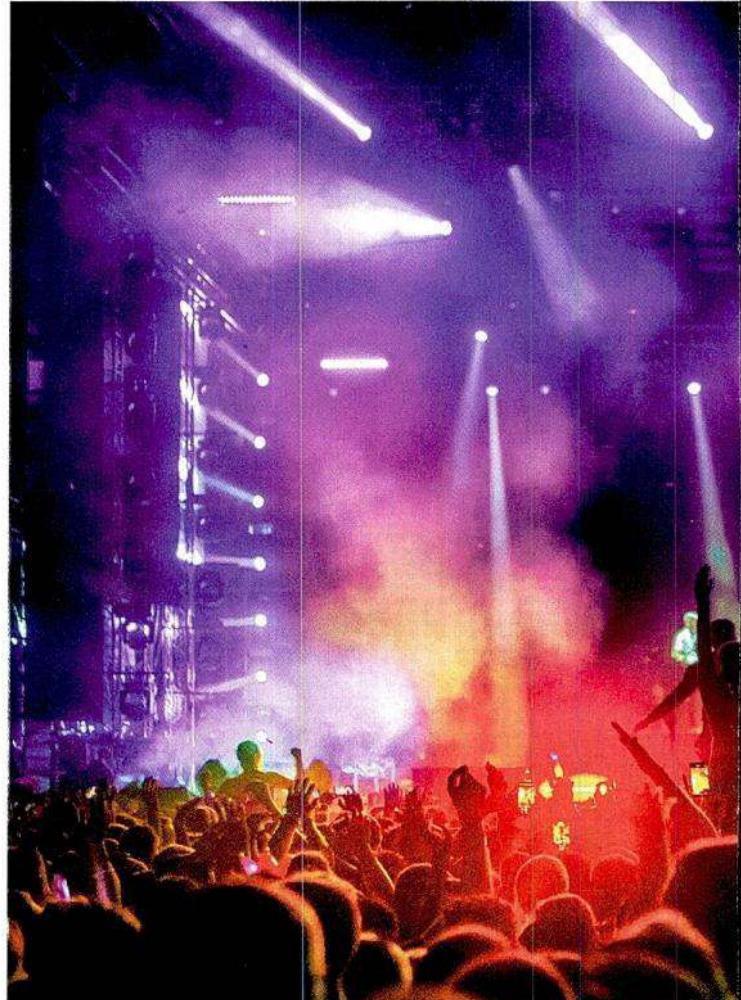
Nazlı Varol

RK Daire Başkanı V. DUD Başkanı

İngiltere’de Stub-Hub ve Viagogo işlemi ile biletlerin yeniden satış platformları mercek altına girmiştir

Türkiye’de spor müsabakalarının biletlerinin yeniden satışı mümkün olmasa da, diğer sektörler bakımından böyle bir kısıtlama bulunmamaktadır. Dolayısıyla konser ve festival gibi etkinliklerin biletleri yeniden satılabilmektedir. Bununla beraber artık ikinci el bilet satışı, eski filmlerdeki gibi karaborsacılar tarafından yapılan istisnai bir iş olmayıp, bu işe özgü platformlarda gerçekleştirilmektedir. Dünyada bu konudaki en meşhur platformlardan StubHub ve Viagogo, küçük ölçekte Türkiye’de de faaliyet göstermekte olup Viagogo’nun StubHub’ı devralmasına ilişkin 3 milyar Sterlin değerindeki işleme İngiltere rekabet otoritesi olan CMA (Competition and Markets Authority) tarafından 8 Eylül 2021’de ayırıştırma taahhüdüyle izin verilmiştir.

Biletlerin yeniden satışı platformları, pazar yapısı gereği çift taraflı pazarlardandır ve yeniden satıcılarla tüketicileri bir araya getirmektedir. CMA’nın 2021 yılında sonuçlanan devralma incelemesinde, 2019 yılında İngiltere’de ikinci el bilet pazarının yaklaşık %90’ının StubHub ve Viagogo’nun elinde olduğu ve pazar büyüklüğünün yaklaşık 350 milyon Sterlin olduğu tespit edilmiştir. Yapılan incelemede özellikle platformların yeniden satıcıları ve alıcıları nasıl etkilediğine odaklanılmıştır. Bu çerçevede yeniden satıcılara ilişkin analizde platformların geniş bir alıcı kitlesine ulaşmayı sağlaması, yeniden satıcıların kendi satış fiyatlarını belirleyip belirleyemediği, hizmet ücretleri, satıcılara



sunulan listeleme hizmetleri ve sağlanan destek hizmetleri incelenmiştir. Alıcılar yönünden ise etkinlik biletlerine çeşit ve reklam bakımından ulaşım kolaylığı, bilet fiyatı, sağlayıcı garantisi ve marka bilinirliği daha detaylı analiz edilmiştir.

Worst deal

Ağ etkilerinin de önem taşıdığı bu pazarlarda Viagogo ve StubHub'in her alanda birbirleriyle rekabet ettikleri ve yakın rakip oldukları ortaya konmuş; potansiyel rekabet ve pazarın dikkate değer biçimde büyümesi ihtimali düşük bulunmuştur. Bu doğrultuda işlem ile yeniden bilet satışı platformlarında rekabetin önemli ölçüde azaltılmasına yol açabileceği sonucuna ulaşılmıştır. Daha sonra işleme StubHub'un Kuzey Amerika dışındaki faaliyetlerinin ayrıştırılması ve ayrıştırılan faaliyetlerin CMA'nın onayladığı bir alıcıya satılması taahhüdüyle izin verilmiştir. Yapılan incelemede Covid-19'un pazara olan etkilerinin de dikkate alınmış olması önem taşımaktadır. Söz konusu işlemin CMA'nın müdahalesi ve iznin alınması sırasında pandemi nedeniyle etkinliklerin iptali dolayısıyla Forbes ve The Guardian'da tarihin en kötü anlaşması "worst deal" olarak tanımlanması da ilgi çekmektedir.

Daha sonra Ağustos 2021'de CMA, teşebbüslerin ikinci el bilet satışı pazarındaki davranışlarını tüketicinin



korunması bağlamında değerlendirildiği bir rapor ve mevzuat değişikliği önerileri yayımlamıştır. İlgili raporda biletlerin yeniden satışı platformlarında teşebbüslerin yazılım yoluyla (bot) toplu bilet alıp sonra yüksek fiyata satması konusu, ortaya konan değerlendirmelerden biridir. Bu durum insanlardan hızlı hareket kabiliyetine sahip bir yazılım vasıtasıyla biletlerin piyasaya çıktığı anda satılmasına, işlem hızı yazılımdan daha yavaş insanların ise ilk çıkış fiyatından bilet alamamasına yol açabilmektedir. Söz konusu davranış bir iş modeli olup birinci el piyasasında doğru fiyatlandırılmayan veya fiyat farklılaştırılmasına gidilemeyen durumlarda, talebe göre fiyatlandırma yoluyla bir ikinci el bilet ticareti yapılmasını sağlamaktadır. Ancak bu durum fiyatların bazı tüketiciler tarafından fahiş olarak nitelendirilmesine yol açabilmektedir. Zira söz konusu raporda yeniden satıcıların bilet fiyatına hatırı sayılır bir marj eklediği ifade edilmektedir.

Rapordaki bir diğer değerlendirme ise ikinci el satıcıların kendilerinde olmayan biletlerin fiyatlarının da spekülative olarak artmasına yol açtığıdır. İkinci el bilet ticaretinin bilet fiyatlarının artmasına yol açması genel olarak tüketici faydasını aracı şirket lehine azaltmaktadır. Böyle bir durumun ülkemizde olması halinde söz konusu faaliyetler hâkim durumdaki bir teşebbüs tarafından veya rekabeti sınırlayıcı bir anlaşma ile gerçekleştirilmedikçe, 4054 sayılı RKHK kapsamında değerlendirilemeyecektir. Bununla birlikte CMA'nın yalnızca rekabetin değil tüketicinin korunmasına ilişkin de sorumluluğu

bulunduğundan, CMA sektöre ilişkin raporun sonunda ikinci el bilet satış sektörüne yönelik düzenleyici bir birim kurulmasını önermiştir.

