

Rekabet Kurumu Başkanlığından,

REKABET KURULU KARARI

Dosya Sayısı : 2023-1-028
Karar Sayısı : 24-45/1053-450
Karar Tarihi : 07.11.2024

(Soruşturma/Taahhüt)

A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER

Başkan : Birol KÜLE
Üyeler : Ahmet ALGAN (İkinci Başkan), Hasan Hüseyin ÜNLÜ,
Ayşe ERGEZEN, Cengiz ÇOLAK, Rıdvan DURAN

B. RAPORTÖRLER: Melisa AĞYÜZ AYDOĞDU, Funda SOYLU, Nadire Büşra EKİNCİ,
Alp Tuna MERCİMEK, Muhammet DEMİREL, Zehra Seda
KAYNAR, Zeyneddin SEZEROĞLU, Müslüm YILMAZ

C. İNCELENEN

TARAF

: Meta Platforms, Inc.
Temsilcileri: Dr. M. Fevzi TOKSOY, Bahadır BALKI,
Erdem AKTEKİN, Ertuğrul Can CANPOLAT, Nabi Can ACAR,
Caner K. ÇEŞİT
Çamlıca Köşkü Tekkeci Sok. No:3-5 34345 Arnavutköy
Beşiktaş/İstanbul

- (1) **D. DOSYA KONUSU:** Meta Platforms Inc.in, kullanıma sunmuş olduğu Threads isimli uygulama ile Instagram uygulamasını bağlamak ve söz konusu uygulamalar arasında veri birleştirmek suretiyle 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 6. maddesini ihlal edip etmediğinin tespit edilmesi amacıyla Rekabet Kurulunun 23.11.2023 tarihli, 23-54/1031-M sayılı kararıyla açılan soruşturma kapsamında Meta Platforms Inc. tarafından sunulan taahhütlerin değerlendirilmesi.
- (2) **E. İDDİALARIN ÖZETİ:** Meta Platforms Inc.in (META), Threads ve Instagram isimli uygulamaları bağlamak ve söz konusu uygulamalar arasında veri birleştirmek suretiyle 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un (4054 sayılı Kanun) 6. maddesini ihlal ettiği iddiası.
- (3) **F. DOSYA EVRELERİ:** META tarafından dosya konusu iki uygulamayı bağlamak suretiyle 4054 sayılı Kanun'un ihlal edilip edilmediğinin tespit edilmesi amacıyla yapılan çalışma kapsamında düzenlenen 31.07.2023 tarihli ve 2023-1-028/İİ sayılı İlk İnceleme Raporu, Rekabet Kurulunun (Kurul) 03.08.2023 tarihli toplantısında görüşülmüş ve 23-36/667-M sayı ile dosya konusu iddialara yönelik olarak 4054 sayılı Kanun'un 40. maddesinin birinci fıkrası uyarınca anılan teşebbüs hakkında önaraştırma yapılmasına karar verilmiştir.
- (4) 03.08.2023 tarihli ve 23-36/667-M sayılı Kurul kararı ile başlatılan önaraştırma kapsamında 10.10.2023 tarihinde META'nın Türkiye'deki temsilcisi ve kurulu tek iştiraki olan Meta Platforms İstanbul Bilişim Ltd. Şti.de (META TÜRKİYE) yerinde inceleme gerçekleştirilmiştir. Dosya mevcudu bilgilere göre, META TÜRKİYE çalışanlarının Türkiye'de olmaması ve META TÜRKİYE'ye ait herhangi bir elektronik ortamın ya da bilişim sisteminin teşebbüsün adresinde bulunmaması nedeniyle yerinde inceleme, fiziki ortam incelemesi ile sınırlı kalmıştır.

- (5) Yerinde inceleme sırasında ayrıca META'dan bilgi ve belge talebinde bulunulmuş olup META tarafından gönderilen cevabi yazı 24.10.2023 tarih ve 43809 sayı ile Rekabet Kurumu (Kurum) kayıtlarına intikal etmiştir.
- (6) Sürecin devamında; bağlama iddialarının yanında META'nın, Threads isimli uygulaması ile Instagram uygulaması arasında birtakım verileri birleştirdiğine yönelik tespiti de içeren 07.11.2023 tarihli ve 2023-1-028/ÖA sayılı Öneri Raporu, Kurulun 23.11.2023 tarihli toplantısında görüşülerek 23-54/1031-M sayı ile META hakkında 4054 sayılı Kanun'un 41. maddesinin birinci fıkrası uyarınca bağlama ve veri birleştirme uygulamalarına yönelik olarak soruşturma açılmasına karar verilmiştir.
- (7) 4054 sayılı Kanun'un eski 43. maddesinin ikinci fıkrası¹ uyarınca META hakkında soruşturma başlatıldığına ve 30 gün içerisinde birinci yazılı savunmasının Kuruma gönderilmesi gerektiğine dair 06.12.2023 tarihli ve 78602 sayılı bildirim yazısı, 11.12.2023 tarihinde teşebbüs tarafından tebellüğ edilmiştir. META tarafından sunulan birinci yazılı savunma 10.01.2024 tarihli ve 47176 sayılı yazı ile Kurum kayıtlarına intikal etmiştir.
- (8) Kurulun 08.02.2024 tarihli toplantısında, dosya kapsamında incelemeye konu edilen veri birleştirme davranışının soruşturma sonucunda alınacak nihai karara kadar ciddi ve telafi olunamayacak zararlar doğurma ihtimalini haiz olduğu değerlendirilerek 4054 sayılı Kanun'un 9. maddesinin dördüncü fıkrası uyarınca soruşturmaya konu ilgili ürün pazarında meydana gelebilecek rekabet ihlallerini ve bunların yol açabileceği telafi edilemeyecek nitelikteki zararları önlemek amacıyla nihai karar verilmeye kadar, META tarafından *"Threads uygulaması aracılığıyla elde edilen verilerin Instagram uygulamasından elde edilen veriler ile birleştirilmesinin engellenmesi"* yönünde geçici tedbir alınmasına ve bu yükümlülüklerin yerine getirilmemesi durumunda 4054 sayılı Kanun'un 17. maddesinin (a) bendi uyarınca META hakkında idari para cezası uygulanmasına 24-07/125-50 sayı ile karar (Geçici Tedbir Kararı) verilmiştir. Bahse konu karar 14.02.2024 tarihinde META'ya tebliğ edilmiş olup META tarafından 19.02.2024 tarihinde tebellüğ edilmiştir.
- (9) Devam eden süreçte META tarafından geçici tedbirin gereğinin yerine getirilmediğine yönelik olarak, herhangi bir bilgi veya belge Kurum kayıtlarına intikal ettirilmemiş olmakla birlikte, soruşturma konusu iddiaları bertaraf etmek amacıyla, 16.02.2024 tarihli ve 48790 sayılı yazı ile 2021/2 sayılı Rekabeti Sınırlayıcı Anlaşma, Uyumlu Eylem ve Kararlar ile Hâkim Durumun Kötüye Kullanılmasına Yönelik Öneri Raporu ve Soruşturmalarda Sunulacak Taahhütlere İlişkin Tebliğ (2021/2 sayılı Tebliğ) uyarınca taahhüt sunma talebinde bulunulmuştur. Başvuru kapsamında herhangi bir taahhüde yer verilmemiş olup yalnızca taahhüt görüşmelerinin başlatılması talebinde bulunulmuştur. Söz konusu başvuru Kurulun 29.02.2024 tarihli ve 24-11/199-M sayılı toplantısında görüşülerek kabul edilmiş ve taahhüt görüşmelerinin başlatılmasına karar verilmiştir. Bahse konu Kurul kararı 29.02.2024 tarihinde META'ya tebliğ edilmiş olup, 05.03.2024 tarihinde META tarafından tebellüğ edilmiştir.
- (10) Kurul tarafından alınan taahhüt görüşmelerinin başlatılması kararı ile birlikte, hem Geçici Tedbir Kararı'nın gereğinin yerine getirilmesi amacıyla atılacak adımlara hem

¹ Söz konusu madde metni 29.05.2024 tarihinde Resmî Gazete'de yayımlanan 7511 Türk Ticaret Kanunu ile Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun ile değişikliğe uğramış olup ilgili maddenin ikinci fıkrasının yeni hali şu şekildedir: *"Kurul, başlattığı soruşturmaları soruşturmaya başlanması kararının verildiği tarihten itibaren 15 gün içinde ilgili taraflara bildirir. Kurul, bu bildirim yazısı ile birlikte, iddiaların türü ve niteliği hakkında yeterli bilgiyi ilgili taraflara gönderir."*

de META'nın Kurum kayıtlarına sunmayı planladığı taahhütlere ışık tutması amacıyla 19.02.2024 ve 27.02.2024 tarihlerinde META temsilcileri ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Devam eden süreçte META tarafından Geçici Tedbir Kararı'nın gereğinin yerine getirilmesine ilişkin olarak sunulan dilekçe 06.03.2024 tarihli ve 49444 sayılı yazı ile Kurum kayıtlarına intikal etmiştir.

- (11) Geçici Tedbir Kararı'nda yer verilen yükümlülöklere ilişkin olarak META tarafından Kuruma sunulan dilekçede;
- Threads'in profil oluşturularak kullanılan versiyonuna ek olarak 19.02.2024 tarihi itibarıyla, Türkiye'deki mevcut olan tüm Threads kullanıcılarına² sabit bir onay ekranı aracılığıyla³ *"Threads'i bir profile kullanmaya devam etmek"* veya *"Threads'i profil olmadan kullanmaya geçmek"* arasında seçim yapma olanağının tanındığı⁴,
 - Threads'e giriş yapan yeni kullanıcılara da uygulamayı başlattıklarında, bahsedilen iki seçeneğın META tarafından sunulacağı ve kullanıcıların seçimlerini istedikleri zaman değiştirebilecekleri, *"profilinle kullanmaya devam et"* seçeneğini tercih eden kullanıcıların daha sonra fikirlerini değiştirmeleri halinde ise *"profil olmadan kullan"* seçeneğine geçiş yapabilecekleri,
 - Bir kullanıcının Threads'i profil oluşturmadan kullanmayı seçmesi halinde kişisel verilerinin Threads ile Instagram arasında birleştirilmeyeceğı, dolayısıyla verilerinin birleştirilmesini istemeyen kullanıcılara *"profil olmadan kullan"* seçeneğı sunularak Geçici Tedbir Kararı'na uyum sağlandığı,
 - Threads'te *"profil olmadan kullan"* terciğini yapan kullanıcıların (i) topluluk bulma (Instagram takipçilerini içe aktarmak yerine, arama yoluyla hesapları bulma ve görüntüleme), (ii) cihaz konumu ve dili dışında profilsiz kullanıcıya göre kişiselleştirilmeyen, ancak bütönlük ve güvenlik koruma süreçlerinden yararlanan, ilgi çekici ve olumlu bir topluluk sohbeti akışını deneyimleme, (iii) Threads içeriğini bağlantı kopyalamak veya işletim sistemine ait paylaşım özelliğı aracılığıyla diğer META ürünleri de dâhil olmak üzere diğer hizmetlerle paylaşma ve (iv) içerik raporlama işlevlerinden faydalanacakları,
 - META'nın *"profil olmadan kullan"* seçeneğini seçen kullanıcılar için takipçileri olmadan topluluklarını bulabilmeleri adına arama yapabilme ve Threads içeriğini işletim sistemlerindeki paylaşım özelliğı üzerinden paylaşabilme olanağı sunduğı,
 - Öte yandan, *"profil olmadan kullan"* seçeneğinin mahiyeti gereğı kullanıcıların kendi içeriklerini yayınlamak veya Instagram takipçilerini otomatik olarak takip etmek gibi hususlardan faydalanamayacakları, nitekim, bu tür işlevlerin özünde bir profil gerektirdiğı ve Threads'in, Instagram altyapısı üzerine inşa edilmesi sebebiyle kullanıcıların ayrı bir profil oluşturmasına olanak sağlayan bir sisteme sahip olmamasından dolayı yukarıda sayılan uygulamanın işlevlerine kullanıcıların erişimine imkân tanımadığı,
 - Aynı zamanda META tarafından hâlihazırda bir profil oluşturarak Threads'e giriş yapan kullanıcıların *"profil olmadan kullan"* seçeneğini seçmek istemeleri

² Hem Threads'i 19.02.2024 tarihinden önce kullanmaya başlayanlar kullanıcılar hem de 19.02.2024 tarihinden sonra Threads kullanmaya başlayan yeni kullanıcılar ifade edilmektedir.

³ Kullanıcılar bu durumda bir seçim yapmadan Threads'i kullanmaya devam edemeyeceklerdir.

⁴ META'nın Threads için hayata geçirmiş olduğı söz konusu uygulamaların Avrupa Birliğı'ndeki kullanıcılar için de yürürlükte olduğı belirtilmektedir.

hâlinde Threads profillerinin 30 gün boyunca gizli hale geleceği, 30 günlük sürenin sonunda Threads profillerinin silineceği, Instagram profillerinin ise bu durumdan etkilenmeyeceği,

- Threads'i kullanmak isteyen ve Threads ile Instagram arasında verilerinin birleştirilmesini istemeyen kullanıcıların yukarıda belirtilen "*profil olmadan kullan*" seçeneğinden başka alternatiflerinin de mevcut olduğu, kullanıcıların hâlihazırda kullanmış oldukları Instagram hesabından ayrı bir Instagram hesabı oluşturarak bu yeni hesap tarafından yönetilen bir Threads profili oluşturabilecekleri,
- Ayrıca oluşturulan söz konusu yeni hesapta mevcut olabilecek tek bilginin ise yeni hesabı oluşturmak için kullanıcıların sağladığı gerekli bilgilerin olacağı,
- META tarafından, "*profil olmadan kullan*" seçeneğinin sunulmasıyla ve profilli Threads hesabı kullanımı için yeni, ayrı bir Instagram hesabı oluşturmanın zaten mümkün olduğu göz önüne alındığında, verilerinin birleştirilmesini istemeyen kullanıcıların seçim yapmak için gerekli seçeneklere sahip olacakları

hususları ifade edilmiştir.

- (12) META tarafından, Geçici Tedbir Kararı'nın gereğinin yerine getirilmesine ilişkin olarak sunulan dilekçede yer alan çözüm önerileri Kurulun 14.03.2024 tarihli toplantısında görüşülerek 24-13/256-M sayı ile;

- Söz konusu önerilerin, soruşturmaya konu ilgili ürün pazarında meydana gelebilecek rekabet ihlallerini ve bunların yol açabileceği telafi edilemeyecek nitelikteki zararları önlemek amacıyla nihai karar verilinceye kadar, "*META tarafından Threads uygulaması aracılığıyla elde edilen verilerin Instagram uygulamasından elde edilen veriler ile birleştirilmesinin engellenmesi*" şeklindeki yükümlülüğü karşılamakta yeterli olmadığına,
- 20.02.2024 tarihinden başlamak üzere her gün için cironun on binde beşi oranında uygulanacak idari para cezasının, yükümlülükleri karşılamakta yeterli olan çözüm önerileri Kurum kayıtlarına sunulana kadar devam etmesine

karar verilmiştir. Kurul tarafından verilen söz konusu karar, 14.03.2024 tarihinde META'ya tebliğ edilmiş ve 19.03.2024 tarihinde META tarafından tebellüğ edilmiştir.

- (13) Bunun üzerine META tarafından Geçici Tedbir Kararı'nın gereğinin yerine getirilmesine ilişkin sunulan ikinci dilekçe 17.04.2024 tarihli ve 50988 sayılı yazıyla, üçüncü dilekçe ise 02.05.2024 tarihli ve 51387 sayılı yazı ile Kurum kayıtlarına intikal etmiştir.

- (14) META tarafından Geçici Tedbir Kararı'nın gereğini yerine getirmek amacıyla 17.04.2024 tarihli ve 50988 sayılı yazı ile Kurum kayıtlarına sunulan ikinci dilekçede;

- META'nın, kullanıcıların Threads'i veri birleştirme olmadan kullanabilecekleri bir seçenek oluşturmak için mümkün olan tüm adımları attığı,
- Geçici Tedbir Kararı'na uyum sağlamak amacıyla Threads'in 29.04.2024 tarihi itibarıyla Türkiye'deki faaliyetlerinin resmi olarak durdurulacağı ve tüm Threads kullanıcılarının profillerinin devre dışı bırakılacağı,
- META'nın Geçici Tedbir Kararı'nın gerekliliklerini yerine getirmesi ve bunun gelecekte Kurul tarafından tasdik edilmesi halinde Threads'i Türkiye'de yeniden hizmete sunacağı

ifade edilmiştir.

- (15) İlâveten başta META tarafından Geçici Tedbir Kararı'nın gereğinin yerine getirilip getirilmediğine ilişkin bir izleme sürecine gerek duyulması olmak üzere, dosya kapsamında başlatılan taahhüt sürecinin nihayete erdirilmesi gerektiğinden META hakkında devam eden soruşturmanın, altı aylık kanuni süresinin sona ereceği 23.05.2024 tarihinde tamamlanamayacağı anlaşılmış ve Kurulun 24.04.2024 tarihli ve 24-20/446-M sayılı kararı ile 4054 sayılı Kanun'un 43. maddesinin birinci fıkrası uyarınca, söz konusu soruşturmanın süresinin bitiminden itibaren altı ay uzatılmasına karar verilmiştir. Soruşturma süresinin uzatıldığına dair bildirim 24.04.2024 tarihinde META'ya tebliğ edilmiş olup, 29.04.2024 tarihinde META tarafından tebellüğ edilmiştir.
- (16) META tarafından Geçici Tedbir Kararı'nın gereğini yerine getirmek amacıyla 02.05.2024 tarihli ve 51387 sayılı yazı ile Kurum kayıtlarına sunulan üçüncü dilekçede ise;
- 17.04.2024 tarihli ve 50988 sayılı yazı ile Kurum kayıtlarına sunulan dilekçe ile Threads'in Türkiye'deki faaliyetlerinin durdurulmasının planlandığının Kuruma bildirildiği,
 - Sunulan söz konusu dilekçe ile de META'nın Geçici Tedbir Kararı'na uyum sağlamak adına Türkiye'de Threads hizmetinin sunumunu durdurduğunu Kuruma bildirmekte olduğu,
 - Durdurma süreci ile ilgili olarak, META'nın, Threads'in kapatılması hakkında bilgi edinmeleri adına kullanıcılara önceden bilgilendirme yaptığı⁵; ayrıca, Türk kullanıcıların durdurma kararı hakkında daha fazla bilgi edinebilecekleri, verilerini indirebilecekleri ve profillerini silebilecekleri bir ekrana erişmeye devam edebilecekleri,
 - Bu doğrultuda, 30.04.2024 tarihi itibarıyla META'nın, Türkiye'deki tüm Threads kullanıcılarının profillerini devre dışı bıraktığı ve söz konusu kullanıcıların bu tarihten itibaren Threads'i kullanamayacakları
- hususlarına yer verilmiştir.
- (17) Kurulun 03.05.2024 tarihli toplantısında; META'nın Kurum kayıtlarına sunduğu çözüm önerilerinin Geçici Tedbir Kararı'nda öngörülen yükümlülükleri konusuz bıraktığına, bu doğrultuda META hakkında 4054 sayılı Kanun'un 17. maddesinin (a) bendi uyarınca 2022 yılı gayri safi gelirlerinin on binde beşi oranında olmak üzere 20.02.2024 tarihinde başlayan ve 29.04.2024 tarihinde sonra eren (.....) gün için toplam (.....) TL idari para cezası uygulanmasına 24-21/482-205 sayı ile karar verilmiştir. Bahse konu Kurul kararı 06.05.2024 tarihinde META'ya tebliğ edilmiş olup, 11.05.2024 tarihinde META tarafından tebellüğ edilmiştir.
- (18) Sürecin devamında META'dan 09.08.2024 tarihli ve 94011 sayılı yazı ile bilgi ve belge talebinde bulunulmuştur. META tarafından söz konusu bilgi ve belge talebine istinaden gönderilen yanıtlar 26.08.2024 tarihli ve 55620 sayılı yazı ile Kurum kayıtlarına intikal etmiştir.

⁵ Durdurma süreciyle ilgili olarak kullanıcıların 15.04.2024 tarihinde Threads'in kapatılmasına ilişkin bilgilendirildiği ve Threads'in Türkiye'deki faaliyetlerinin durdurulduğuna ilişkin kararın kamuoyuna duyurulduğu da görülmüştür. META tarafından 15.04.2024 tarihinde yapılan kamuoyu duyurusunda kullanıcılara iletilen bir ekran bildirimiyle benzer hususlar aktarılmış, kullanıcılara profillerinin devre dışı kalacağına ve isterlerse bu profillerle ilişkili bilgileri indirebilecekleri yahut profillerini silebilecekleri konusunda bilgilendirme yapılmış ve yakında Threads uygulamasının tekrar kullanıcılarla buluşturulmasının hedeflendiği belirtilmiştir.

- (19) Akabinde 09.08.2024 tarihli ve 94010 sayılı yazı ile META'nın rakibi konumunda bulunan Google International LLC, Google Ireland Limited, Google LLC ve Google Reklamcılık ve Pazarlama Limited Şirketi'nden (Google), Twitter Inc.ten⁶ (X), SNAP Inc.ten (Snapchat), Tiktok Turkey Dijital Medya ve Reklam Limited Şirketi'nden (TikTok) ve Pinterest, Inc.ten (Pinterest) bilgi ve belge talebinde bulunulmuştur. Bu çerçevede;
- TikTok'tan talep edilen bilgi ve belgeler 21.08.2023 tarihli, 55436 sayılı ve 26.08.2024 tarihli ve 55561 sayılı,
 - Google'dan talep edilen bilgi ve belgeler 26.08.2024 tarihli ve 55549 sayılı,
 - X'ten talep edilen bilgi ve belgeler 26.08.2024 tarihli ve 55592 sayılı,
 - Pinterest'ten talep edilen bilgi ve belgeler 28.08.2024 tarihli, 55570 sayılı; 02.09.2024 tarihli, 55830 sayılı; 18.09.2024 tarihli, 56442 sayılı ve 23.09.2024 tarihli, 56594 sayılı,
 - Snapchat'ten talep edilen bilgi ve belgeler 29.08.2024 tarihli ve 55719 sayılı yazılar ile Kurum kayıtlarına intikal etmiştir.
- (20) Taahhüt süreci devam ederken Soruşturma Heyeti, META ile 11.09.2024 tarihinde bir kez daha fiziki bir görüşme gerçekleştirmiştir. Bu sürecin sonunda, META tarafından Kurum kayıtlarına sunulan Taahhüt Metni 30.10.2024 tarihli ve 58303 sayılı yazı ile Kurum kayıtlarına intikal etmiştir.
- (21) Yukarıda yer verilen süreç sonucunda taahhüt başvurusu kapsamında hazırlanan 04.11.2024 tarihli ve 2023-1-028/BN-07 sayılı Bilgi Notu görüşülerek karara bağlanmıştır.
- (22) **G. RAPORTÖR GÖRÜŞÜ:** İlgili Bilgi Notu'nda; META tarafından sunulan taahhütlerin rekabet karşıtı endişeleri ortadan kaldırma noktasında yeterli olduğu, dolayısıyla söz konusu taahhütlerin teşebbüs açısından bağlayıcı hale getirilerek soruşturmanın sonlandırılmasının uygun olacağı ifade edilmiştir.

H. İNCELEME VE DEĞERLENDİRME

- (23) Dosya kapsamında rekabet sorunu olarak tespit edilen uygulamalar temel olarak META'nın Threads ve Instagram uygulamalarını birbirine bağlama ve söz konusu uygulamalar arasında veri birleştirme politikalarına ilişkindir. Buradan hareketle aşağıda ilk olarak kaldıraç etkisine (*leveraging*) yönelik açıklamalara yer verilecek, ardından kaldıraç etkisinin görünümülerinden olan bağlama davranışına yönelik teorik çerçeve ve emsal kararlar aktarılacaktır. Akabinde veri kaynaklı endişelere yönelik hukuki çerçeve çizilerek bu endişelerin bir görünümü olan veri birleştirme davranışının rekabet hukuku bakımından değerlendirilmesine yer verilecektir.

H.1. Kaldıraç Etkisine Yönelik Teorik Çerçeve

- (24) Dikey veya yatay olarak örtüşen birden çok ilişkili pazarda faaliyet gösteren ve hâkim durumda bulunan bir teşebbüsün, pazar gücünü ilişkili pazarlara genişletme hedefi ile rekabet karşıtı faaliyetlerde bulunması, rekabet hukuku anlamında kaldıraç etkisini ifade etmektedir⁷. Bu gibi faaliyetlerin altında hâkim durumdaki teşebbüsün ilişkili

⁶ X Corp., Twitter, Inc.in halef şirketi olduğundan Twitter, Inc. ile alakalı olan her türlü bilgi ve belge için kararda "X" kısaltması kullanılmıştır.

⁷ Rekabet Terimleri Sözlüğü'nde söz konusu etki "*Bir pazarda hâkim durumda olan bir teşebbüsün bu gücünü başka bir pazarda kötüye kullanmasıdır.*" şeklinde tanımlanmaktadır.

pazarlarda daha fazla kâr elde etme veya ileride asıl pazardaki konumunu tehdit edebilecek rakiplerin ortaya çıkmasını engelleme güdüsü bulunabilmektedir.

- (25) Kaldıraç etkisi; belirli bir zarar teorisinden çok bağlama, kendini kayırma ve fiyat sıkıştırması gibi birden fazla fiili⁸ bünyesinde barındıran bir zarar teorisi kategorisini⁹ ifade etmektedir. Bu bakımdan söz konusu etki, salt dikey bütünleşme ve komşu pazarlara giriş faaliyetlerinden de ayrılmaktadır. Öyle ki, kanuni tipikliğin gerçekleşebilmesi için bu genişleme stratejilerinden farklı olarak teşebbüsün komşu mal ve hizmetlerin sağlandığı pazara giriş ile yetinmemesi, asıl pazardaki gücünü rekabeti kısıtlamaya elverişli olacak bir şekilde yeni girmiş olduğu pazarlara aktarması beklenecektir. Önemle belirtilmelidir ki günümüzde, tarih boyunca olduğu gibi, hala kaldıraç etkisinin ihlal niteliği, bünyesindeki faaliyetler ve pazar üzerindeki etkileri doktrinde tartışılmaktadır.
- (26) Kökleri fikri mülkiyet hukukuna dayanan¹⁰ kaldıraç etkisi, rekabet hukukunda ilk defa Hâkim Louis BRANDEIS'in *Carbice Corp.*¹¹ kararında gündeme gelmiştir. Dönemin bakış açısı doğrultusunda kaldıraç etkisi, oldukça katı bir şekilde, fikri mülkiyet hukukunun yanında "*Antitröst yasalarının doğrudan bir ihlali*"¹² olarak değerlendirilmiştir. Takip eden dönemde, ABD Yüksek Mahkemesi (*US Supreme Court*) tarafından¹³ kaldıraç etkisinin bazı fiili yansımaları amaç bakımından (*per se*) ihlal olarak değerlendirilmiştir.
- (27) Kaldıraç etkisinin bu niteliği 1950 yıllarında Chicago düşünce okulu tarafından tekrar tartışmaya açılmış ve hâlihazırda monopol kârı elde eden bir teşebbüsün kaldıraç etkisi ile ilişkili bir pazarda daha fazla kâr elde edemeyeceği iddia edilmiştir (Tekil Monopol Kârı teorisi, *Single Monopoly Profit Theorem*). Teoriye göre; tekel niteliği taşıyan bir A ürünü ile tam rekabet halindeki bir B ürünü birbirine bağlanır ise B ürününün fiyatındaki herhangi bir artış bu iki ürünün oluşturduğu "paketin" fiyatında bir artış anlamına gelecektir. İki ürünün eşit miktarda kullanıldığı varsayımında, zaten monopol kârı elde edilen A ürününün fiyatının artması talebi olumsuz etkileyecek ve teşebbüs optimal monopol kârı noktasından uzaklaşacaktır¹⁴. Dolayısıyla hâkim durumdaki teşebbüsün ilişkili pazarda fiyatları artırmak gibi bir güdüsü olmayacaktır.
- (28) Chicago Okulu'na göre böyle bir güdünün yoksunluğunda kaldıraç etkisi, dönemin hâkim görüşünün aksine, genel olarak etkinlik yaratacak, mal ve hizmetlerin kalitesini artırırken fiyatları düşürecektir. Rekabet hukukunun, rakipleri değil tüketicileri korumayı amaçladığının altını çizen akıma göre bahse konu fiillerin, rakiplerin piyasadan

⁸ Ön yükleme, sözleşme yapmanın reddi, üçüncü tarafların mal ve hizmetleri ile uyumluluğu azaltma gibi fiiller de örneklere dâhil edilebilecektir.

⁹ TODD P., (2019) "Digital Platforms and the Leverage Problem", <https://digitalcommons.unl.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=3255&context=nlr>, Erişim Tarihi: 16.10.2024.

¹⁰ Heaton-Peninsular Button-Fastener Co. v. Eureka Specialty Co. 77 F. 288, 1896 U.S. App. LEXIS 2241 (6th Cir. 1896). Mahkeme, ayakkabı düğmelerinin ayakkabılara monte edilmesinde kullanılan makina satışlarının yine montajda kullanılan zımbaların da satın alınmasına bağlanmasını değerlendirmiş ve patent sahibi hakkının patentli malın satışı sonrasında nasıl kullanılabileceğini de içerdiği sonucuna ulaşarak hukuka uygun bulmuştur (Benzer bir karar için bkz. Henry v. A.B. Dick Co., 224 U.S. 1, 53, 1912). Buna karşın takip eden dönemde ABD Yüksek Mahkemesi, Motion Picture Patents Co. v. Universal Film Manufacturing Co. 243 U.S. 502 (1917) kararı ile bu içtihadı bozmuş, patentli bir malın satışının başka bir malın satışına bağlanmasını, patent hakkının hukuka aykırı olarak genişletilmesi olarak değerlendirmiştir.

¹¹ *Carbice Corp. v. American Patents Development Corp.*, 283 U.S. 27 (1931).

¹² A.g.k. s. 34.

¹³ Standard Oil Co. v. United States, 337 U.S. 293, 305 (1949).

¹⁴ Cf. Ward S. Bowman, Tying Arrangements and the Leverage Problem, 67 YALE L.J. 19 (1957).

dışlanmasına sebebiyet verebilmesi ve hatta yeni bir monopol oluşturabilmesi söz konusu olsa dahi yaratacakları iktisadi etkinlikler göz önünde bulundurulduğunda kural olarak (*per se*) hukuka uygun kabul edilmesi gerekmektedir¹⁵.

- (29) Chicago Okulu'nun yukarıda aktarılan tartışmaları kısmen etkili olmuş, o tarihe kadar oldukça katı bir şekilde incelenen kaldıraç etkisi, amaç bakımından (*per se*) ihlal niteliğini kaybederek etki temelli incelemelere (*rule of reason*) tabi tutulmaya başlanmıştır¹⁶. Bununla beraber, takip eden dönemlerde çeşitli araştırmalar ile Tekil Monopol Karı teorisi de dâhil Chicago Okulu'nun birçok yaklaşımının mutlak olarak doğru olmadığı ortaya konulmuştur¹⁷. Bu doğrultuda ilgili teorinin; ilişkili pazarın tam rekabetçi olması, ürünlerin birbirleriyle önemli derecede alakalı olması ve iki ürünün eşit miktarda kullanılması gibi birtakım varsayımlara dayandığı ve bu varsayımların "gevşetilmesi" halinde, bazı koşullar altında, hâkim durumdaki teşebbüsün pazar gücünü ilişkili pazarlara aktarma güdüsünün oluşabileceği savunulmaktadır¹⁸. Örnek olarak; ilişkili pazar, ölçek ekonomilerine tabi ise ve ana ürün (hâkim durumun bulunduğu pazardaki), ilişkili ürünün tüm kullanımlarında zorunlu değil ise teşebbüsün rekabeti kısıtlama güdüsü bulunabilecektir¹⁹. Benzer şekilde hâkim durumdaki teşebbüs, piyasa gücünü koruyabilmek adına ilişkili pazarlardaki rekabeti kısıtlama güdüsüne sahip olabilecektir²⁰.
- (30) Hâkim durumdaki teşebbüsün piyasa gücünü koruma güdüsü dijital piyasalar bakımından özellikle önem taşımaktadır. Yeni ve dinamik olan bu pazarlara girişler genellikle komşu pazarlar üzerinden gerçekleşmektedir²¹. Bu doğrultuda asıl pazardaki gücünü korumak isteyen hâkim durumdaki bir teşebbüs, pazar gücünü ilişkili pazarlara aktararak ileride onu tehdit edebilecek potansiyel rakiplerin oluşmasını engelleyebilecektir. Dijital pazarların ağ etkileri ve ilk giren avantajları sebebiyle kolaylıkla evrilebildiği de göz önünde bulundurulduğunda kaldıraç etkisinin bu pazarlarda daha ağır sonuçlar doğurması muhtemel görülmektedir.
- (31) Günümüzde dijital pazar oyuncuları, tüketicilerin genelde tek bir ekosistem tercihinde bulunma yatkınlığı sebebiyle, birden çok alakalı hizmeti tek bir paket olarak sunmaktadır. Teşebbüsler, ekosistemleri içerisinde önem attıkları hizmetleri doğrudan sunarak kalite, güvenilirlik ve erişilebilirlik gibi koşulların sağlandığından emin olabilecektir. Bu senaryoda teşebbüs, kendi ekosistemi içerisindeki rekabete müdahale etse de müdahalenin altında yatan güdü "rakip ekosistemler ile daha iyi rekabet edebilmek" şeklinde de ortaya çıkabilecektir. Birleşik Krallık Rekabet Otoritesi (*Competition and Markets Authority, CMA*) tarafından bu görüşe paralel olarak,

¹⁵ TODD P., (2019) "Digital Platforms and the Leverage Problem"

¹⁶ ABD Yüksek Mahkemesinin, *Jefferson Parish* kararında bağlanan malların iki ayrı mal niteliği taşıması kıstasını getirmesi daha sonra da *Kodak* kararında bağlamanın "*rasyonel iktisadi gerekçelerinin*" bulunup bulunmadığını sorgulaması bu uygulama değişiminin örnekleri olarak gösterilebilir. *Jefferson Par. Hosp. Dist. No. 2 v. Hyde*, 466 U.S. 2 (1984), *Eastman Kodak Co. v. Image Tech. Servs., Inc.*, 504 U.S. 451, 483 (1992).

¹⁷ Einer Elhauge, *Tying, Bundled Discounts, and the Death of the Single Monopoly Profit Theory*, 123 HARV. L. REV. 397 (2009).

¹⁸ Pietro CROCIÒNİ, *Leveraging of Market Power In Emerging Markets: A Review of Cases, Literature, and A Suggested Framework*, *Journal of Competition Law & Economics*, 4(2), (2007) s. 458.

¹⁹ Michael D. Whinston, *Tying, Foreclosure, and Exclusion*, 80 AM. ECON. REV. 837 (1990).

²⁰ Dennis W. Carlton & Michael Waldman, *The Strategic Use of Tying to Preserve and Create Market Power in Evolving Industries*, 33 RAND J. ECON. 194 (2002), Stigler Committee on Digital Platforms: Final Report s. 71 (2019).

²¹ CROCIÒNİ, A.g.m s. 480.

Google'ın Waze'i devralması hakkındaki kararda²² "işletim sistemiyle harita uygulamasının entegrasyonu, işletim sistemi geliştiricilerine asıl veya bağlı hizmetlerindeki (örneğin arama motorları ve sosyal ağlar) kullanıcı deneyimini iyileştirmek için fırsatlar yaratır" değerlendirmesinde bulunulmuş ve söz konusu işleme izin verilmiştir.

- (32) Yukarıda aktarılan yorumların etkisi ile günümüz doktrininde de kaldıraç etkisi amaç bakımından (*per se*) ihlal olmaktan uzaklaşmış ve bu etkinin piyasada oluşturduğu sonuca göre tüketicilerin daha düşük fiyatlardan yararlandığı ve daha yüksek kaliteli mallara ulaşabildiği "rekabetçi kaldıraç etkisi" ve bağlama gibi fiiller sebebiyle tüketicilerin tercih yetisinden mahrum kaldığı "rekabet karşıtı kaldıraç etkisi"²³ gibi ayrımlar oluşmuştur.
- (33) Hem doktrinde hem de uygulamada kaldıraç etkisinin etki analizine tabi tutulması gerektiği görüşü artık hâkim olsa da bu analiz kapsamında incelenecek hususlar tartışma konusu olmaya devam etmektedir. Özellikle dengeleyici bir unsur olarak iktisadi etkinlikler üzerinde yoğunlaşan tartışmalar; tüketici yararı bulunması halinde eşit derecede etkin olmayan teşebbüslerin piyasa dışına itilmesinin makul görülüp görülemeyeceği²⁴, mevcut tüketici yararı ile uzun vadedeki tüketici yararının karşılaştırılıp karşılaştırılamayacağı gibi konular üzerinde yoğunlaşmaktadır.
- (34) Bir taraftan teşebbüslerin komşu pazarlara giriş yapması halinde, ilişkili pazardaki rekabetin artması, belirli koşullar altında çifte marjinalleşmenin (*double marginalization*) ortadan kalkması ve ölçek ekonomileri ile maliyetlerin düşmesi beklenebilecekken, diğer taraftan bu kısa vade edinimlerinin tüketiciye ne kadar yansıtacağı ve uzun vadede pazardaki evrilme sonucu oluşabilecek rekabet karşıtı etkileri dengeleme gücünün olup olmayacağı hususları şüphelidir.
- (35) ABD Federal Ticaret Komisyonu (*Federal Trade Commission, FTC*) ve Avrupa Komisyonunun (Komisyon) Google'ın dikey entegrasyon faaliyetlerine olan yaklaşımları, bu tartışmalara somut bir örnek olarak verilebilecektir. FTC, Google'ın yerel arama ve alışveriş karşılaştırma hizmetlerini genel arama hizmetine entegre ederek öne çıkardığını tespit etmiş ancak söz konusu entegrasyonun tüketicilere daha hızlı ve tatmin edici cevaplar verilmesini sağlayarak refah artışı oluşturduğunu değerlendirmiştir²⁵. FTC'nin ilgili açıklamadaki görüşü, ABD Yüksek Mahkemesinin *Aspen*²⁶ kararındaki yaklaşımı ile de örtüşmektedir. *Aspen* kararında Mahkeme, "eğer bir firma verimlilik dışında bir güdü ile rakiplerini dışlıyorsa, davranışı yıkıcı (*predatory*) olarak nitelendirmek adil olur" yorumunda bulunarak teşebbüslerin gerçekten iktisadi etkinlik oluşturma güdüsü ile hareket ettiği müddetçe ilgili davranışlarının hukuka uygun bulunabileceğini belirtmiştir.
- (36) Buna karşın Komisyon ve Kurul, aynı konulu incelemelerinde Google'ın faaliyetlerini farklı açıdan değerlendirmiştir. Komisyon, *Google Shopping*²⁷ kararında, Google'ın alışveriş karşılaştırma hizmetleri için önemli bir trafik kaynağı olduğunu ve kullanıcıların genellikle en görünür sonuçlara tıkladığını tespit etmiş, Google'ın kendi hizmetlerini

²² Office of Fair Trading, Completed Acquisition by Motorola Mobility Holding (Google, Inc.) of Waze Mobile Limited, 2013, ME/6167/13, 28 (UK).

²³ Robert O'Donoghue & Jorge Padilla, The Law And Economics Of Article 102 TFEU 153 (2d ed., 2013).

²⁴ TODD P., (2019) "Digital Platforms and the Leverage Problem", <https://digitalcommons.unl.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=3255&context=nlr>, Erişim Tarihi: 16.10.2024, s. 519.

²⁵ Statement of the Federal Trade Commission Regarding Google's Search Practices In the Matter of Google Inc. FTC File Number 111-0163.

²⁶ *Aspen Skiing Co. v. Aspen Highlands Skiing Corp.*, 472 U.S. 585, 605 (1985).

²⁷ *Google Shopping Case* AT.39740.

daha belirgin sunarak alt pazardaki rakiplerinin trafik ve gelir kaybı yaşamasına sebep olduğunu ifade etmiştir. Komisyon, söz konusu faaliyetlerin rakiplerin faaliyetlerini sürdürmesini ve inovasyon yapmasını zorlaştıran etkilerini de ortaya koyarak pazardaki rekabetin önemli ölçüde kısıtlandığı sonucuna ulaşmıştır. Kurulun almış olduğu *Google Shopping*²⁸ kararında da Komisyonun incelemesine benzer bir inceleme yürütülmüş olup nihayetinde Google'ın alışveriş karşılaştırma hizmeti sunan rakiplerini rekabette dezavantajlı konuma düşürerek rakip teşebbüslerin faaliyetlerini zorlaştırmak ve alışveriş karşılaştırma hizmetleri pazarındaki rekabetin bozulmasına yol açmak suretiyle 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesini ihlal ettiğine karar verilmiştir. Aynı faaliyet hakkında ulaşılan farklı sonuçlardan da görülebileceği üzere kaldırıcı etkisi; pazar koşullarına, rekabet otoritelerinin bakış açlarına ve etki analizi kıstaslarına verilen ağırlıklara göre farklı değerlendirilebilmektedir.

- (37) Sonuç olarak; hâkim durumdaki teşebbüslerin pazar güçlerini ilişkili pazarlara aktarma kabiliyeti olsa da güdüsü olmayabilecek, güdüsü olsa ve bu güdüsünü gerçekleştirmeye yönelik faaliyetlerde bulunsa da rekabet karşıtı etkiler ortaya çıkmayabilecektir. Bununla beraber, özellikle yeni ve dolayısıyla yerleşmemiş pazarlarda kaldırıcı etkisinin orantısız sonuçlar doğurması ve pazarın evrilmesini sağlaması da söz konusu olabilecektir. Dolayısıyla herhangi bir inceleme yapılırken vakıa bazında, pazarın kendine has özellikleri dikkate alınarak ve kısa dönem ile uzun dönemdeki etkiler göz önünde bulundurularak değerlendirme yapılması önem taşımaktadır.

H.2. Bağlama Uygulamalarına Yönelik Teorik Çerçeve

- (38) Bağlama uygulaması, 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesinin (c) bendinde bir mal veya hizmetle birlikte, diğer mal veya hizmetin satın alınmasına ilişkin şartlar getirilmesi olarak ifade edilmektedir. Hâkim durumdaki teşebbüsün kötüye kullanma hallerine örnek olarak sayılan bağlama uygulaması, belli şartlar altında 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesi kapsamında yasaklanan eylemlerdendir.
- (39) Hâkim Durumdaki Teşebbüslerin Dışlayıcı Davranışlarına İlişkin Kılavuz'da (Hâkim Durum Kılavuzu) ise bağlama, genellikle bir ürünü (bağlayan ürün) hâkim durumdaki teşebbüsten satın alan müşterilerin bir başka ürünü (bağlı ürün) de aynı teşebbüsten almasını gerektiren durumlar şeklinde tanımlanmaktadır. Alıcı tarafından asıl olarak talep edilen ürüne "bağlayan ürün", bu ürünle birlikte alınması şart koşulan ikinci ürüne ise "bağlı ürün" adı verilmektedir.
- (40) Bağlama uygulaması kendi içinde "sözleşmesel bağlama" ve "teknolojik bağlama" olarak ikiye ayrılmaktadır. Sözleşmesel bağlama, müşterinin bağlayan ürünü alırken bağlanan ürünü de almayı kabul ettiği durumlarda söz konusudur. Teknolojik bağlama ise teknik veya mekanik olarak birbirlerine bağlanan ürünlerin kolayca birbirinden ayrılmasının mümkün olmadığı, bağlayan ürünün sadece bağlanan ürünle düzgün bir şekilde çalışabilir olduğu koşullarda birlikte satış uygulamasını ifade etmektedir²⁹.
- (41) Hâkim Durum Kılavuzu'nda da belirtildiği üzere bağlama, çoğu durumda rekabeti kısıtlayıcı sonuçları olmayan yaygın bir ticari uygulamadır. Hem hâkim durumda olan hem de olmayan teşebbüsler müşterilerine daha iyi ürünler sunabilmek ya da daha az maliyetli tercihler önerebilmek amacıyla bağlama yapabilmektedir. Diğer taraftan hâkim durumdaki teşebbüslerin bağlama uygulamaları, belli şartları taşıması halinde

²⁸ Kurulun 13.02.2020 tarihli ve 20-10/119-69 sayılı kararı.

²⁹ Rekabet Kurumu (2023), "Dijital Dönüşümün Rekabet Hukukuna Yansımaları", <https://www.rekabet.gov.tr/Dosya/dijital-piyasalar-calisma-metni.pdf>, Erişim Tarihi: 16.10.2024, s.125.

rekabeti kısıtlayıcı sonuçlar da doğurabilmektedir. Bu uygulamalar, pazarda önemli bir güce sahip olan teşebbüse, pazarı kendi lehine kapatmak ve ikinci bir pazarı tekelleştirmek amacıyla kullanabileceği bir kaldıraç sağlamaktadır. Zira bağlama yoluyla hâkim durumdaki teşebbüs, bağlı pazardaki rakipleri için potansiyel müşterilerin sayısını azaltarak var olan rakiplerini pazar dışına itebilmekte ve yeni giriş engelleri yaratabilmektedir. Bağlı pazarın kapanması hâkim durumdaki teşebbüsün bu pazarda daha çok kâr elde etmesini sağlayabileceği gibi bağlayan pazardaki hâkim durumunun güçlenmesine ya da korunmasına da hizmet edebilmektedir.

- (42) Ayrıca bağlama, bağlanan ürün için fiyat kısıtlamalarını da ortadan kaldırmaktadır. Bir ürünün satışının başka bir ürünün satışını artırması, bağlanan ürünün yer aldığı pazardaki rekabeti azaltmaktadır. Bu uygulama ise “stratejik kapama” olarak tanımlanmaktadır. Bu kapsamda bağlama uygulamalarının temel olarak rekabete aykırı etkisinin bağlanan pazarın rakiplere kapatılması olduğu söylenebilecektir³⁰.
- (43) Hâkim Durum Kılavuzu’na göre, bağlayan pazarda hâkim durumda olan teşebbüsün gerçekleştirdiği bağlama uygulamalarının 4054 sayılı Kanun’u ihlal edip etmediğinin değerlendirilmesinde iki faktörün varlığı aranmaktadır:
- Bağlayan ve bağlı ürünlerin iki farklı ürün olması,
 - Bağlama uygulamasının rekabet karşıtı piyasa kapamaya yol açmasının muhtemel olması.
- (44) İlk olarak, bağlama uygulamasının yokluğunda müşterilerin önemli bir kısmı bağlı ürünü almaksızın bağlayan ürünü almış ya da alacak durumdaysa bu ürünlerin iki ayrı ürün olduğu kabul edilmektedir. Bağlı ürün ve bağlayan ürünün iki ayrı ürün olup olmadığının tespitinde, tercih hakkı olduğunda tüketicilerin ürünleri ayrı ayrı aldığına yönelik doğrudan kanıtlar ya da pazarda bağlayan ürün olmaksızın bağlı ürünün üretilmesinde ya da satışında uzmanlaşmış teşebbüslerin varlığı gibi dolaylı kanıtlar kullanılabilir.
- (45) İkinci olarak, bağlama uygulamasının bağlayan pazarda, bağlanan pazarda veya her ikisinde rekabet karşıtı piyasa kapamaya yol açması muhtemel olmalıdır. Hâkim Durum Kılavuzu’nun 26. paragrafında rekabet karşıtı piyasa kapamanın oluşup oluşmadığının değerlendirilmesinde dikkate alınacak hususlar şu şekilde sıralanmıştır:
- Hâkim durumdaki teşebbüsün konumu,
 - İlgili pazardaki koşullar,
 - Hâkim durumdaki teşebbüsün rakiplerinin konumu,
 - Müşterilerin ya da sağlayıcıların konumu,
 - İncelenen davranışın kapsamı ve süresi,
 - Fiili piyasa kapamayla ilgili olası deliller,
 - Dışlayıcı stratejiye dair doğrudan veya dolaylı deliller.
- (46) Avrupa Birliği (AB) uygulamasına bakıldığında ise, Komisyon genel olarak bağlama uygulamasının Avrupa Birliği’nin İşleyişine Dair Anlaşma’nın (ABİDA) 102. maddesi kapsamında rekabete aykırı olarak değerlendirilmesi için aşağıda yer alan beş koşulun bir arada bulunması gerektiğini kabul etmektedir:
- Bağlayan ve bağlanan ürünlerin farklı ilgili ürün pazarlarında yer alması,

³⁰ Andrade, (2019), *Tying: An Economic Analysis of the Google-Android Case*, s. 11-12.

- Bağlama uygulamasını gerçekleştiren teşebbüsün bağlayan ürün pazarında hâkim durumda olması,
- Teşebbüsün tüketicilere, bağlayan ürünü bağlanan üründen bağımsız bir şekilde tek olarak satın alma şansını sunmaması,
- Bağlama uygulaması sonucunda pazarda rekabet karşıtı etkilerin ortaya çıkması ve
- Bağlama uygulamasının nesnel olarak gerekçelendirilememesi veya verimlilik sağlanmaması³¹.

H.2.1. Dijital Pazarlarda Bağlama Uygulaması³²

- (47) Dijital ekonominin ortaya çıkışı, bağlama doktrininin daha da önem kazanmasına neden olmuş ve -başlangıçta birden fazla ürünün kombine satışı için geliştirilmiş olsa da- son on yılda bu doktrin, yazılımın bir işletim sistemine entegrasyonu gibi birçok alanda uygulanmıştır. Dijital pazarlar, sıklıkla tek bir firmanın veya teknolojinin diğerlerine üstün geldiği, kazananın her şeyi aldığı pazarlar olarak adlandırılmaktadır. Buradan hareketle, pazara giriş engellerinin artması ve yenilik yapma güdüsünün azalması, geçici bir tekeli istikrarlı bir tekele dönüştürebilecektir. Daha genel olarak, dijital pazarlarda sunulan hizmetler, bağlama stratejilerini daha yaygın ve uygulanması nispeten kolay hale getirebilecek belirli özelliklere (ölçek ve kapsam ekonomisi, düşük marjinal maliyetler, ağ etkileri ve geri bildirim döngüleri) sahiptir³³. Söz konusu stratejiler; ürün tasarımı, birlikte çalışabilirliği sınırlamak ve farklı ürünler arasında bir ekosistem veya kesintisiz bir arayüz oluşturmak için kullanılabilir. Örneğin, bağlama, teşebbüsün bağlı ürün (eş deyişle rekabetçi pazara sahip ürün) için kullanıcı tabanını artırabilecek ve ağ etkileri yaratabilecektir. Böyle bir strateji, söz konusu dijital pazarda bulunan kullanıcılardaki veya çıktılardaki kazanımların kendi kendini güçlendirdiği bir geri bildirim döngüsü sergiliyorsa özellikle güçlü olabilecektir.
- (48) Ayrıca dijital pazarlar bakımından uygulamada ne tür bir davranışın bağlama oluşturduğunu belirlemek zor olabilmektedir. Tüketicileri, tamamlayıcı ürün B'yi satın almak için belirli bir miktarda A ürünü satın almaya zorlayan bir sözleşmedeki maddeler, doğrudan bağlama örneği niteliği taşıırken; dijital pazarlarda bağlama davranışını anlamak daha zor olabilmektedir. Zira bağlama, dijital pazarlarda yeni biçimler alabilecektir. Özellikle tüketiciler, sözleşmeye dayalı veya teknolojik yollarla uygulanan bağlamalara tabi olmak yerine, belirli ürünleri birlikte satın alma yönünde teşvik edilebilecektir³⁴.
- (49) Dijital pazarlarda sıklıkla ortaya çıkan ağ etkileri de dijital pazarlarda bağlamaya ilişkin zarar teorileri bakımından bir odak noktası oluşturmaktadır. Ağ etkilerinin önemli olduğu yerlerde bir ürünün değeri, onu kullanan tüketici sayısına bağlı olacağından ağ etkileri, firmaların bağlama yoluyla rekabeti engelleme girişiminde bulunmaları için teşvik edici olabilmektedir. Özellikle firmalar, rakipleriyle etkin bir şekilde rekabet edebilmelerini sağlayacak bir kullanıcı tabanı ve yeterli ağ etkileri elde etmek için bir bağlama eylemi gerçekleştirebilmektedir. Bu tür bir bağlama ise üretilen ek ağ

³¹ Bağlama testine ilişkin ilk dört unsur Komisyonun *Microsoft (WMP)* kararında açıkça sayılmıştır. Öte yandan kararda bağlama testinin bir unsuru olarak sayılmasa da Komisyon, yasaklanan bir bağlama uygulamasının haklı gerekçe gösterilmesi halinde yasaktan kurtulacağını kabul etmiştir.

³² Rekabet Kurumu (2023), "Dijital Dönüşümün Rekabet Hukukuna Yansımaları", <https://www.rekabet.gov.tr/Dosya/dijital-piyasalar-calisma-metni.pdf>, Erişim Tarihi: 16.10.2024, s.136-141.

³³ OECD (2020), "Abuse Of Dominance in Digital Markets", <https://www.oecd.org/daf/competition/abuse-of-dominance-in-digital-markets-2020.pdf>, Erişim Tarihi: 16.10.2024.

³⁴ OECD (2020), s. 43.

etkilerinden ziyade rakiplerin pazardan çıkışı nedeniyle teşebbüs nezdinde daha kârlı olduğunda rekabete aykırı olarak görülebilecektir.

- (50) Bir diğer strateji, bir pazardaki tekелci pozisyonun (en azından pazarda güçlü bir pozisyona sahip olunmasının) başka bir pazara girmek ve ardından başka bir pazarda rekabeti engellemek amacıyla kullanılmasıdır. “Platform kuşatma” (*platform envelopment*) olarak adlandırılan bu strateji, genellikle bağlama yoluyla sürdürülebilmektedir. Söz konusu strateji, özellikle güçlü bir kullanıcı örtüşmesi olduğunda veya teşebbüslerin paket fiyatında indirimler sağlamasına olanak tanıyan önemli kapsam ekonomilerinin olduğu durumlarda kârlı bir strateji olabilecektir. Rakipler genellikle bu stratejiye ancak bağlayan firmanın pazar gücüne sahip olduğu pazara bir rakip çıkarmanın yollarını bulabildikleri takdirde yanıt verebileceklerdir.
- (51) Dijital pazarlarda görülen bağlama uygulamalarından bir diğeri, bir platformun kendi ürün veya hizmetlerini kullanan kullanıcılardan o platformun diğer ürün veya hizmetlerini kullanmasını istemesidir. Söz konusu bağlama uygulamalarıyla teşebbüsler, bir pazardaki güçlerini başka bir pazara aktararak söz konusu ikinci pazardaki pozisyonlarını güçlendirebilmekte ve bağlanan ürün pazarındaki rakiplerin piyasa dışına itilmesine sebep olarak veya pazara yeni teşebbüslerin giriş yapmasını engelleyerek etkin rekabetin işleyişini olumsuz etkileyebilmektedir.
- (52) Son olarak literatürde platformlar tarafından gerçekleştirilen bağlama uygulamalarının “platform içi bağlama” veya “platformlar arası bağlama” olmak üzere iki kategoride ele alınabileceğini belirten görüşler de bulunmaktadır³⁵. Platform içi bağlama, bir platformda sunulan işlevlerin birbirine bağlı olduğu durumları ifade etmekte ve çoğunlukla yalnızca ilgili platformun tüketici tarafını ilgilendirmektedir. Bu bağlamda, platform içi bağlama, çok taraflı bir platform tarafından platform içinde sunulan çeşitli hizmetlerin birbirlerine bağlı olduğu durumlara karşılık gelmektedir³⁶. Uygulamada bu, bir hizmetin kullanımının ve/veya hizmete katılımın (i) başka bir hizmetin kullanımına veya katılımına bağlı hale getirilmesini veya (ii) bir hizmetin kullanımının otomatik olarak başka bir platform hizmetinin kullanımını veya katılımını tetiklemesini gerektirmesi şeklinde görülmektedir.
- (53) Platformlar arası bağlama ise (en az) iki ayrı platformun birbirine bağlı olduğu durumları ifade etmektedir. Platformlar arası bağlama prensipte hem kullanıcılar hem de platformların ticari müşteri grupları açısından gerçekleşebilmektedir. Bağlama uygulamalarının platformun her iki tarafı açısından da uygulanma olasılığı, çoğunlukla bağlanan platformlar tarafından sunulan işlevlerin hem tüketiciler hem de platformun ticari müşterileri açısından tamamlayıcı hizmetlerle ilgili olduğu durumlarda ortaya çıkmaktadır.

³⁵ Daniel Mandrescu (2024) “Designing (restorative) Remedies for Abuses of Dominance by Online Platforms”, *Journal of Antitrust Enforcement*, jnae040, , Erişim Tarihi: 16.10.2024.

³⁶ Daniel Mandrescu (2023) “On-platform Tying or Another Case of Leveraging – A Discussion on Facebook Marketplace”, *Kluwer Competition Law Blog*, <https://competitionlawblog.kluwercompetitionlaw.com/2023/01/04/on-platform-tying-or-another-case-of-leveraging-a-discussion-on-facebook-marketplace/>, Erişim Tarihi: 16.10.2024.

H.2.2. Bağlama Uygulamalarına İlişkin Kararlar

Komisyounun Bağlama Uygulamalarına İlişkin İlkesel Kararları

Hilti Kararı³⁷

- (54) *Hilti Kararı*, Komisyounun ürünlerin birbirine bağlanmasına yönelik olarak aldığı ilk karardır. Komisyon ilgili kararda, çivi satışlarının kartuş şeritleri satışına bağlanmasını değerlendirmiştir. İlgili ürün pazarları çivi tabancaları, Hilti markalı tabancalarla uyumlu kartuş şeritleri ve bu kartuşlarla uyumlu çiviler olarak tanımlanmış, Hilti'nin tanımlanan tüm pazarlarda hâkim durumda olduğu belirtilmiştir. Hilti ise bu üç ürünün oluşturduğu sistemin tek bir ürün olarak ele alınması gerektiğini ve sağlık ile güvenlik gerekçeleriyle ürünlerin bir arada sunulduğunu öne sürmüştür. Komisyon, ürünlerin farklılığına delil olarak ürünlerin farklı teknolojiler kullanılarak üretilmesini göstermiştir. Ayrıca sağlık ve güvenliğe ilişkin savunmaları da haklı bulmamıştır.

Tetra Pak II³⁸

- (55) Karton paketleme makineleri ve bu makinelerde kullanılan kartonları üreten Tetra Pak'ın, müşterilerini makineler ile birlikte kendi ürettiği kartonları almaya zorlamasının incelendiği *Tetra Pak II* davasında Komisyon hâkim durumun kötüye kullanıldığını tespit etmiştir³⁹. Tetra Pak, Genel Mahkemeye yaptığı itirazda sattığı ürünün bir “*paketleme sistemi*” olduğunu dolayısıyla, karton paketleme makinelerine kartonların bağlanmadığını, tek bir ürünün kendisine bağlanmasının mümkün olmadığını iddia etmiş ancak bu görüş mahkemece kabul görmemiştir. Konunun Avrupa Birliği Adalet Divanına (ABAD) intikalinin akabinde ABAD kararı onamıştır. ABAD'ın onama kararında, ürünlerin ayrı ürünler olduğunu ortaya koymak için bağlanan ürün pazarında faaliyet gösteren ve makineler için karton üreten firmaların varlığı kullanılmıştır⁴⁰.

Dijital Pazarlarda Bağlama Uygulamalarına İlişkin Kararlar

Komisyounun Microsoft I (Windows Media Player-WMP) Kararı⁴¹

- (56) *Microsoft I Kararı*'nın konusunu *Windows Media Player* (WMP) medya oynatıcısının Windows işletim sistemine ön yüklenmiş olması oluşturmaktadır. Komisyon ilgili kararda Microsoft'un rakip sunucu işletim sistemi üreticilerine kendi işletim sistemi ile tam birlikte işlerliği sağlayacak bilgileri vermeyerek ve WMP ürününü Windows işletim sistemine entegre ederek müşteri kişisel bilgisayarları işletim sistemleri pazarındaki hâkim durumunu kötüye kullandığını tespit etmiştir. Kararda bağlayan ürün pazarı “müşteri kişisel bilgisayar işletim sistemleri pazarı”, bağlanan ürün pazarı ise “ortam oynatıcıları pazarı” olarak tanımlanmıştır. Komisyon, uygulamanın rekabeti kısıtlayıcı etkilerini gidermek amacıyla Microsoft'un; (i) sunucu işletim sistemi yazılım pazarında faaliyet gösteren teşebbüslere kendi işletim sistemi olan Windows ile tam birlikte işlerlik sağlayacak gerekli tüm bilgiyi vermesine ve (ii) WMP programını içermeyen bir Windows sürümünü satışa sunmasına karar vermiştir.

³⁷ Case IV/30.787 ve 31.488 - *Eurofix-Bauco v. Hilti* (1988).

³⁸ Case IV/31043 - *Tetra Pak II* (1991).

³⁹ AKTEKİN E., (2012) “Microsoft Davaları Işığında Yazılım Pazarlarında Bağlama Uygulamalarına Yaklaşım ve Öneriler” Rekabet Kurumu Uzmanlık Tezleri Serisi” s. 28.

⁴⁰ AKTEKİN E., (2012), s. 28.

⁴¹ Case COMP/C-3/37.792 *Microsoft* (2004).

Komisyonun Microsoft (IE) Kararı⁴²

- (57) 2007 yılında internet tarayıcısı yazılımı üreten Opera şirketinin, Microsoft'un *Internet Explorer* (IE) yazılımını işletim sistemine bağlamak suretiyle hâkim durumunu kötüye kullandığına yönelik şikâyeti üzerine Microsoft hakkında inceleme başlatılmıştır. Komisyon Microsoft'un WMP'ye ilişkin uyarlamasında olduğu üzere IE'nin işletim sistemi ile birlikte sunulmasının internet tarayıcıları pazarını rakiplere kapadığı ve uygulamanın Microsoft'a diğer üreticilerin sahip olmadığı bir dağıtım avantajı sağladığı sonucuna ulaşmıştır. İnceleme, Komisyonun Microsoft'un bilgisayar üreticileri ve kullanıcılara IE fonksiyonunu kapatma imkânı getirmesi ve AB'de satılacak Windows sürümlerinde açılışa tüketiciye arzu etmeleri halinde rakip tarayıcıları yükleme imkânı sunan bir açılış ekranı sağlamasına yönelik çözüm önerilerini kabul etmesiyle sonuçlanmıştır.

Komisyonun Google – Android Kararı⁴³

- (58) Komisyon 2016 yılındaki kararında Google'ın lisanslanabilir mobil işletim sistemleri, Android işletim sistemi için uygulama mağazaları ve genel arama hizmetleri pazarlarında hâkim durumda olduğunu tespit etmiştir. Google'ın orijinal ekipman üreticileriyle (*Original Equipment Manufacturer*) imzaladığı Mobil Uygulama Dağıtım Anlaşması'na (*Mobile Application Distribution Agreement*, MADA) göre bir orijinal ekipman üreticisi; Android işletim sistemini kullanıyorsa ve Google Play uygulamasını ürettiği cihazlara önceden yüklemeyi planlıyorsa Google Arama ve Google Chrome uygulamalarını mobil cihaza önceden yüklemek zorundadır. Komisyon, Google'ın ön yükleme şartı ile Google Arama uygulamasını Play Store'a bağlamak suretiyle hâkim durumunu kötüye kullandığını tespit etmiştir.

Kurulun Google – Android Kararı⁴⁴

- (59) Kurul ise 2018 yılındaki kararında Google ekonomik bütünlüğünün "lisanslanabilir mobil işletim sistemleri" pazarında hâkim durumda bulunduğunu tespit etmiş; Google ekonomik bütünlüğünün, cihaz üreticileri ile imzaladığı MADA'da yer alan "Google Arama"nın sözleşme ile belirtilen noktalarda varsayılan olarak atanması ve "Google Arama" parçacığının ana ekranda konumlandırılmasına yönelik uygulamanın 6. madde kapsamında ihlal olarak değerlendirilen bağlama uygulamasının tüm koşullarını sağladığını göstermiştir. Kurul, Google *Webview* bileşeninin ilgili işlev için varsayılan ve tek bileşen olarak atanmasına yönelik uygulamanın ve Gelir Paylaşım Anlaşması'nda (*Revenue Sharing Agreement*, RSA) yer verilen ve "Google Arama"nın cihazlara münhasıran yüklenmesini temin eden hükümlerin⁴⁵ de hâkim durumun kötüye kullanılması niteliği taşıdığını tespit etmiştir.

Alman Rekabet Otoritesinin (Bundeskartellamt) Facebook/Oculus İncelemesi

- (60) Bundeskartellamt'ın 10.12.2020 tarihli basın açıklamasına göre, META'nın Oculus sanal gerçeklik ürünleri ile sosyal medya platformu Facebook arasındaki bağlama uygulaması, rekabet ihlali kapsamında değerlendirmeye alınmıştır⁴⁶. Daha önce Facebook'tan ayrı olarak işletilen Oculus platformu, Facebook'un sosyal ağında "Facebook Reality Labs" adı altında ek bir fonksiyon olarak sunulmaya başlanmıştır.

⁴² Case Comp/C-3/39.530 *Microsoft* (2009).

⁴³ 2019/C 402/08 sayılı Karar.

⁴⁴ Kurulun 19.09.2018 tarihli ve 18-33/555-273 sayılı kararı.

⁴⁵ Kurul kararında bu hükümlerin bağlama etkisini güçlendirdiği tespiti de mevcuttur.

⁴⁶ Bkz. https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Meldung/EN/Pressemitteilungen/2020/10_12_20_Facebook_Oculus.html, Erişim Tarihi: 16.10.2024.

"Quest 2" VR gözlüklerinin kullanımı ise Facebook hesabı bulunması şartına bağlanmıştır.

- (61) İnceleme sürecinde Alman Rekabet Yasası'ndaki (*Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen*, GWB) değişiklikler yürürlüğe girmiş⁴⁷, bu değişikliği müteakiben de Bundeskartellamt'ın GWB Bölüm 19a (2)'ye dayalı olarak inceleme gerçekleştirebilmesi için bir ön koşul olduğundan META pazarlar arası üstün öneme sahip teşebbüs (*a company of paramount significance across markets*) ilan edilmiştir⁴⁸.
- (62) Bu doğrultuda, META'nın Alman sosyal medya pazarında hâkim durumda olduğunu ve gelişmekte olan sanal gerçeklik pazarında da önemli bir konuma sahip olduğunu tespit eden Bundeskartellamt, incelemesinde Oculus ürünlerinin kullanılabilmesi için bir Facebook hesabının zorunlu kılınması ve Oculus ürünlerinden elde edilen verilerin nasıl işleneceği hususlarına odaklanmıştır.
- (63) Akabinde, bahse konu otorite tarafından geçmişte bazı sorunlara yol açan geleneksel hâkimiyetin kötüye kullanılması davaları kapsamında bağlama konusunda bir zarar teorisi ortaya konmak yerine, söz konusu eylemleri yasaklama yetkisi veren Bölüm 19a(2) No. 3'ün⁴⁹ uygulanması tercih edilmiştir.
- (64) Yürütülen inceleme sırasında META, Bundeskartellamt'ın endişelerini gidermek amacıyla taahhüt çözüm yoluna başvurmuştur. Özetle, kullanıcıların Facebook ve Instagram hesaplarından ayrı bir "META hesabı" açmasına ve bu hesap aracılığıyla Oculus ürünlerini (*Quest 2* ve *Quest Pro* gözlüklerini) kullanmasına izin vermeyi taahhüt etmiştir⁵⁰.
- (65) Bununla beraber henüz nihayete erdirilmemiş olan inceleme, hâlihazırda META'nın veri birleştirme faaliyetlerinin incelenmesi noktasında devam etmektedir. Bundeskartellamt ve META, incelemenin bu yönünün sonuçlanması için ABAD'ın "Facebook veri işleme politikaları" hakkındaki değerlendirmesinin sonuçlanmasını beklemektedir. Öte yandan taraflar, ABAD'ın kararını açıklayacağı tarihe kadar "META hesabı" oluşturularak kullanılabilecek olan Oculus kapsamında elde edilen verilerin, diğer META hizmetlerinden elde edilen verilerden ayrı tutulması konusunda uzlaşmaya varmıştır.

⁴⁷ Bkz. https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Meldung/EN/Pressemitteilungen/2021/28_01_20_21_Facebook_Oculus.html;jsessionid=A5DE9475902482B4648A5F7979C32263.1_cid389?nn=3591568, Erişim Tarihi: 16.10.2024.

⁴⁸ Bkz. https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Meldung/EN/Pressemitteilungen/2022/04_05_2_022_Facebook_19a.html;jsessionid=A5DE9475902482B4648A5F7979C32263.1_cid389?nn=3591568, Erişim Tarihi: 16.10.2024.

⁴⁹ GWB Section 19a (2)

"3. directly or indirectly impeding competitors on a market on which the undertaking can rapidly expand its position even without being dominant, in particular
a) linking the use of an offer provided by the undertaking to the automatic use of another offer provided by the undertaking which is not necessary for the use of the former offer, without giving the user of the offer sufficient choice as to whether and how the other offer is to be used
(...)"

⁵⁰ Bkz. https://www.gesetze-im-internet.de/englisch_gwb/englisch_gwb.html, https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Meldung/EN/Pressemitteilungen/2022/23_11_2022_Facebook_Oculus.html, Erişim Tarihi: 16.10.2024.

Hindistan Rekabet Komisyonu (Competition Commission of India, CCI) META – WhatsApp Pay (WPay) Kararı⁵¹

- (66) İlgili dosya kapsamında ele alınan temel iddia, WPay'in Whatsapp'a entegre edilmesinin ürünlerin bağlanmasıyla (entegrasyon sonrasında bir müşterinin diğer ürünü satın almadan bir ürüne erişememesi) sonuçlanmasına ilişkindir. META ise Whatsapp ve WPay'in ayrı ürünler olarak değerlendirilmemesi gerektiğini ve WPay'in orijinal ürünün ek bir özelliği olarak görülmesi gerektiğini savunmuştur. Ancak CCI, söz konusu hizmetlerin iki ayrı pazara yönelik olması kabulüyle, WPay ve Whatsapp'ın iki ayrı ürün olarak değerlendirilebileceğini, bunun yanında, Whatsapp'ın Hindistan'daki akıllı telefon tabanlı OTT (*Over-The-Top*) mesajlaşma hizmeti pazarında⁵² hâkim durumda olduğunu belirtmiştir⁵³. Öte yandan, WhatsApp'ın WPay'i mevcut mesajlaşma uygulamasına entegre etmesinin "(i) WhatsApp kullanıcılarının Hindistan'da bulunan diğer birleşik ödeme arayüzü (*unified payments interface*, UPI) uygulamalarını kullanmakta özgür olmaları, dolayısıyla iki ürünün birlikte satın alınması ve kullanılmasında zorlama unsurunun bulunmadığı ve (ii) pazarda Google Pay, Phone Pay ve Paytm gibi yerleşik UPI ödeme uygulamalarının bulunması sebebiyle WPay'in pazara girişinin bir pazar kapamaya yol açmayacağı" gerekçeleriyle bağlama teşkil etmediğine karar vermiştir⁵⁴.

Komisyonun META (Facebook Marketplace) Soruşturması⁵⁵

- (67) Komisyon Haziran 2021'de, META'nın çevrim içi ilan hizmetleri pazarındaki (*Markets for Online Classified Ads*) uygulamalarıyla rekabet kurallarını ihlal edip etmediğini değerlendirmek üzere inceleme başlatmıştır. Komisyon ön inceleme aşamasında, META'nın Avrupa genelindeki kişisel amaçlı sosyal ağ hizmetleri ve çevrim içi görüntülü reklamcılık pazarlarında hâkim durumda olduğunu belirtmiştir. Ayrıca META'nın çevrim içi ilan hizmeti Facebook Marketplace'i kişisel amaçlı sosyal ağ hizmeti Facebook'a bağlamak ve Facebook veya Instagram'da reklam veren rakip

⁵¹ Bkz. <https://competitionlawblog.kluwercompetitionlaw.com/2021/01/11/the-problematic-stance-of-cci-in-whatsapp-pay-tying-case-an-opportunity-missed/>, Erişim Tarihi: 16.10.2024.

⁵² OTT mesajlaşma uygulamaları, iletişimi iletmek için mobil ağ yerine internet bağlantısı kullanan üçüncü taraf anlık mesajlaşma platformlarıdır.

⁵³ Hindistan Rekabet Hukuku kapsamında bağlamanın ihlal olarak kabul edilebilmesi için belirli koşulların mevcut olması gerekmektedir. Bu koşullar şunlardır:

- İki ayrı ürün olması,
- İlgili teşebbüsün bağlanan ürüne ilişkin pazarda hâkim durumda olması,
- Bir baskı/zorlamanın mevcut olması ve
- Bağlamanın, pazardaki rekabeti kısıtlama/engelleme yeteneğine sahip olması.

Bkz. Rajarshi Singh (2021), "The Problematic Stance of CCI in Whatsapp Pay Tying Case: An Opportunity Missed?" *Kluwer Competition Law Blog*, <https://competitionlawblog.kluwercompetitionlaw.com/2021/01/11/the-problematic-stance-of-cci-in-whatsapp-pay-tying-case-an-opportunity-missed/#respond>, Erişim Tarihi: 16.10.2024.

⁵⁴ CCI'nin kararı, dijital pazarlardaki bağlama uygulamalarının doğru yorumlanmadığı gerekçesiyle eleştiriye uğramıştır. Bu doğrultuda; mevcut koşullarda, tüketicilerin Whatsapp'ın ödeme hizmetine (WPAY) abone olmaksızın mesajlaşma hizmetine abone olma seçeneğinin bulunmadığı, dolayısıyla, ilke olarak, 'zorlama' unsurunun olayda var olduğunun kabulünün gerektiğini savunan görüşler bulunmaktadır. Rajarshi Singh (2021), "The Problematic Stance of CCI in Whatsapp Pay Tying Case: An Opportunity Missed?" *Kluwer Competition Law Blog*, <https://competitionlawblog.kluwercompetitionlaw.com/2021/01/11/the-problematic-stance-of-cci-in-whatsapp-pay-tying-case-an-opportunity-missed/#respond>, Erişim Tarihi: 16.10.2024.

⁵⁵ Bkz. https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/it/ip_22_7728, Erişim Tarihi: 16.10.2024.

çevrim içi ilan hizmetlerine tek taraflı olarak haksız ticaret koşulları dayatmak suretiyle hâkim durumunu kötüye kullandığı ön tespitinde bulunmuştur⁵⁶.

- (68) Komisyon, yürüttüğü incelemenin ardından 19.11.2022 tarihinde yeterli şüphenin olduğu kanaatine ulaşmış ve META hakkında, hâkim durumda olan sosyal ağ hizmeti Facebook ile çevrim içi ilan hizmeti Facebook Marketplace'i bağlayarak çevrim içi ilan hizmeti pazarındaki rekabeti bozduğu gerekçesiyle inceleme başlatmıştır⁵⁷. META'nın incelemeye konu bağlama eyleminin, Facebook kullanıcılarının isteseler de istemeseler de otomatik olarak Facebook Marketplace'e erişebilecekleri anlamına geldiği ve Facebook Marketplace'e rakiplerinin elde edemeyeceği önemli bir dağıtım avantajı sağladığı belirtilerek Facebook Marketplace'in rakiplerine karşı pazar kapamaya sebep olabileceğinden endişe duyulduğu ifade edilmiştir.

Komisyonun Microsoft (Teams) Soruşturması⁵⁸

- (69) Komisyon Temmuz 2023'te, Microsoft'un bulut tabanlı bir iletişim ve işbirliği ürünü olan Teams'i⁵⁹ popüler iş paketleri Office 365 ve Microsoft 365'e bağlayarak rekabet kurallarını ihlal edip etmediğini değerlendirmek üzere bir soruşturma başlatmıştır⁶⁰. Başlatılan soruşturma kapsamında Haziran 2024'te yayımlanan itiraz bildiriminde (*Statement of Objections*) Komisyon, Microsoft'un profesyonel kullanıma yönelik hizmet olarak yazılım (*Software as a Service*, SaaS) uygulamaları pazarında dünya çapında hâkim durumda olduğu ön tespitinde bulunmuştur. Ayrıca, Microsoft'un Nisan 2019'dan bu yana Teams'i temel SaaS uygulamalarıyla bağlamak suretiyle iletişim ve işbirliği ürünleri pazarındaki rekabeti kısıtladığı ile SaaS çözümleri pazarındaki konumunu rakip bireysel yazılım tedarikçilerine karşı koruduğu yönünde endişelerin mevcut olduğunu ifade etmiştir.
- (70) Komisyon özellikle Microsoft'un, müşterilerine SaaS uygulamalarına abone olduklarında Teams'i edinip edinmeme konusunda seçim hakkı tanımayarak Teams'e bir dağıtım avantajı sağlamış olabileceği konusunda endişe duyduğunu belirtmektedir. Öte yandan, Komisyonun Temmuz 2023'te soruşturma başlatmasının ardından Microsoft, Teams'i dağıtma biçiminde değişiklikler yapmıştır. Bu doğrultuda, Microsoft bazı paketleri Teams olmadan sunmaya başlamışsa da Komisyon, bu değişikliklerin

⁵⁶ Komisyon tarafından yapılan açıklamada, META'nın özellikle reklam verenlerden topladığı reklamcılık verilerini kendisinin de Facebook Marketplace aracılığıyla faaliyet gösterdiği çevrim içi ilan pazarında kullanarak rakiplerine karşı avantaj sağlayıp sağlamadığının inceleme konularından biri olduğu belirtilmiştir. Bununla birlikte aynı tarihte CMA tarafından da META hakkında inceleme başlatılmıştır. CMA tarafından yapılan açıklamada da Komisyona benzer şekilde META'nın reklamcılık hizmetleri kapsamında topladığı ve oturma açmada edindiği verilerin Facebook Marketplace ve Facebook Dating hizmetlerinde rakiplerine karşı haksız bir avantaj sağlayıp sağlamadığının inceleneceği ifade edilmiştir. Bu çerçevede, CMA tarafından açılan soruşturma Komisyona benzer konular içermekle birlikte META'nın veri toplama ve kullanımı yönündeki eylemleri açısından daha kapsamlıdır. Bu nedenle söz konusu soruşturmaya ait açıklamalar raporun ilerleyen bölümlerinde veri birleştirme temelli açıklamalar altında ele alınmıştır. Detaylı bilgi için bkz. <https://www.gov.uk/government/news/cma-investigates-facebook-s-use-of-ad-data>, Erişim Tarihi: 16.10.2024.

⁵⁷ Bkz. https://content.mlex.com/#!/content/1298537?referrer=search_linkclick, Erişim Tarihi: 16.10.2024.

⁵⁸ Bkz. https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_24_3446, Erişim Tarihi: 16.10.2024.

⁵⁹ Bulut tabanlı bir iletişim ve işbirliği aracı olan Teams, mesajlaşma, arama, video toplantıları, dosya paylaşımı gibi işlevler sunmakta ve Microsoft'un ve üçüncü taraf işyeri araçlarını ve diğer uygulamaları bir araya getirmektedir.

⁶⁰ Söz konusu soruşturma Slack Technologies, Inc.in 14 Temmuz 2020 tarihinde Microsoft'a karşı bir şikâyet başvurusunda bulunarak, Microsoft'un Teams'i kanuna aykırı şekilde popüler iş paketlerine bağladığını iddia etmesi üzerine başlatılmıştır. Bkz. https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_23_3991, Erişim Tarihi: 16.10.2024.

endişelerini gidermek için yeterli olmadığını ve rekabeti yeniden tesis etmek için Microsoft'un davranışlarında daha fazla değişikliğin gerekli olduğunu belirtmiştir.

- (71) Mevcut dosya kapsamında ele alınan iddialardan ilki olan bağlama uygulamalarına ilişkin olarak yukarıda aktarılan teorik çerçeve ve otorite kararlarının akabinde, ele alınan bir diğer iddia olan veri birleştirme davranışı bakımından da birtakım açıklamalar sunulmasının faydalı olacağı değerlendirilmiştir. Bu kapsamda devam eden bölümde önce veri temelli endişelere ilişkin hukuki çerçeveye yer verilecek, ardından rekabet hukuku kapsamında veri kaynaklı endişelerin neler olabileceği genel hatları ile aktararak veri birleştirme davranışının rekabet hukuku ile kavranmasını teminen dışlayıcı ve sömürücü uygulamalara değinilecektir.

H.3. Dijital Pazarlarda Veri Temelli İşleyiş ve Veri Kaynaklı Endişelere İlişkin Hukuki Çerçeve

- (72) Dijital platformlarca sunulan ürün ve hizmetler, genel olarak sıfır fiyatlı (*zero-pricing*) ürün ve hizmetler olarak nitelendirildiğinden kullanıcılar, karşılığında parasal bir ücret ödemedikleri bahse konu ürün ve hizmetlerden, hizmet sağlayıcıya sundukları veriler karşılığında yararlanmaktadır. Bu şekilde işleyen pek çok dijital platform, çok büyük miktarda ve çeşitlilikte kullanıcı verisi toplamakta ve toplanan veriler çoğunlukla kullanıcıların bu platformlardan faydalanırken aktif olarak sundukları verinin de oldukça ötesine geçmektedir⁶¹. Söz konusu veriler, sunulan ürün veya hizmetlerin geliştirilmesinde ve iyileştirilmesinde kullanılabildiği gibi ilişkili pazarlardaki hizmetler bakımından da önem taşıyabilmekte, ayrıca sıfır fiyatlı hizmetler sunan platformların hedefli reklamcılık (*targeted advertisement*) faaliyetleri ile sundukları ücretsiz hizmetleri finanse edecek şekilde gelir elde edebilmelerini sağlamaktadır. Bu çerçevede, dijital pazarlar için verinin temel olarak; çevrim içi hizmetler, üretim süreçleri, lojistik, akıllı cihazlar ve yapay zekâ bakımından önemli bir girdi olarak ele alındığı görülmekte ve veriye erişimin ve veri kullanımının teşebbüslerin rekabetçiliğini gün geçtikçe daha çok etkileyeceği tahmin edilmektedir⁶². Günümüzde, teşebbüslerin rekabet gücü, giderek artan oranda, sahip oldukları verinin miktarı, çeşitliliği ve kalitesi ile ölçülmeye başlanmıştır⁶³. Bu husus, dijital pazarlar bakımından çok daha ön plana çıkan bir özellik olarak görülmektedir.
- (73) Dijital platformları veri toplama hususunda, diğer teşebbüslerden farklılaştıran husus, temel olarak daha kolay şekilde ve düşük maliyetler ile veri toplayabilme kapasitelerinin varlığıdır. Her ne kadar, belirli bir an itibarıyla toplanan ve depolanan verinin miktarını ölçmek oldukça güç olsa da dijital platformların, dijital teknolojilerin ve veri saklama kapasitesinin hızla gelişmesi daha önce mümkün olmayan oranda büyük veri

⁶¹ ACCC (*Australian Competition and Consumer Commission*) (2019), "Digital Platforms Inquiry-Final Report", s. 23.

⁶² Avrupa Komisyonu (2019), "Competition Policy For The Digital Era", s. 7, 16, <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/21dc175c-7b76-11e9-9f05-01aa75ed71a1/lang-ua-en>, Erişim Tarihi: 17.10.2024.

⁶³ GRAEF, I (2016), "Data as Essential Facility", Doktora Tezi, KU Leuven, <https://lirias.kuleuven.be/retrieve/390211>, Erişim Tarihi: 17.10.2020; LANDE, R. H. (2008), "The Microsoft-Yahoo Merger: Yes, Privacy is an Antitrust Concern", https://www.researchgate.net/publication/228211331_The_Microsoft-Yahoo_Merger_Yes_Privacy_is_an_Antitrust_Concern, Erişim Tarihi: 17.10.2024; JUST, N. (2018), "Governing Online Platforms: Competition Policy in Times of Platformization", *Telecommunications Policy*, Volume 42, Issue 5, s. 386-394, <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0308596117303415>, Erişim Tarihi: 17.10.2024.

tabanlarının oluşmasına imkân sağlamıştır⁶⁴. Platform hizmeti sağlayıcıları, söz konusu veri tabanlarını oluştururken çeşitli veri toplama metotlarından faydalanmaktadır⁶⁵. Verilerin bir kısmı (örneğin hizmete kaydolurken verilen isim ve iletişim bilgileri gibi) aktif olarak tüketiciler tarafından sunulmaktadır. Verilerin bir kısmı ise platformlar tarafından tüketicilerden pasif bir biçimde toplanmaktadır. Bunlara örnek olarak Wi-Fi ağı, konum bilgisi, IP adresi ve üçüncü taraf bir internet sitesi ziyaretinden elde edilen bilgiler veya çevrim içi diğer faaliyetleri sayılabilir. Aktif veya pasif olarak elde edilen verilerden hareketle, platform tarafından yapılan analizler ile çıkarıma dayalı veriler oluşturulmaktadır. Bilgisayarlar veya mobil cep telefonları aracılığıyla çevrim içi işlemlerden, çevrim içi tarama ve arama geçmişinden, sosyal medya ve e-postalardan, IP adresi ve cihaz özelliklerinden, mobil uygulama mağazalarından çevrim içi veri toplanırken; çevrim dışı yoldan ödeme kartı işlemleri, mobil cep telefonu kayıtları gibi hizmet kayıtlarından, çeşitli otoritelerde tutulan kişisel sicil kayıtlarından, anketlere katılımlarda sağlanan bilgilerden çevrim dışı veri toplanabilmektedir⁶⁶.

- (74) Dijital platformlarca, bahsedilen çeşitli kaynaklardan ve çeşitli metotlarla toplanan veriler; kullanıcıların davranışları ile satın alma kararları hakkında neredeyse gerçek zamanlı bilgi içermektedir. Söz konusu veriler, temel olarak sunulan hizmetlerin iyileştirilmesi, yeni hizmetler geliştirilmesi ve hedefli reklamcılık yoluyla gelir elde edilmesi amaçları ile kullanılmaktadır⁶⁷.
- (75) Dijital pazarlarda hem iş geliştirme süreçleri hem de gelir elde etme metotları bakımından kritik önemde olan veri, pazarda önemli bir rekabet avantajı sağlamaktadır. Dolayısıyla bu denli kritik bir girdi olan veriye yönelik haksız uygulamalar veya kötüye kullanma davranışları, pazardaki rekabeti sınırlandırabilecek veya pazara giriş ya da pazarda büyüme engeli yaratabilecektir. Bunun yanı sıra, teşebbüslerin girift veri toplama ve kullanma süreçleri, veri gizliliğine dair endişeleri de beraberinde getirmektedir. Örneğin, hâkim durumdaki bir dijital platformun kullanıcı verilerini takip etmesi, toplaması, topladığı verileri işlemesi şeklindeki faaliyetlerinin gizlilik/mahremiyet (*privacy*) kavramı bakımından mercek altına alınması muhtemeldir. Bu kapsamda, dijital pazarlarda veri kullanımından doğan endişeler karşısında; rekabet hukukunun yanı sıra, veri koruma hukuku (*data protection law*) ve tüketici

⁶⁴ OECD (2016), "Big Data: Bringing Competition Policy To The Digital Era", s. 14-24, <https://www.oecd.org/competition/big-data-bringing-competition-policy-to-the-digital-era.htm>, Erişim Tarihi: 17.10.2024.

⁶⁵ OECD (2013), "Exploring the Economics of Personal Data: A Survey of Methodologies for Measuring Monetary Value", OECD Digital Economy Papers No 220, s. 10, https://www.oecd-ilibrary.org/exploring-the-economics-of-personal-data_5k486qtxldmq.pdf?itemId=%2Fcontent%2Fpaper%2F5k486qtxldmq-en&mimeType=pdf, Erişim Tarihi: 17.10.2024.

⁶⁶ ACCC s. 378.

⁶⁷ Furman Raporu'nda da platformlarca toplanan verilerin, sunulan hizmetlerin iyileştirilmesine beş farklı şekilde katkı sağladığı belirtilmektedir:

- Kullanıcı talebini, alışkanlıklarını ve ihtiyaçlarını daha iyi anlamaya imkân tanınması sebebiyle sunulan ürün ve hizmetin kalitesini arttırmak,
- Tüketicilerin aldıkları ürünlerden hareketle ve tüketici yorumlarından elde edilen geri bildirimler sayesinde ürün ve hizmetlerin kalitesini geliştirmek,
- Kullanıcı talebinin ve pazar trendlerinin daha iyi tahminlenmesi ile teşebbüslerin üretim ve dağıtım süreçlerinin daha etkin şekilde organize olması sebebiyle üretkenliği arttırmak,
- Yeni iş alanlarının keşfedilmesi ve kullanılmasına imkân sağlamak,
- Daha hedef odaklı işletme modellerini -örneğin kişiselleştirilmiş promosyonlar gibi- benimsemek.

Bkz. FURMAN, J. vd. (2019), "Unlocking Digital Competition", s.23, https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/785547/unlocking_digital_competition_furman_review_web.pdf, Erişim Tarihi: 17.10.2024.

hukuku gibi birden fazla hukuk dalının müdahalesine açık alanlar oluşmaktadır⁶⁸. Çeşitli hukuk disiplinleri, veri temelli bir hukuki endişeye kendi müdahale araçlarıyla yaklaşabilmekte ve bu müdahaleler, ilgili hukuk disiplinlerinin amaçladığı farklı sonuçlara hizmet edebilmektedir.

- (76) Bu doğrultuda, rekabet hukukunun inceleme alanına giren hâkim durumdaki teşebbüslerin veri toplama süreçlerinden kaynaklanan kötüye kullanma hallerinde yapılacak değerlendirmelerde kişisel verilerin toplanmasına ilişkin kuralların da göz önünde bulundurulmasının fayda sağlayacağı değerlendirilmektedir. Zira veri toplanması veya işlenmesine ilişkin süreçlerde gerçekleşen belirli bir eylemin kötüye kullanma olup olmadığı hususunun tam ve doğru bir biçimde ortaya konabilmesi ve böylelikle bu eyleme ilişkin en etkin müdahale araçlarının belirlenebilmesi için veri işlenmesini düzenleyen hukuki çerçevenin anlaşılmasının gereklidir. Bu anlamda, konunun değerlendirilmesi açısından, kişisel verilerin korunması hakkındaki mevzuat önem kazanmaktadır.

H.3.1. Kişisel Verilerin İşlenmesine İlişkin Mevzuat

- (77) Daha önce de belirtildiği üzere, dosya kapsamında incelenen hususlardan biri de META'nın 2023 yılının Temmuz ayında piyasaya sürmüş olduğu Threads uygulaması aracılığıyla elde edilen verilerin Instagram uygulamasından elde edilen veriler ile birleştirilmesidir. META hizmetleri, ağırlıklı ölçüde, nihai olarak bireysel kullanıcılara sunulmakta ve bu nedenle META tarafından toplanan verilerin çok büyük bir bölümünü kişisel veriler oluşturmaktadır.
- (78) Kişisel verilerin korunmasını isteme hakkı, Anayasa tarafından bir temel hak ve özgürlük olarak tanınmış ve kişisel verilerin korunmasına ilişkin esas ve usullerin kanunla düzenlenmesi gerektiği belirtilmiştir. Bu kapsamda, 6698 sayılı Kişisel Verilerin Korunması Kanunu (KVKK) 07.04.2016 tarihli ve 29677 sayılı Resmi Gazetede yayımlanarak yürürlüğe girmiş olup ilgili kanunla ülkemizde, kişisel verilerin toplanmasına, depolanmasına ve işlenmesine ilişkin ilkeler belirlenmiştir.
- (79) KVKK'nin 3. maddesinin birinci fıkrası uyarınca kişisel veri, *“kimliği belirli veya belirlenebilir gerçek kişiye ilişkin her türlü bilgiyi”*; kişisel verilerin işlenmesi, *“kişisel verilerin tamamen veya kısmen otomatik olan ya da herhangi bir veri kayıt sisteminin parçası olmak kaydıyla otomatik olmayan yollarla elde edilmesi, kaydedilmesi, depolanması, muhafaza edilmesi, değiştirilmesi, yeniden düzenlenmesi, açıklanması, aktarılması, devralınması, elde edilebilir hâle getirilmesi, sınıflandırılması ya da kullanılmasının engellenmesi gibi veriler üzerinde gerçekleştirilen her türlü işlemi”*; ilgili kişi, *“kişisel verisi işlenen gerçek kişiyi”* ve veri sorumlusu, *“kişisel verilerin işleme amaçlarını ve vasıtalarını belirleyen, veri kayıt sisteminin kurulmasından ve yönetilmesinden sorumlu olan gerçek veya tüzel kişiyi”* ifade etmektedir.
- (80) KVKK'nin “Genel ilkeler” başlıklı 4. maddesinde, kişisel verilerin, ancak ilgili kanunda ve diğer kanunlarda öngörülen usul ve esaslara uygun olarak işlenebileceği ve kişisel verilerin işlenmesinde maddede; hukuka ve dürüstlük kurallarına uygun olma, doğru ve gerektiğinde güncel olma, belirli, açık ve meşru amaçlar için işlenme, işlendikleri amaçla bağlantılı, sınırlı ve ölçülü olma, ilgili mevzuatta öngörülen veya işlendikleri amaç için gerekli olan süre kadar muhafaza edilme şeklinde sayılan ilkelere uyulmasının zorunlu olduğu düzenlenmiştir. KVKK'nin 5. maddesinde ise kişisel verilerin işlenme şartları düzenlenmekte olup anılan maddenin birinci fıkrasında kişisel verilerin ilgili kişinin açık rızası olmaksızın işlenemeyeceği, ikinci fıkrasında ise bu

⁶⁸ ACCC (2019), “Digital Platforms Inquiry-Final Report”, s. 5.

fıkra da belirtilen “*Kanunlarda açıkça öngörülmesi, ...Bir sözleşmenin kurulması veya ifasıyla doğrudan doğruya ilgili olması kaydıyla, sözleşmenin taraflarına ait kişisel verilerin işlenmesinin gerekli olması, ...İlgili kişinin kendisi tarafından alenileştirilmiş olması...*” ve benzeri şartlardan birinin varlığı halinde ilgili kişinin açık rızası aranmaksızın kişisel verilerinin işlenmesinin mümkün olduğu hükme bağlanmıştır.

- (81) Diğer taraftan, KVKK’nin “Veri sorumlusunun aydınlatma yükümlülüğü” başlıklı 10. maddesinde, kişisel verilerin elde edilmesi sırasında veri sorumlusu veya yetkilendirdiği kişinin, ilgili kişilere “a) veri sorumlusunun ve varsa temsilcisinin kimliği, b) kişisel verilerin hangi amaçla işleneceği, c) işlenen kişisel verilerin kimlere ve hangi amaçla aktarılabilirliği, ç) kişisel veri toplamanın yöntemi ve hukuki sebebi, d) 11 inci maddede sayılan diğer hakları” hakkında bilgi vermekle yükümlü olduğu düzenlenmiştir.
- (82) Tüm bu açıklamalardan, KVKK’nin muhtelif maddelerinde açık rıza şartına işaret edildiği anlaşılmaktadır. “Açık rıza” kavramının tanımına ise, KVKK’nin “Tanımlar” başlıklı 3. maddesinin (a) bendinde yer verilmektedir. Buna göre açık rıza, “*belirli bir konuya ilişkin, bilgilendirilmeye dayanan ve özgür iradeyle açıklanan rızayı*” ifade etmekte olup rıza veren kişinin “olumlu irade beyanını” içermelidir. Verilmesi herhangi bir şekil şartına bağlı olmayan açık rızanın, (i) belirli bir konuya ilişkin olma, (ii) bilgilendirmeye dayanma ve (iii) özgür iradeyle açıklanma şeklindeki üç unsuru sağlaması gerekmektedir.
- (83) İlk olarak açık rızanın belirli bir konuya ilişkin olması; veri sorumlusunun, açık rıza beyanının hangi konuya ilişkin olarak istenildiğini açıkça ortaya koymasını gerektirmektedir. Buna göre ilgili kişinin, genel bir irade açıklaması ile “kişisel verilerimin işlenmesini kabul ediyorum” benzeri açık uçlu ve belirsiz rızası, tek başına KVKK bağlamında “açık rıza” olarak kabul edilmemektedir⁶⁹. Eğer birden çok kategoride/noktada veri işlenecekse, açık rızanın, hangi verilerin ne amaçlarla işleneceği hususunda tüm farklı veri işleme noktaları açısından da verilmiş olması gerekir. İkinci koşul, açık rızanın bilgilendirmeye dayalı olmasını gerektirmektedir. Buna göre kişinin sadece konu hakkında değil, rızasının sonuçları hakkında da tam bir bilgi sahibi olması gerekmektedir. Bilgilendirme vasıtasıyla ilgili kişi, kendi verilerinin geleceğini tam bilgiye dayalı olarak ve bilinçli şekilde belirleme hakkına sahip olmaktadır. Üçüncü koşul, açık rızanın özgür iradeyle açıklanmasını gerektirmektedir. Buna göre açık rıza, kişinin irade beyanıdır ve ancak kişinin yaptığı davranışın bilincinde olması ve kendisinin karar vermesi halinde geçerlilik kazanacaktır. Ayrıca tarafların eşit konumda olmadığı durumlarda, rızanın özgür iradeyle verilip verilmediği ise özellikle değerlendirilmelidir. Bu kapsamda üzerinde önemle durulması gereken bir diğer husus, kişinin açık rızasının, bir ürün veya hizmetin sunulmasının ya da ürün veya hizmetten yararlandırılmasının ön şartı olarak ileri sürülememesidir.

H.3.2. Rekabet Hukukunda Veri Kaynaklı Endişeler

- (84) Yukarıda da bahsedildiği üzere, veri temelli yeni ekonomi anlayışı çerçevesinde geliştirilen iş modellerinde, tüketicilerin yararlandıkları hizmet karşısında dikkatleri, ilgileri ve en genel anlamı ile verileriyle bedel ödedikleri kabul edilmektedir. İlgili hizmetleri tüketicilere, parasal bir karşılık olmaksızın, sıfır fiyatlı (*zero-pricing*) olarak sunan teşebbüsler bakımından ise hem kullanıcıların verileri hem de çok sayıda kullanıcının verisinden sağlanan veri setleri, ticari olarak büyük önem taşımaktadır. Tüketici tercihleri ve ilgisine ilişkin büyük hacimdeki bu veri setleri; genel anlamda,

⁶⁹ Açık Rıza Rehberi, s. 4.

dijital pazarların bütünü; özel olarak ise, hedefli çevrim içi reklamcılığın işleyişi için kilit bir girdi özelliği sergilemektedir.

- (85) Verinin rekabet hukuku uygulaması bakımından öne çıktığı alanlar ise temel olarak üç başlık altında toplanmaktadır⁷⁰. Bunlardan ilki, ilgili pazarın tanımlanması ve hâkim durum tespiti süreçleri, bir diğeri birleşme devralmaların değerlendirilmesi süreci ve sonuncusu ise hâkim durumun kötüye kullanılıp kullanılmadığına ilişkin değerlendirmedir. Hâkim durumun kötüye kullanılması hem dışlayıcı hem de sömürücü kötüye kullanma kapsamında ele alınabilmektedir. Veri temelli dışlayıcı kötüye kullanma halleri kapsamında, genellikle veriye erişimde ayrımcılık, veri taşınabilirliğinin/birlikte işlerliğin engellenmesi ve verilerin birleştirilmesi gibi eylemler ile rakiplerin dışlanması veya giriş engellerinin oluşturulması incelenmektedir. Veri temelli sömürücü uygulamalarda ise genellikle gizlilik politikalarının ihlal edilmesi, tüketicinin aldığı hizmetin kalitesinin bu yolla düşürülmesi ya da mevcut hizmetlerden yararlanmak için daha fazla veri talep edilmesi incelenmektedir. Ancak yapılacak tüm bu değerlendirmelerde, verinin rekabet hukuku perspektifinden nasıl yorumlandığı belirleyici olmaktadır.
- (86) Rekabet hukuku kapsamında yapılacak kötüye kullanma değerlendirmelerinde genel olarak verinin iki farklı şekilde ele alınabileceği anlaşılmaktadır. İlk olarak gizlilik/mahremiyet (*privacy*) kavramı bir kalite unsuru veya rekabet parametresi olarak ele alınabilecek⁷¹ ve dolayısıyla veri toplanması/kullanımı süreçlerinde gizliliği azaltan uygulamalar, hizmet kalitesinde bir düşüş ve dolayısıyla tüketici refahında bir azalma olarak yorumlanabilecektir. Veri, ikinci olarak ve doktrinde de giderek daha fazla benimsenen haliyle, bir girdi olarak kabul edilebilecektir. Bu durumda, verinin toplanması, kullanılması ya da birleştirilmesi gibi hususlar pazar gücünün artırılması, pazara giriş engellerinin yaratılması, pazarda büyümenin engellenmesi veya tüketicilerin bir platforma kilitlenmesi gibi zarar teorileri altında ele alınabilecektir.
- (87) Verinin bir kalite unsuru olarak ele alındığı durumlarda rekabet hukuku ihlalleri daha ziyade sömürücü davranışlar kapsamında değerlendirilmektedir. Veri toplanması ve işlenmesi süreçlerindeki politikalar; KVKK'nın ihlali sonucunu doğurabilecek olmakla birlikte, aynı zamanda rekabet hukuku uygulaması bakımından da haksız sözleşme koşullarının uygulanması anlamına gelebilecektir. Söz konusu durum, aynı zamanda 4054 sayılı Kanun ile KVKK'nın kesiştiği bir müdahale alanını oluşturmakta, bununla birlikte her iki kanunun koruduğu menfaatin farklılaştığı anlaşılmaktadır. Ayrıca, KVKK'nın 3. maddesinin birinci fıkrası uyarınca kişisel veri, "*kimliği belirli veya belirlenebilir gerçek kişiye ilişkin her türlü bilgi*" olarak tanımlanmakta; KVKK bu anlamda sadece kişisel verilerin işlenmesine ilişkin süreçleri belirlemektedir. Bununla birlikte 4054 sayılı Kanun kapsamında kişisel verilere ilave olarak kişisel olmayan ancak bununla birlikte rekabete hassas olan diğer verilerin işlenmesi süreçlerinde ortaya çıkan kötüye kullanma hallerine de müdahale edilmektedir.
- (88) Bu çerçevede, rekabet hukuku bağlamında veri odaklı yaklaşımın doğal bir gereği olarak hangi verilerin rekabetçi bir endişeye konu olabileceğinin tespit edilebilmesi bakımından verilere ilişkin sınıflandırmaların önem arz ettiği düşünülmektedir. Öncelikle temel platform hizmetleri bakımından "kullanıcı verisi" kavramı ile "kişisel veri" kavramının her zaman örtüşmediğinin vurgulanmasında da fayda görülmektedir. Bu kapsamda ACCC tarafından hazırlanan Haziran 2019 tarihli dijital platformlara ilişkin nihai raporda, kullanıcı verilerinin; kişisel verilere ek olarak anonimleştirilmiş

⁷⁰ OECD (2016), "Big Data: Bringing Competition Policy To The Digital Era", s. 14-24.

⁷¹ OECD (2020), "Consumer Data Rights and Competition-Background Note", s. 5-6.

veriler ile toplulaştırılmış verileri de içerdği belirtilmiştir⁷². *Bundeskartellamt* ile Fransız Rekabet Otoritesinin “*Competition Law and Data*” isimli Mayıs 2016 tarihli ortak çalışmasında ise verinin sınıflandırılması bakımından, verinin türü ve toplanma yollarını da içeren üçlü bir ayırımın tercih edildiği görülmektedir. Buna göre veriler; (i) türüne, (ii) yapılandırılmış ve yapılandırılmamış olmasına, (iii) toplama yollarına göre üç gruba ayrılmaktadır⁷³.

(89) Komisyonun 2017 tarihli raporunda⁷⁴ ise verinin gönüllü sağlanan (*volunteered*) gözleme dayalı (*observed*), çıkarıma dayalı (*inferred*) şeklinde sınıflandırılabilirliği vurgulanmaktadır. Öte yandan Haziran 2020 tarihli OECD raporunda⁷⁵ da verilerin;

- Kullanıcı tarafından üretilen içerik,
- Faaliyet veya davranış verisi,
- Sosyal veri,
- Mekânsal/yerel veri,
- Nüfusa ilişkin veri,
- Resmi bir durumu tespit etmeye yarayan veri,
- Biyometrik veri

olarak sınıflandırıldığı görülmektedir.

(90) Bu bağlamda, kişisel verilerin yanı sıra dijital pazarlarda rekabet bakımından değer taşıyan tüm verilerin toplanmasına ilişkin süreçler; çok taraflı dijital piyasalarda faaliyet göstermenin ayrılmaz bir koşulu haline gelmiştir. Bu çerçevede, tüketicilerin/nihai kullanıcıların ilgili çevrim içi ürün veya hizmetten yararlanmasına imkân veren bir hukuki ilişkide, ilgili teşebbüs ile tüketici/kullanıcı arasında bulunan ciddi orantısızlık ya da bilgi asimetrisi; ilgili teşebbüslerce kullanıcı verisinin elde edilmesi ve kullanılması noktasında tüketicinin sömürülmesine yol açabilecek olup rekabet otoritelerinin müdahalesini gerekli kılacaktır. Dijital pazarlarda kullanıcıların genel olarak, ilgili pazarlarda faaliyet gösteren teşebbüsler karşısında, tam, eksiksiz ve teşebbüsüne denk bir bilgi seviyesine sahip olmadığı; ayrıca tekil kullanıcıların platform kuralları hakkında ilgili platform ile herhangi bir pazarlık yapmalarının da olanaklı olmadığı bilinmektedir. Bu aksaklıkların yanı sıra ilgili platformun genel işleyişine veya veri politikasına ilişkin kurallarının yeterince açık, şeffaf, anlaşılır olmaması da kullanıcıların kendi çıkarlarını koruyacak biçimde karar vermelerini zorlaştırmaktadır.

(91) Verinin girdi olarak kabul edildiği durumlarda ise ihlal daha ziyade dışlayıcı teoriler kapsamında incelenmektedir. Yukarıda da değinildiği üzere, günümüzde en önemli rekabet parametrelerinden biri haline gelen verinin işlenmesi, toplanması veya taşınması noktasında gerçekleştirilen eylemlerin, piyasadaki rekabeti sınırlaması ya da pazara giriş engelleri oluşturması da söz konusu olabilmektedir.

⁷² ACCC (2019), “Digital Platforms Inquiry - Final Report”, s. 407.

⁷³ Autorité De La Concurrence ve Bundeskartellamt (2016), “Competition Law and Data”, s. 36, https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Publikation/DE/Berichte/Big%20Data%20Papier.pdf;jsessionid=82804A84D0BF87D8E26D44AC0B1AD501.2_cid390?_blob=publicationFile&v=2, Erişim Tarihi: 17.10.2024.

⁷⁴ A.g.k.

⁷⁵ Consumer Data Rights and Competition - Background note, 10-12 Haziran 2020, s. 7-8, [https://one.oecd.org/document/DAF/COMP\(2020\)1/en/pdf](https://one.oecd.org/document/DAF/COMP(2020)1/en/pdf), Erişim Tarihi: 17.10.2024.

- (92) Büyük miktarda veri toplanması ve toplanan bu verilerin ticari amaçla kullanımı, doğrudan ve dolaylı şebeke etkilerinin varlığı nedeniyle, veri sahibine, rakiplerinin erişmesi mümkün olmayan bir avantaj sağlamaktadır. Teşebbüsler, daha fazla kullanıcı verisi topladıkça tüketici eğilimlerini daha iyi değerlendirebilmekte ve bu çerçevede hizmetlerini de geliştirebilmektedir. Ayrıca, bu teşebbüsler bakımından gelir elde etmenin en temel yöntemi olan çevrim içi reklamcılık hizmetlerinde, sahip olunan veri aracılığıyla çok daha hedefli reklamcılık hizmeti sunulabilmekte olup daha etkin bir reklam gösterimi sunarak pazara girmek isteyen oyuncular, ellerinde bu denli detaylı ve geniş bir veri seti olmadığından çevrim içi reklamcılık pazarında yeterince varlık gösterememekte, bu oyuncuların gelire ve dolayısıyla da pazarda büyüme fırsatına erişimleri sınırlanmaktadır. Zira tüketicilerden toplanan veriler sayesinde reklamlar, onları görüntüleyen kişilere ne kadar iyi hedeflenirse, o kadar çok reklam veren, reklam alanı için ödeme yapmaya istekli olmakta, bu şekilde tüketicilerin kişisel verileri çevrim içi platformlar için gelire dönüşmektedir⁷⁶.
- (93) Veri kaynaklı söz konusu endişelerin; veriye erişimde ayrımcılık, veri taşınabilirliğinin engellenmesi, veri birleştirme gibi çeşitli şekillerde ortaya çıkabileceği bilinmekle birlikte, mevcut dosyanın konusunu META tarafından kullanıma sunulan Threads ve Instagram uygulamalarından elde edilen verilerin ilgili uygulamalar arasında birleştirilmesi oluşturduğundan, devam eden bölümde veri birleştirmenin ve aşırı veri toplanmasının rekabet hukuku çerçevesinde nasıl ele alındığına detaylı bir biçimde yer verilecektir.

H.3.3. Veri Birleştirmenin Rekabet Hukuku Açısından Değerlendirilmesi

- (94) Veri birleştirmenin arka planında yer alan veri toplama eylemleri, rekabet hukuku anlamında sömürücü kötüye kullanma olarak “aşırı fiyat” ve/veya “haksız ticari koşullar” kapsamında değerlendirilebilmektedir. Verilerin birleştirilmesine yönelik olarak; tüketicilerin verileri üzerindeki kontrolü kaybetmesi veya yeterince bilgilendirilmeksizin verilerinin birleştirilmesi ya da tüketicilerden toplanan ve bu anlamda birleştirilen verilerin bünyesinde veri toplanan hizmetin gerekleri ile kıyaslandığında orantısız olması durumlarında tüketicilerin sömürülmesi şeklindeki kötüye kullanma davranışlarının ortaya çıkabildiği kabul edilmektedir.
- (95) Dijital platformların farklı hizmetlerinden veya üçüncü taraflardan topladıkları verileri birleştirmeleri konusu, dijital pazarlara yönelik düzenleme önerilerine de konu olmuştur. Bu kapsamda Komisyon tarafından 12.10.2022 tarihinde yayımlanan ve 01.11.2022 tarihi itibarıyla yürürlüğe giren dijital pazarları düzenlemeye yönelik hükümler barındıran Dijital Piyasalar Yasası’nda (*Digital Markets Act, DMA*)⁷⁷, geçit bekçisi (*gatekeeper*) niteliğini haiz olan teşebbüslerin veri birleştirme eylemlerine yönelik rekabet karşıtı endişelerin giderilebilmesi adına DMA’nın “*Geçit Bekçilerinin Yükümlülükleri*” başlığı altında bulunan 5. maddesinin birinci ve ikinci fıkrasında aşağıda yer alan düzenlemeye yer verildiği görülmektedir:

“1. Geçit bekçisi, Madde 3(9) uyarınca atama kararında listelenen temel platform hizmetlerinin her birine ilişkin olarak bu maddede belirtilen tüm yükümlülüklere uyacaktır.

⁷⁶ BUITEN M. C. (2020), “Exploitative Abuses in Digital Markets: Between Competition Law and Data Protection Law”, Journal of Antitrust Enforcement, Vol. 9, No: 2, s. 2, <https://academic.oup.com/antitrust/article-abstract/9/2/270/5903500?redirectedFrom=PDF>, Erişim Tarihi: 18.10.2024.

⁷⁷ Bkz. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32022R1925> Erişim Tarihi: 18.10.2024.

2. Geçit bekçisi aşağıdakilerden herhangi birini yapmayacaktır:

(a) geçit bekçisinin temel platform hizmetlerinden faydalanan üçüncü tarafların hizmetlerini kullanan son kullanıcıların kişisel verilerini çevrim içi reklam hizmetleri sağlamak amacıyla işlemek;

(b) ilgili temel platform hizmetinden alınan kişisel verileri diğer temel platform hizmetlerinden veya geçit bekçisi tarafından sağlanan diğer hizmetlerden alınan kişisel verilerle veya üçüncü taraf hizmetlerinden alınan kişisel verilerle birleştirmek;

(c) ilgili temel platform hizmetindeki kişisel verileri, diğer temel platform hizmetleri de dâhil olmak üzere geçit bekçisi tarafından ayrı olarak sağlanan diğer hizmetlerde çapraz olarak kullanımı ve bunun tersi; ve

(d) kişisel verileri birleştirmek için son kullanıcıları geçit bekçisinin diğer hizmetlerine kaydetmek,

son kullanıcıya belirli bir seçenek sunulmadığı ve (AB) 2016/679 sayılı Tüzüğün 4. Maddesinin (11) numaralı bendi ve 7. Maddesi kapsamında rıza göstermediği sürece.

Birinci alt paragrafın amaçları doğrultusunda verilen rızanın son kullanıcı tarafından reddedildiği veya geri çekildiği hallerde, geçit sağlayıcı aynı amaç için rıza talebini bir yıllık bir süre içerisinde birden fazla kez tekrarlayamaz.

Bu paragraf, eşik bekçisinin uygulanabilir olduğu hallerde 2016/679 sayılı Tüzüğün (AB) 6(1) maddesinin (c), (d) ve (e) bentlerine dayanma olasılığına hâlel getirmez.”

- (96) Söz konusu maddeye ilişkin olarak DMA Gerekçesi'nin 36. paragrafında (Recital 36) ise aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

“Geçit bekçileri genellikle son kullanıcılar üçüncü taraf internet sitelerini ve yazılım uygulamalarını kullandığında çevrim içi reklam hizmetleri sağlamak amacıyla son kullanıcıların kişisel verilerini doğrudan toplar. Üçüncü taraflar ayrıca, özel hedef kitleler gibi temel platform hizmetleri bağlamında geçit bekçileri tarafından sağlanan belirli hizmetlerden faydalanmak için geçit bekçilerine son kullanıcılarının kişisel verilerini sağlar. Temel platform hizmetlerini kullanan üçüncü tarafların kişisel verilerinin çevrim içi reklamcılık hizmetleri sağlamak amacıyla işlenmesi, veri birikimi açısından eşik bekçilerine potansiyel avantajlar sağlamakta ve böylece giriş engellerini artırmaktadır. Bunun nedeni, geçit bekçilerinin diğer teşebbüslere kıyasla çok daha fazla sayıda üçüncü tarafın kişisel verilerini işlemesidir.

(...)

Geçit bekçilerinin temel platform hizmetlerinin rekabet edebilirliğine haksız bir şekilde zarar vermemesini sağlamak için, geçit bekçileri, daha az kişiselleştirilmiş ancak eşdeğer bir alternatif sunarak ve temel platform hizmetinin veya belirli işlevlerinin kullanımını son kullanıcının rızasına bağlı kılmadan, son kullanıcıların bu tür veri işleme ve oturum açma uygulamalarına katılmayı özgürce seçmelerine olanak sağlamalıdır.

(...)”

- (97) DMA Gerekçesi'nin 37. paragrafında (Recital 37) ise aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

“Daha az kişiselleştirilmiş alternatif, onay veren son kullanıcılara sağlanan hizmete kıyasla farklı veya düşük kalitede olmamalıdır; ancak kalite düşüklüğü, geçit

bekçisinin söz konusu kişisel verileri işleyememesinin veya son kullanıcıları bir hizmete dâhil edememesinin doğrudan bir sonucu değildir. Rıza vermemek, rıza vermekten daha zor olmamalıdır. Geçit bekçisi rıza talep ettiğinde, son kullanıcıya açık, net ve anlaşılır bir şekilde onay vermesi, değiştirmesi veya geri çekmesi için proaktif olarak kullanıcı dostu bir çözüm sunulmalıdır. Özellikle rıza, (AB) 2016/679 sayılı Tüzükte tanımlandığı üzere, son kullanıcı tarafından özgürce verilmiş, spesifik, bilgilendirilmiş ve açık bir onay göstergesi oluşturan açık bir olumlu eylem veya beyanla verilmelidir. Onay verme sırasında ve yalnızca uygulanabilir olduğu durumlarda, son kullanıcı, onay vermemenin daha az kişiselleştirilmiş bir teklife yol açabileceği, ancak aksi takdirde temel platform hizmetinin değişmeden kalacağı ve hiçbir işlevin bastırılmayacağı konusunda bilgilendirilmelidir.

(...)

Son olarak, rızayı vermek kadar geri çekmek de kolay olmalıdır. Geçit bekçileri, çevrim içi arayüzlerini son kullanıcıların özgürce rıza verme kabiliyetlerini aldatacak, manipüle edecek veya başka bir şekilde maddi olarak bozacak veya zayıflatacak şekilde tasarlamamalı, düzenlememeli veya işletmemelidir. Özellikle, geçit bekçilerinin son kullanıcılardan, başlangıçta onay vermedikleri veya onaylarını geri çektikleri aynı işleme amacı için yılda bir kereden fazla onay vermelerini istemelerine izin verilmemelidir.

(...)”

- (98) DMA’nın yukarıda yer verilen maddesi ile geçit bekçisi⁷⁸ olarak nitelendirilen teşebbüslerin sağladıkları temel platform hizmetlerinden elde ettiği kişisel verileri ve üçüncü taraf hizmetlerden elde ettiği kişisel verileri birleştirmesinin yasaklandığı anlaşılmaktadır. Bunun yanı sıra madde içeriğinden ve gerekçesinden kullanıcılardan 2016/679 sayılı Genel Veri Koruma Tüzüğü (*General Data Protection Regulation*, GDPR) hükümlerine uygun şekilde rıza alınması⁷⁹ ve kullanıcıya bu tür uygulamaları gerçekleştirmeden hizmet sağlanacak bir alternatif sunulması bu yasağın istisnalarını oluşturmaktadır. Zira aksi takdirde kullanıcının hizmeti alma veya terk etme durumu (*take it or leave it*) gündeme gelmekte ve bu durum da bir seçim niteliği taşımamaktadır.
- (99) Bu noktada DMA kapsamında getirilen düzenlemelere benzer bir düzenlemenin Almanya’da da hayata geçirildiği belirtilmelidir. Bu kapsamda, GWB’de gerçekleştirilen ve 19.01.2021 tarihinde yürürlüğe giren 10. değişiklik ile “pazarlar arası rekabet için olağanüstü önemli teşebbüsler”in (*paramount significance for competition across markets*) bazı eylemleri yasaklanmakta olup bu bağlamda, GWB’nin 19a bölümünün ikinci maddesinin dördüncü fıkrasının (a) bendinde aşağıdaki yasaklamaya yer verilmiştir:

“Teşebbüs tarafından toplanan rekabetle ilgili verileri işleyerek veya bu tür bir veri işlemeye izin veren şart ve koşullar talep etmek suretiyle pazara giriş engelleri oluşturmak ya da pazara giriş engellerini önemli ölçüde artırmak veya başka suretle diğer teşebbüsleri engellemek ve özellikle

⁷⁸ META, Komisyonun C(2023) 6105 sayılı ve 05.09.2023 tarihli kararıyla altı temel platform hizmetinde geçit bekçisi olarak belirlenmiştir: Çevrim içi sosyal ağ hizmetleri (Facebook ve Instagram), çevrim içi reklamcılık hizmetleri (META Ads), numaradan bağımsız iletişim hizmetleri (WhatsApp ve Messenger), çevrim içi aracılık hizmetleri (META Marketplace).

⁷⁹ GDPR’nin dördüncü maddesinin 11. fıkrasına göre rıza; bir beyan ve açık bir olumlu eylem yoluyla, kişinin kendisiyle ilgili kişisel verilerin işlenmesine ilişkin anlaşmayı özgürce, belirli bilgilendirilmiş ve açık bir şekilde ifade etmesidir.

a) Kullanıcılara bu tür verilerin işlenip işlenmeyeceği, nasıl ve hangi amaçla işleneceği konusunda yeterli seçenek sunmaksızın, hizmetlerin kullanımını, kullanıcıların ilgili teşebbüsün diğer hizmetlerinden ya da üçüncü taraf bir sağlayıcıdan gelen verilerin işlenmesini kabul etmeleri koşuluna bağlamak”

- (100) Almanya yanında DMA'nın yansıması olarak dünyada pek çok rekabet otoritesi son dönemlerde, artan şekilde, dijital piyasalarda rekabet hukukuna ek düzenlemelere ihtiyaç olduğunu ortaya koyan çalışmalarda bulunmakta ve dijital pazarlardaki rekabeti öncül şekilde tesis edici ve koruyucu düzenlemeleri hayata geçirmektedir. Bu kapsamda Birleşik Krallık, Avustralya, ABD, Japonya, Güney Kore, Çin gibi ülkelerde de dijital piyasaların düzenlenmesi ihtiyacına paralel olarak birtakım kurallar yürürlüğe konulmuştur. Söz konusu otoritelerce yürürlüğe konulan kurallar, pazardaki rekabetin sağlıklı bir şekilde işlemesi amacıyla, ilgili pazarlarda belirli bir güce sahip dijital platformların farklı hizmetlerinden ve üçüncü taraflardan elde ettikleri verileri birleştirmelerinin önüne geçmektedir. Söz konusu kuralların arka planında ise veri birleştirmenin pazara giriş engelleri yaratması veya mevcut engelleri artırması ya da pazar gücüne sahip olunan hizmetler vasıtasıyla elde edinilen verilerin farklı pazarlarda, rekabet üzerinde olumsuz etki yaratacak şekilde kullanılması, eş deyişle; kaldıraç etkileri gibi dışlayıcı rekabet hukuku endişelerinin yanı sıra, tüketicinin özgür seçim yapmasının engellenmesi gibi sömürücü rekabet hukuku endişeleri de bulunmaktadır.
- (101) Tüm bu açıklamalar ve değerlendirmeler neticesinde; veri birleştirmenin ve veri toplanması süreçlerindeki eylemlerin, rekabet hukuku bakımından hem dışlayıcı hem de sömürücü zarar teorileri çerçevesinde değerlendirilmesinin mümkün olduğu kanaatine ulaşılmıştır.
- (102) Aşağıda, veri birleştirme eylemi ile ortaya çıkabilecek olan olası kötüye kullanma halleri detaylı bir biçimde ele alınmıştır.

H.3.3.1. Veri Birleştirmenin Sömürücü Kötüye Kullanma Olarak Değerlendirilmesi

- (103) Sömürücü kötüye kullanma olarak kabul edilebilecek veri birleştirme eylemleri kaynaklı endişelerden ilki, bu süreçte tüketicilerin gizlilik korumasının zayıflatılmasıdır. Eş deyişle, sıfır fiyatlı (*zero pricing*) piyasalarda, hâkim durumdaki firmaların, tüketicilerin gizliliğine zarar vererek pazardaki güçlerini kötüye kullanabilmeleri mümkündür⁸⁰. Böylelikle, tüketicilerin gizliliğinin ihlal edilmesinden ötürü hizmetin kalitesinde bir düşüş meydana geldiği kabul edilmektedir⁸¹. Yukarıda da belirtildiği üzere, tüketicilerin değer verdiği fiyat dışı parametreler arasında; müşteri hizmetleri, yenilikçilik, kalite ve pazardaki çeşitlilik gibi hususlar sayılabilecektir. Bu bakımdan gizliliğin korunması kalitenin bir boyutu olarak görülebileceği gibi başlı başına fiyat dışı bir parametre olarak da kabul edilebilecektir. Bu kapsamda, hâkim durumdaki platformun, bu politikalarda tek taraflı bir değişikliği nihai tüketicilere dikte etmek suretiyle bir çevrim içi hizmetin kalitesini düşürmesi “haksız ticari koşullar” kapsamında incelenebilmektedir⁸².

⁸⁰ BUITEN M. C., (2020), “Exploitative Abuses in Digital Markets: Between Competition Law and Data Protection Law”, Journal of Antitrust Enforcement, Vol. 9, No: 2, s. 1-2.

⁸¹ Stigler Center Report, Committee for the Study of Digital Platforms Market Structure and Antitrust Subcommittee Report, <https://research.chicagobooth.edu/-/media/research/stigler/pdfs/market-structure-report.pdf?la=en&hash=E08C7C9AA7367F2D612DE24F814074BA43CAED8C>, s. 44, Erişim Tarihi: 18.10.2024.

⁸² BOTTA M. ve WIEDEMANN K. (2019), “Exploitative Conducts in Digital Markets: Time for a Discussion after the Facebook Decision”, s. 466, <https://academic.oup.com/jeclap/article/10/8/465/5644110>, Erişim Tarihi: 18.10.2024.

- (104) Kullanıcılar, çoğu zaman çevrim içi bir “kabul et ya da terk et (*take it or leave it*)” zorlaması kaynaklı kilitlenme etkisiyle karşı karşıya kalmaktadır. Eş deyişle, kullanıcılar, çevrim içi platformu kullanmak için platforma verilerini vermek veya aksi halde platformu kullanmadan terk etmek zorunda bırakılmaktadırlar. Bununla birlikte çevrim içi platformlar, genellikle kullanıcılara gizlilik hususunda gerçekte vaat ettikleri korumayı da sağlamamaktadır. Ancak çelişkili bir şekilde, tüketiciler, gerçek gizlilik ihtiyaçlarını karşılamayan hizmetleri kullanmaktan vazgeçmemektedir⁸³. Kullanıcılar, genellikle yaygın olarak kullanılan bazı dijital hizmet sağlayıcılarını yok sayamadıkları için gizlilik ile ilgili sorunlarda gerçekten söz sahibi olamamakta⁸⁴ veya bu sorunlara karşı umursamaz bir tavır takınabilmektedirler.
- (105) Bu aşamada, gizlilik ile ilgili bahse konu sorunların giderilmesi bakımından, şeffaflığın artırılması bir çözüm yolu olabilecektir. Bu çerçevede, pazarda kullanılan ve tüketicilere yönelen kullanım ve gizlilik hüküm ve koşulları şeffafsa, tüketiciler aynı ürün/hizmetin fiyatları bakımından yaptıkları gibi, hüküm ve koşulları da birbirleriyle karşılaştırarak en uygun olanı seçme imkânına sahip olabileceklerdir. Bu durum, rekabetçi bir pazardaki teşebbüsleri, daha fazla müşteri çekmek için daha iyi, şeffaf ve seçenek içeren hüküm ve koşullar sunmaya teşvik edebilecektir. Ancak, tüketiciler, bahse konu hüküm ve koşulları okumaz veya anlamazsa, teşebbüslerin daha tüketici dostu şartlar ve koşullar sunma yönündeki motivasyonu da ortadan kalkacaktır. Özellikle, tüketici dostu koşullar sunmanın, teşebbüsler için genellikle daha maliyetli olduğu göz önüne alındığında (örneğin; kullanıcıların, kişisel verilerinin ticari satışını sınırlamaları durumu) rasyonel teşebbüslerin, bilgisiz veya habersiz tüketicilere daha iyi şartlar ve koşullar sunması olası olmayacaktır⁸⁵. Bundeskartellamt’ın *Facebook* kararında da belirtildiği gibi⁸⁶; tüketiciler, META’nın veri toplama uygulamalarının farkında olmadıklarında, rakipler arasındaki tercihlerini eksik bilgiye dayanmak suretiyle gerçekleştireceklerdir. Sonuç olarak, rakipler daha fazla kullanıcı çekemedikleri için veri toplama suretiyle elde ettikleri gelirlerini kaybedecek veya elde edebileceği gelirlerden mahrum kalacak ve tüketicilere daha iyi şartlar sunmak için daha az güdüye ve kaynağa sahip olacaklardır.
- (106) Diğer taraftan bu durumda rakiplerin, gizlilik dostu hüküm ve koşullarını vurgulayarak bu bilgi asimetrisinin üstesinden gelmeye ve kullanıcı çekmeye çalışacakları ileri sürülebilecektir. Örneğin; rakipler, kendi sosyal ağlarını gizlilik dostu bir hizmet olarak tanıtabilir, hatta potansiyel olarak tüketicilerden, verilerinin korunduğu ilgili hizmet karşılığında aylık bir ücret ödemelerini bile isteyebilirler. Bununla birlikte, pratikte teşebbüslerin, kullanıcılara gizlilik dostu olduklarını iletmelerinin zor olduğu da kanıtlanmıştır. Şifrelenmiş mesajlaşma uygulaması *Threema* veya kendi pazarlarında yalnızca marjinal bir başarı elde eden gizlilik dostu arama motoru *DuckDuckGo* gibi örnekler, kullanıcıları *Facebook*, *WhatsApp* ve *Google* gibi veri açısından zengin yerleşik teşebbüslerden uzaklaşmaya ikna etmenin zor olduğunu göstermektedir⁸⁷.

⁸³ BOTTA M. ve WIEDEMANN K. (2019), “Exploitative Conducts in Digital Markets: Time for a Discussion after the Facebook Decision”, s. 472.

⁸⁴ GORMSEN L. L. ve LLANOS T. J. (2019), “Facebook’s Anticompetitive Lean in Strategies”, s. 51-52, https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3400204, Erişim Tarihi: 18.10.2024; ROBERTSON V. (2019), “Excessive Data Collection: Privacy Considerations and Abuse of Dominance in the Era of Big Data”, s. 5, https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3408971, Erişim Tarihi: 18.10.2024.

⁸⁵ A.g.k., s. 12.

⁸⁶ Bundeskartellamt, Decision B6-22/16.

⁸⁷ ROBERTSON V. (2019).

- (107) Bunun nedenleri; ağ etkilerinin, tüketicilerin daha gizlilik dostu alternatiflere geçmesini engellemesi, eş deyişle, ağ etkilerinin, tüketicilerin güvenlik endişelerinden daha güçlü olması veya tüketicilerin, daha fazla veri toplayan hizmetleri daha kaliteli olarak görmesi ve/veya bu hizmetlerin tüketicilere, gizlilik kaybına oranla daha ağır basan ek faydalar sunması olabilecektir. Diğer bir neden ise tüketicilerin gizliliğe değer verdiklerini belirtmelerine rağmen buna uygun hareket etmediklerini ifade eden “gizlilik paradoksu” olabilecektir. Bu durum, gizliliğin tüketiciler için bir kalite boyutu olduğunu ortaya koymaktadır. Bu bağlamda, gizliliğin tüketici refahına katkıda bulunduğu konusunda bir fikir birliği olsa dahi bahse konu gizliliğin ölçülmesi zorlaşmaktadır. Sonuç olarak, tüketicilerin büyük miktarlarda kişisel veri toplayan hizmetleri seçmelerinin nedeni ne olursa olsun, rekabet hukuku ve veri koruma hukukunun, dijital pazarlarda tüketicilerin gizliliğini korumada faaliyetlerini koordine etmesi ve işbirliği yapmasının önem arz ettiği değerlendirilmektedir⁸⁸.
- (108) Veri toplama süreçlerinde ortaya çıkabilecek bir diğer sömürücü endişe ise kullanıcı verilerinin, hizmetle orantısız bir biçimde toplanması ya da hizmetin gereği olmayan verilerin talep edilmesidir. Bahse konu davranış, eş deyişle, platformların bir çevrim içi hizmete “ücretsiz” erişim karşılığında nihai tüketicilerden sağlamalarını talep ettiği aşırı miktarda kişisel veri; “aşırı fiyat” biçimini alabilmektedir⁸⁹. Veri, genellikle dijital çağın yeni para birimi olarak kabul edildiğinden, içtihatla belirlenen aşırı fiyat kriterlerinin aşırı veri toplanmasıyla karşılandığı durumlarda, bu şekilde bir benzerliğin kurulabileceği ileri sürülmektedir^{90,91}.
- (109) Bunun yanında sömürücü uygulamalar aynı zamanda “adil olmayan ticari koşulların dayatılmasını” da kapsamaktadır. Bu çerçevede, aşırı veri toplanması, gizlilik ve veri toplama politikalarına ilişkin diğer uygulamalar ile birlikte haksız ticari koşullar altında da incelenebilecektir. Haksız ticari koşullar, veri kullanım politikasının makul olmayan bir şekilde genişletilmesi veya hâkim durumdaki bir teşebbüsün, gizlilik korumasının düşük olması ve bu yolla ürün kalitesinin düşürülmesi durumlarında da geçerli olabilecektir⁹². Eş deyişle, bu noktada, toplanan verilerin miktarı değil, verilerin nasıl işlendiği, veriye kimlerin eriştiği ve “hizmet için veri” sözleşmesinin ne kadar şeffaf olduğu gibi sorular önem kazanmaktadır⁹³.
- (110) Bu noktada, veri birleştirilmesinin, aşırı veri toplanması ya da tüketicilere haksız sözleşme şartları dayatılması kapsamında değerlendirildiği kararların sayısının oldukça sınırlı olduğu da belirtilmelidir. Bununla birlikte bu durumun hâlihazırdaki örneği olan Bundeskartellamt’ın *Facebook* kararının⁹⁴ önemli bir karar olduğu değerlendirilmektedir. Karar, dijital bir platformun hâkim durumunu sömürücü şekilde

⁸⁸ A.g.k., s. 17-19.

⁸⁹ BOTTA M. ve WIEDEMANN K. (2019), “Exploitative Conducts in Digital Markets: Time for a Discussion after the Facebook Decision”, s. 466.

⁹⁰ ROBERTSON V. (2019), s. 9.

⁹¹ Teorik olarak orantısız ya da aşırı veri toplanmasının “aşırı fiyat” çerçevesinde incelenmesi mümkün olmakla birlikte, pratik olarak bu değerlendirmeyi yapmak birtakım sorunları da beraberinde getirmektedir. İşbu dosya kapsamında ele alınan iddiadan uzaklaşmamak adına bu aşamada söz konusu değerlendirme hakkında ilave açıklama yapılma gereği görülmemiştir.

⁹² ROBERTSON V. (2019), s. 13.

⁹³ BOTTA M. ve WIEDEMANN K. (2019), “Exploitative Conducts in Digital Markets: Time for a Discussion after the Facebook Decision”, s. 469.

⁹⁴ Bundeskartellamt, Decision B6-22/16.

kötüye kullandığını tespit eden bir karar olması bakımından önem arz etmektedir⁹⁵. Bununla birlikte karara yönelik olarak literatürde öne sürülen birtakım eleştiriler de bulunmaktadır. Bu bağlamda, Alman Yüksek Mahkemesi'nin de belirttiği üzere, teşebbüsün hâkim durumu ile kötüye kullanma davranışı arasında sıkı bir nedensellik ilişkisi kurulması gerekmektedir. Eş deyişle söz konusu karar, kullanıcıların bilgisizliğinden kaynaklanan tüketici zararı ile META'nın hâkim durumunu sömürücü bir biçimde kötüye kullanmasından kaynaklanan zararı ayırmakta yetersiz kalması sebebiyle eleştirilmektedir.

H.3.3.2. Veri Birleştirmenin Dışlayıcı Kötüye Kullanma Olarak Değerlendirilmesi

- (110) Veri birleştirmenin dışlayıcı etkiler bağlamında zarar teorisi esasında, veriye dayalı iş modeli ile ilişkilendirilmektedir. Daha önce de belirtildiği üzere, veri, çevrim içi reklamcılık için kritik bir girdi niteliğindedir. Dijital platformlar bir taraftan hizmetlerini kullanıcılara genellikle ücretsiz sunarken, diğer taraftan reklam verenlere envanter sağlayarak gelir elde etmeye çalışmaktadır. Bu envanterin değeri; daha iyi hedefleme sağlayan, ölçümlemeyi iyileştiren ve görüntülenen reklamların hedeflenen tüketiciler ile ilişkilendirilmesini destekleyen verilerle artırılabilir⁹⁶. Bu kapsamda bahse konu iş modelinin; kullanıcıların dikkatini çeken bir içerik sunmak suretiyle kullanıcıları platformu kullanmaya teşvik etmeye, akabinde kullanıcılar hakkında veri toplamaya ve söz konusu veri setlerini çevrim içi reklamcılıkta kullanarak gelir elde etmeye dayandığı söylenebilecektir. Bununla birlikte, dijital pazarlarda ve özellikle çevrim içi platform hizmeti sağlayan birçok firmanın iş modelinde merkezi bir role sahip olan verinin büyük miktarlarda toplanması ve toplanan bu verinin ticari amaçla kullanımı, teşebbüslere rakiplerine göre rekabetçi avantaj sağlayabilmektedir. Zira doğrudan ve dolaylı şebeke etkilerinin varlığı nedeniyle veri, sahibine, başka teşebbüslerin erişemeyeceği fırsatlar sunarak piyasaya yeni girişleri engelleyebilmekte ve pazarı yerleşik teşebbüs lehine kapatabilmektedir. Dolayısıyla veriyi toplayan ve toplulaştıran hâkim durumdaki firmalar, bu konumlarını güçlendirebilmektedir, çünkü ne kadar çok veri toplayıp analiz edebilirlerse, o kadar çok yönlü kullanıcı profiline sahip olabilmekte ve o kadar iyi ürünler ve reklamlar sunabilmektedirler. Buna mukabil olarak da ne kadar kullanıcı çekebilirlerse, o kadar çok veri toplayıp işleyebilmektedirler⁹⁷.
- (111) Dijital platformların genellikle birbirini tamamlayan ürün ve hizmetlerden oluşan ekosistemler olmaları, bir faaliyetleri kapsamında elde ettikleri kullanıcı verilerini diğer faaliyetlerinin yürütülmesi esnasında da kullanmalarını sağlamaktadır. Bu durum bir taraftan, kullanıcıların daha kişiselleştirilmiş hizmet almalarını sağlamasından ötürü faydalı olarak nitelendirilmekte, ancak diğer taraftan platformdan hizmet alanları gitgide platforma bağımlı hale getirmesi nedeniyle pazarın kayma riskini de beraberinde getirmektedir. Dolayısıyla rekabet hukuku uygulaması bakımından iki durum arasındaki dengenin gözetilmesi ve piyasadaki rekabetçi yapının korunması önem arz etmektedir.

⁹⁵ META'nın hizmet koşullarını kullanıcılarına dayatması ve sonrasında verileri, kullanıcının kontrolünde olmaksızın GDPR hükümlerine aykırı kullanması şeklindeki davranışlarının "sömürücü işletme şartları" (*exploitative business terms*) olarak adlandırdığı anlaşılmaktadır.

⁹⁶ CMA ve ICO (2021), "Competition and Data Protection in Digital Markets: A Joint Statement between the CMA and the ICO", s. 8, https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/987358/Joint_CMA_ICO_Public_statement_-_final_V2_180521.pdf, Erişim Tarihi: 18.10.2024.

⁹⁷ COLANGELO G. ve M. MAGGIOLINO (2018), "Data Accumulation and the Privacy-Antitrust Interface: Insights from the Facebook Case for the EU and the U.S.", TTLF Working Paper, No 31/2018, s. 39-40.

- (112) Ayrıca, literatürde sıklıkla, söz konusu veri gücünün, pazara giriş engeli yaratabileceğinden de bahsedilmektedir. Bu kapsamda, verinin rakipsiz doğası ve kaynaklarının bol olması nedeniyle pazara giriş engeli oluşmayacağına ilişkin görüşler de bulunmakla birlikte⁹⁸, hâkim durumdaki bir teşebbüsün alternatif kaynaklardan topladığı miktar ve çeşitlikte verinin rakip teşebbüslerce de elde edilmesinin mümkün olup olmadığının bu değerlendirmede önem kazandığı değerlendirilmektedir. OECD çalışmalarında da kişisel verilerin hacimli birikimi ya da veri analizinin yoğun biçimde kullanılmasının pazar gücünü arttırabileceği, tüketiciler üzerinde kilitlenme etkisi yaratabileceği ve giriş engellerini arttırabileceği ifade edilmekte ve bu değerlendirmelerde verinin tekrar üretilebilir olup olmadığı, başka kaynaklardan elde edilip edilemeyeceği, diğer veri setleri ile ikame edilip edilemeyeceği, ne sürede geçmiş veri niteliği kazandığı ve potansiyel rakipler için pazara girişte ne kadar gerekli olduğu gibi hususların değerlendirilebileceği belirtilmektedir⁹⁹.
- (113) Bunun yanı sıra, teorik olarak her teşebbüs, “üçüncü taraf verilerini” satın alabilse de pazarda yerleşik teşebbüslerin veri setinin miktarı, çeşitliliği ve kalitesi nedeniyle yerleşik teşebbüslerin sahip olduğu veri hazinesine eş değer bir nitelikte ulaşılması mümkün olmayabilmektedir. Bu durum özellikle, arama motorları veya sosyal ağlar gibi geniş bir kullanıcı tabanına ücretsiz ve ilgi çekici hizmetlerin sunulduğu, karşılığında da rakipler tarafından erişebilir olmayan büyük hacimli verilerin üretildiği sektörlerde geçerli olabilmektedir¹⁰⁰. Büyük verinin kendisi kadar veri işleme yeteneğine sahip olunması da önem arz etmektedir. Çok çeşitli verileri içeren büyük hacimli veri setlerinin zamanında toplanabilmesi ve analiz edilebilmesi yeteneği de bahse konu pazarlar bakımından kritik bir nitelik arz edebilecektir. Kişisel verilerin toplanması konusunda daha temkinli davranan Myspace’in büyük veri konusunda başarılı bir strateji uygulayamadığı kabul edilmektedir¹⁰¹.
- (114) Bu doğrultuda öncelikle Fransız Rekabet Otoritesinin genel rehber niteliğindeki 2010 tarihli görüşünün, mevcut dosya bakımından önemli olabileceği değerlendirilmektedir. İlgili görüşte, aynı ekonomik bütünlük içerisinde verilerin çapraz kullanımının, bir başka deyişle teşebbüsün belirli bir pazardaki müşterilerinden elde ettiği veri setlerini başka bir pazardaki faaliyetlerini geliştirmek için girdi olarak kullanmasının rekabetin kısıtlanması sonucunu doğurup doğurmayacağı değerlendirilirken; (i) veri setinin hangi koşullar altında oluşturulduğu, (ii) ilgili veri setinin rakipler tarafından makul koşullar altında eşleştirilip eşleştirilemeyeceği ve (iii) veri setinin teşebbüse önemli bir rekabetçi avantaj sağlamasının muhtemel olup olmadığı kriterlerinin dikkate alınabileceği belirtilmektedir¹⁰².
- (115) Dijital pazarlardaki verilerin birleştirilmesine ilişkin kararlara bakıldığında ise Bundeskartellamt’ın daha önce ifade edilen ve sömürücü kötüye kullanma üzerine inşa edilmiş olan Facebook kararında, META’nın veri işleme koşullarının rakipleri aleyhine yarattığı fiili ve potansiyel etkilere de dikkat çekildiği görülmektedir. Kararda yer alan

⁹⁸ Fransız Rekabet Otoritesi ile Bundeskartellamt’ın ortak raporunda verinin bulunabilirliğine ilişkin üç unsurun belirleyici olduğu ifade edilmekte ve bu unsurlar; (i) *Non-rivalrous* olması, bir başka deyişle, piyasa aktörünün diğer teşebbüsleri aynı veriyi toplama konusunda engellememesi, (ii) veri komisyoncularının (*data broker*) varlığı ve (iii) dijital pazarların veri toplamaya eğilimli olması ve bunun da verinin bulunabilirliğini artırması olarak sayılmaktadır. Bkz. Autorité De La Concurrence ve Bundeskartellamt (2016), “Competition Law and Data”, s. 36.

⁹⁹ OECD (2016), “Big Data: Bringing Competition Policy To The Digital Era”, s. 4.

¹⁰⁰ Autorité De La Concurrence ve Bundeskartellamt (2016), s. 12.

¹⁰¹ BOUTIN, X. ve CLEMENS, G. (2017), “Defining Big Data in Antitrust”, https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2938397, Erişim Tarihi: 19.10.2024.

¹⁰² Autorité De La Concurrence ve Bundeskartellamt (2016), “Competition Law and Data”, s.31.

değerlendirmelere göre; eklentiler (*social plugins*), *Facebook Login* ve ölçüm-analiz ürünleri için arayüz gibi araçlarla potansiyel reklam müşterilerinin kullanıcı verilerine erişim sağlayan veri işleme koşulları nedeniyle pazar gücünün aktarılması oldukça şiddetlidir, çünkü bu kapsamda elde edilen veriler META'nın üçüncü taraflara, özellikle kullanıcılarına, hedefli reklamlar şeklinde cazip teklifler sunmasına imkân tanımaktadır. Söz konusu durum, *Whatsapp* ve *Instagram* başta olmak üzere META'nın kendi hizmetlerinden toplanan verilerin işlenmesi için de geçerlidir. Zira hizmetlerin, birbiriyle ilişkili işlevler aracılığıyla fiili entegrasyonu ve paylaşılan kullanıcı hesapları; pazar gücünün bu hizmetlerin faaliyette bulunduğu pazarlara aktarılması riskini barındırmaktadır. Örneğin; *WhatsApp*, mesajlaşma hizmetleri pazarında zaten güçlü bir konumda iken *WhatsApp*'ın Facebook'la daha fazla entegre olması pazar gücünü daha da artırabilecektir. *WhatsApp* ve *Instagram*'ın doğrudan ağ etkileri ile karakterize olması ve veri işlemenin tutarlı bir kişiselleştirme sunması da ayrıca kullanıcıların rakiplere geçişini zorlaştırmaktadır. Kararda bu bağlamda, *Instagram* ve *Snapchat* arasındaki rekabete dikkat çekilmekte olup *Instagram*'ın *Facebook* ile birlikte ürün deneyimini standartlaştırma noktasında büyük bir avantaja sahip olduğu ve kullanıcıların rakiplere geçiş yapmasını zorlaştırdığı belirtilmektedir.

- (116) Kararda dışlayıcı etkiler noktasında belirtilen bir diğer husus META'nın veri işleme politikasının, sosyal ağlar pazarında, potansiyel rakipler için pazara giriş engellerinin artmasına yol açıyor olmasıdır. Zira sosyal ağların, kullanıcılar hakkında ayrıntılı bilgi sahibi olmaları, META'nın sunmak istediği reklam türünü hedeflemelerine neden olmakta ve sosyal ağlar bu nedenle, mümkün olduğunca çok veri toplamaya çalışmaktadır. Bu çerçevede, META'nın rekabetle ilgili verilere mükemmel erişimi nedeniyle hâlihazırda sahip olduğu avantaj, kullanıcı hesaplarına diğer kaynaklardan gelen verilerin yasa dışı işlenmesiyle daha da genişletilmekte ve doğrudan ağ etkileri nedeniyle pazara girişin önünde hâlihazırda mevcut olan engelleri daha da artırmaktadır¹⁰³. Kararın temyiz sürecinde, Federal Adalet Divanı tarafından da veriye erişimin; gerek sosyal ağlar gerekse de çevrim içi reklamcılık pazarı açısından önemli bir rekabet parametresi olduğu, META'nın daha büyük bir veri tabanına erişiminin zaten mevcut olan kilitlenme etkisini artırdığı, ayrıca verilerin kapsamına ve kalitesine bağlı olan reklamcılık faaliyetlerinden elde edilen kârın sosyal ağı finanse etme olanaklarını geliştirdiği, en nihayetinde META'nın eylemlerinin, gerek sosyal ağlar gerekse de çevrim içi reklamcılık pazarını etkilediği ifade edilmiş olup META'nın eylemlerinin hâkim durumun kötüye kullanılması halini teşkil ettiği sonucuna varılmıştır¹⁰⁴.
- (117) Aynı ekonomik bütünlük içerisinde veri paylaşılmasının yaratabileceği endişeler kapsamında CMA tarafından da Komisyona benzer şekilde, META'nın çevrim içi reklamcılık hizmetleri kapsamında topladığı ve oturum açmada edildiği verileri Facebook Marketplace ve Facebook Dating hizmetlerinde rakiplerine karşı haksız bir avantaj oluşturacak şekilde kullanıp kullanmadığı hususunu tespit etmek üzere Haziran 2021'de bir soruşturma başlatılmıştır. Soruşturma 03.11.2023'te META'nın çevrim içi görüntülü reklamcılık hizmetleri aracılığıyla elde ettiği verilerin kullanımına ilişkin sunduğu taahhütlerin kabul edilmesiyle sonuçlandırılmıştır¹⁰⁵. Kabul edilen taahhütler özetle; i) META'nın, Facebook Marketplace'in işleyişinde ve ürün

¹⁰³ Bundeskartellamt, B6-22/16, para. 885-888.

¹⁰⁴ Bkz. https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Publikation/EN/Pressemitteilungen/2020/23_06_2020_BGH_Facebook.pdf?__blob=publicationFile&v=2, Erişim Tarihi: 19.10.2024.

¹⁰⁵ Bkz. https://assets.publishing.service.gov.uk/media/6543a5b7d36c910012935c7a/Meta_Final_Co_mmitments_Decision_final.pdf, Erişim Tarihi: 19.10.2024.

tasarımının, düzeninin, işlevselliğinin geliştirilmesinde ve/veya iyileştirilmesinde belirli rakip reklam verilerinin kullanılmasını önlemek için teknik sistemler uygulaması, ii) META'nın reklam veren müşterilerinden çevrim içi reklamcılık hizmetlerinin sağlanması amacıyla topladığı verileri söz konusu ürün veya hizmetlerle rekabet eden META ürünlerini geliştirmek veya iyileştirmek için kullanmaktan kaçınması, iii) Her iki unsurla ilgili olarak META'nın söz konusu alanlarda görevli çalışanları için belirli uyumluluk süreçleri geliştirmesi (zorunlu yıllık eğitimler, onaylar ve veri kullanımına ilişkin kısıtlamalara yönelik sözleşmelerin imzalanması) şeklindedir. CMA 20.08.2024 tarihinde ise daha önce onaylanan taahhütler bakımından yapılan birtakım değişiklikleri kabul ettiğini duyurmuştur¹⁰⁶. Söz konusu değişiklikler kapsamında META, Facebook Marketplace'in işleyişinde ve ürün tasarımının, düzeninin, işlevselliğinin geliştirilmesinde ve/veya iyileştirilmesinde belirli rakip reklam verilerinin kullanılmasını önlemek için teknik sistemler uygulaması yönündeki taahhüdünü Facebook Marketplace'in rakibi olmayan reklam verenleri kapsayacak şekilde genişletmiş, ayrıca hiçbir reklam verenin Facebook Marketplace'e herhangi bir koşula dayanarak reklam vermesinin engellenmeyeceğini taahhüt etmiştir. CMA, bu değişikliklerin orijinal taahhütlerin gerekliliklerini aştığını ve reklam verenlere daha iyi şartlar sunduğunu belirterek META'nın taahhütlerinin oluşan rekabet karşıtı etkileri gidermekte yeterli olduğu yönündeki önceki kararının geçerliliğini koruduğunu açıklamıştır.

- (118) Dijital pazarlarda verilerin birleştirilmesine ilişkin yukarıda aktarılan soruşturma kararlarının yanında birtakım birleşme ve devralma kararlarında yapılan tespitlerin de mevcut dosya bakımından yol gösterici olabilecektir. Komisyon çeşitli kararlarında, yeni veri setlerine erişim sağlanacak olması ve bu veri setlerinin muhtemelen birleşen teşebbüsün kontrolü altındaki verilerle birleştirilecek olması nedeniyle söz konusu birleşme işleminin piyasadaki rekabeti değiştirip değiştirmeyeceğini değerlendirmiştir. Farklı veri setlerinin birleştirilmesi daha zengin veri kümelerine erişim sayesinde yeni hizmetlerin sağlanmasına izin vererek rekabet yanlısı etkiler doğurabilmektedir. Ancak verilerin birleştirilmesinin; birleşen tarafın piyasadaki rakiplerinin kopyalayamayacağı veya benzerine erişemeyeceği verileri elde etmesine izin vermesi¹⁰⁷ veya piyasa gücünün kaldıraç olarak kullanılmasının temelini oluşturması hallerinde pazarın kapatılması riskini doğurmasından ötürü rekabet endişelerini artırdığı ifade edilmektedir.¹⁰⁸
- (119) Verilerin birleşmesinden kaynaklanan gücün değerlendirildiği, FTC'nin *Google/DoubleClick* birleşmesine yönelik kararında, söz konusu teşebbüslerin birleşme sonrasında oluşacak veri gücünün, çevrim içi reklamcılık pazarına giriş engeli oluşturmayacağına karar verilmiş¹⁰⁹ ayrıca *Double Click*'in elindeki veri setlerinin pazar gücü sağlayacağına yönelik kanıt olmadığı ve ilgili veriler potansiyel müşteriler kazandıracak olsa da Google'ın potansiyel müşteri oluşturabilmek için zaten birçok alternatifinin olduğu belirtilmiştir¹¹⁰.
- (120) Komisyonun aynı işleme yönelik aldığı kararında¹¹¹ da benzer değerlendirmelere yer verilmiş, Google ile *DoubleClick*'in verilerinin birleştirilmesi sonucunda

¹⁰⁶Bkz. https://assets.publishing.service.gov.uk/media/66c48127d10184fe9b13e407/Decision_to_accept_a_variation_of_commitments.pdf, Erişim Tarihi: 19.10.2024.

¹⁰⁷ Autorité De La Concurrence ve Bundeskartellamt (2016), "Competition Law and Data", s.16.

¹⁰⁸ Avrupa Komisyonu (2019), "Competition Policy For The Digital Era", s. 108-110.

¹⁰⁹ FTC File No. 071-0170, (2007), *Google/DoubleClick*.

¹¹⁰ A.g.k.

¹¹¹ COMP/M.4731, para. 359-366.

gerçekleşebilecek olası pazar kapama senaryoları üzerinde durulmuş ve pazar kapama etkisinin doğup doğmayacağı değerlendirilmiştir. Komisyon, *DoubleClick*'in müşterileriyle akdettiği sözleşmelerde yer alan veri kullanımı ve güvenliğine ilişkin hükümlerin, Google'ın söz konusu verileri kendisi için rekabetçi avantaj sağlayacak şekilde kullanmasını engelleyeceğini belirtmiştir. Ayrıca gerekli sözleşmesel değişiklikler yapılsa dahi, pazardaki birçok rakibin söz konusu verilere hâlihazırda erişme imkânının bulunması ve *DoubleClick*'in kontrol sahibi olduğu verilerin, başarılı bir çevrim içi reklamcılık hizmeti sağlanması için zorunlu bir girdi olmaması ve söz konusu verilerin, üçüncü taraf veri toplayıcılarından veya internet hizmet sağlayıcılarından temin edilebilmesi nedeniyle işlemin kapama etkisi yaratmayacağı kanaatine varılmış ve işlem koşulsuz olarak onaylanmıştır.

- (121) Verilerin birleştirilmesine yönelik değerlendirmelerin yer aldığı bir diğer karar *Facebook/WhatsApp* devralma kararıdır. İlgili işlemde Komisyon, çevrim içi reklamcılık pazarı bakımından *WhatsApp*'ın *Facebook*'un reklamlarının iyileştirilmesi için potansiyel bir kullanıcı verisi kaynağı olma ihtimalini değerlendirmiştir. Ancak işlemin gerçekleştirildiği dönemde *WhatsApp*'ın topladığı verilerin isimler ve hesapların ilişkilendirildiği cep telefonu numaralarından ibaret olması, *Facebook*'un *WhatsApp*'ın veri toplama ve kullanımı politikasında herhangi bir değişiklik planlamaması, *Facebook*'un kullanıcılarının hesapları ile *WhatsApp* kullanıcılarının hesapları arasında güvenilir otomatik eşleştirme kuramayacağını belirtmiş olması¹¹² ve *WhatsApp* kullanıcı verilerinin *Facebook*'un hedefli reklamcılık faaliyetlerinde kullanılsa dahi pazarda *Facebook*'un münhasır kontrolünde olmayan değerli nitelikte başka kullanıcı verilerinin bulunması nedeniyle işlemin çevrim içi reklamcılık pazarı bakımından rekabetçi endişe doğurmadığı sonucuna ulaşılmıştır¹¹³.
- (122) Komisyonun *Microsoft/LinkedIn*¹¹⁴ kararında veri koruma kuralları elverdiği ölçüde tarafların verilerini birleştirmelerinin çevrim içi reklamcılık pazarı bakımından iki endişeye sebebiyet vereceği belirtilmiştir. Bunlardan ilki, birleştirilen veri setlerinin birleşik teşebbüsün bu verilerin sağlanması bakımından pazar gücünü artırması veya pazarda faaliyet gösterebilmek için veriye ihtiyaç duyabilecek mevcut ve potansiyel rakipler için pazara giriş engelleri yaratmasıdır. Zira bu senaryoda, rakiplerin etkin bir şekilde rekabet edebilmeleri için daha büyük bir veri seti toplamaları gerekebilecektir. İkincisi ise işlem öncesinde veri elde etme bakımından iki teşebbüs arasında mevcut olan rekabetin, işlem neticesinde ortadan kalkacak olmasıdır. Bununla birlikte Komisyon; *Microsoft* ve *LinkedIn*'in reklamcılık faaliyetleri kapsamında üçüncü taraflara veri sağlamıyor olması, işlem sonrasında çevrim içi reklamcılık pazarında *Microsoft*'un münhasır kontrolünde olmayan önemli miktarda ve değerli kullanıcı verisinin olması ve çevrim içi reklamcılık pazarında %5'ten düşük pazar payına sahip olan *Microsoft* ve *LinkedIn*'in bu pazarda sınırlı bir rekabet içinde olmasından ötürü işlemin çevrim içi reklamcılık pazarı bakımından endişe doğurmadığı değerlendirilmesinde bulunmuştur¹¹⁵. Komisyon *Verizon/Yahoo*¹¹⁶ kararında da veri kombinasyonu noktasında *Microsoft/LinkedIn* kararı ile aynı zarar teorileri üzerinde durmuş ve benzer değerlendirmeler yaparak *Yahoo* ve *Verizon*'un sahip olduğu

¹¹² Karardan yaklaşık üç yıl sonra, *Facebook*'un kullanıcılarının hesapları ile *WhatsApp* kullanıcılarının hesapları arasında güvenilir otomatik eşleştirme kuramayacağına yönelik beyanının yanlış/yanıltıcı nitelik taşıdığı tespit edilmiş ve *Facebook*'a toplamda 110 milyon Euro para cezası verilmiştir. Bkz. COMP/M.8228, *Facebook/Whatsapp* (2017).

¹¹³ COMP/M.7217, para. 184-189.

¹¹⁴ COMP/M.8124, para. 176-181.

¹¹⁵ COMP/M.8124, para. 176-181.

¹¹⁶ COMP/M.8180, para. 80-93.

verilerin farklı kaynaklardan elde edilebileceğini ve eşleştirilemez nitelikte olmadığını ifade etmiş ve işlemin rekabetçi endişe doğurmadığını değerlendirmiştir.

- (123) *Apple/Shazam*¹¹⁷ kararında ise *Apple*'ın dijital müzik uygulamasını iyileştirmek veya ek işlevler sunmak için *Shazam*'ın verilerine erişiminin yaratabileceği rekabet karşıtı endişe incelenmiştir. Komisyon bu yönde yaptığı değerlendirmelerde; *Shazam*'ın verilerinin benzersiz nitelikte olmaması, *Apple*'ın rakiplerinin benzer veri tabanlarına erişme imkânının olması ve *Shazam*'ın verilerinin *Apple*'a kullanıcılara hedefli müzik önerileri sunmasına imkân vermek suretiyle önemli bir rekabetçi avantaj sağlamasının muhtemel olmaması gerekçeleriyle işlemin endişe doğurmadığı sonucuna ulaşmıştır.
- (124) Son olarak Google'ın sağlık sektöründe giyilebilir cihazlar alanında faaliyet gösteren *Fitbit*'i devralmasına ilişkin karara¹¹⁸ değinmek gerekmektedir. Komisyon, işlemin yatay etkileri bağlamında işlem sonrasında *Fitbit*'in verilerinin Google'ın veri tabanında birleşme senaryosunu değerlendirmiştir. *Fitbit* temelde kullanıcıların profil ve hesap bilgileri, ağırlık ve vücut yağı, cihaz bilgileri, aktivite türleri ve süreleri, sağlık, uyku, beslenme, kalp atışı, oksijen değişimi, vücut sıcaklığı, semptomları ile kullanıcının sosyal çevresine yönelik bilgileri toplamaktadır. Bunun yanı sıra, bir kullanıcının *Fitbit* hizmetlerine erişmek için kullandığı IP adresleri, tarayıcı türü, dil, işletim sistemi, üçüncü taraf cihazlar ve bilgisayarlar hakkında ve kullanıcının izin vermesi halinde konuma ilişkin verileri toplamaktadır. Komisyona göre *Fitbit*'in verileri çevrim içi görüntülü reklamcılık hizmetleri ve arama bazlı reklamcılık hizmetleri pazarında rekabet açısından oldukça değerlidir ve Google'ın sahip olduğu veri setine yeni bir ekleme niteliğindedir. Ayrıca Komisyon, Google'ın reklam teknolojisi hizmetleri için de bu hususun geçerli olduğunu, reklamcılık değer zincirinin en nihayetinde etkili ve hedefli bir reklamın sunulması amacına hizmet ettiğini belirtmiştir. Bu çerçevede, Komisyon *Fitbit*'in verilerinin ve veri toplama gücünün Google tarafından devralınmasının rakiplerin giriş veya büyüme engellerini artırma olasılığına sahip olduğu, böylelikle Google'ın çevrim içi arama bazlı reklamcılık pazarındaki hâkim durumunu güçlendirebileceği, çevrim içi görüntülü reklamcılık pazarı ve reklam teknolojisi hizmetleri bakımından da Google nispeten daha düşük pazar payına sahip olsa da işlemin bu pazarlarda rekabetçi endişe doğurduğunun göz ardı edilemeyeceği sonucuna ulaşmıştır¹¹⁹. Ayrıca Komisyona göre veri setlerinin yasa dışı birleştirilmesine yönelik veri koruma düzenlemeleri olsa da bu düzenlemeler, tarafların sahip olacağı verinin rakiplerin girişini veya büyümesini zorlaştırabileceği riskini bertaraf etmemektedir. Açıklanan nedenlerle reklamcılık pazarı bakımından; *Fitbit*'in sağlık ve sıhhat verilerinin, Google tarafından reklam amaçlı kullanılmaması, *Fitbit* verileri ile Google verilerinin teknik olarak ayrılması ve bu verilerin Google'ın reklam amaçlı kullandığı verilerden ayrı bir "veri silosu/deposu"nda saklanması ve kullanıcılara Google hesaplarında veya *Fitbit* hesaplarında depolanan sağlık ve sıhhat verilerinin diğer Google hizmetleri tarafından kullanımına izin verme veya reddetme konusunda seçenek sunulması taahhütleri ile işleme koşullu olarak izin verilmiştir. Komisyon tarafından taahhütlerin süresinin 10 yıl olduğu, ancak Google'ın çevrim içi reklamcılık pazarındaki konumu nedeniyle gerekli görülmesi halinde taahhütlerin süresinin 10 yıl daha uzatılabileceği belirtilmiştir¹²⁰.

¹¹⁷ Case M8788, *Apple/Shazam*, para. 313-329.

¹¹⁸ Case M.9660.

¹¹⁹ A.g.k. para. 399-455.

¹²⁰ Bkz. https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_20_2484, Erişim Tarihi: 19.10.2024.

- (125) Ayrıca, Amerikan Adalet Bakanlığı'nın (*Department of Justice, DOJ*) *Bazaarvoice/Power-Reviews*¹²¹ kararında, tarafların birleşmesinin "puanlama ve değerlendirme platformları (*rating and review platforms*)" pazarında veri tekelleşmesi yoluyla pazara giriş engeli yaratacağı belirtilerek işleme izin verilmemiştir. Komisyonun *Microsoft/Yahoo Search Business*¹²² kararında da geniş bir veri setine sahip olmanın, inceleme konusu pazara giriş için gerekli olduğu, veriyi derlemenin, işlemenin, veriye dayalı algoritmalar geliştirmenin ve tüm bunlar için gerekli olan donanımı ve insan kaynaklarını edinmenin yüksek maliyetli olduğuna değinilmiştir.
- (126) Tüm bu açıklamalar neticesinde, verilerin birleştirilmesine yönelik dışlayıcı zarar teorileri bağlamında; giriş engelleri oluşturulması veya giriş engellerinin artırılması, rakiplerin eşdeğer nitelikte verilere ulaşamaması ve verinin kaldıraç etkisi yaratması teorileri üzerinde durulduğu anlaşılmaktadır. İlâveten dijital platformlar bakımından veri birleştirmeye ilişkin dışlayıcı endişelerin özellikle çevrim içi reklamcılık pazarı ile bağlantılı olduğuna bununla birlikte, söz konusu eylemin hizmetin sunulduğu pazarda da rakiplerin dışlanmasına neden olabileceğine de vurgu yapıldığı görülmektedir.

H.4. Değerlendirme

- (127) Yürütülen soruşturma kapsamında META, bağlama ve veri birleştirme iddiaları ile bağlantılı endişeleri bertaraf etmek amacıyla, 2021/2 sayılı Tebliğ kapsamında taahhüt sunma talebinde bulunmuş ve bu talep Kurulun 29.02.2024 tarihli ve 24-11/199-M sayılı toplantısında görüşülerek kabul edilmiş ve taahhüt görüşmelerinin başlatılmasına karar verilmiştir. Taahhüt görüşmelerinin akabinde META tarafından sunulan Taahhüt Metni 30.10.2024 tarihli ve 58303 sayılı yazı ile Kurum kayıtlarına intikal etmiştir.
- (128) 2021/2 sayılı Tebliğ'in "Taahhüdün niteliği" başlıklı 9. maddesinin ikinci fıkrası "*Taahhüt rekabet sorunlarıyla orantılı, bu sorunları gidermeye elverişli, kısa sürede yerine getirilebilir ve etkili şekilde uygulanabilir olmalıdır ...*" düzenlemesini haizdir. Aynı Tebliğ'in "Taahhüdün değerlendirilmesi" başlıklı 10. maddesinin birinci fıkrası "*Kurul, 8 inci ve 9 uncu maddelerde belirtilen unsurları dikkate alarak taahhüdün rekabet sorunlarını giderip gidermediğini ve gerekli gördüğü diğer hususları değerlendirir.*" şeklindedir. Bu kapsamda META tarafından sunulan Taahhüt Metni, esas itibarıyla dosya kapsamındaki rekabet sorunlarını gidermeye elverişli olup olmadığı yönünden 2021/2 sayılı Tebliğ kapsamında değerlendirilmelidir. Bu noktada öncelikle dosya kapsamındaki rekabet sorunları aşağıda detaylı olarak izah edilmiştir.

H.4.1. Dosya Kapsamındaki Rekabet Karşıtı Endişeler

- (129) Dosya kapsamında ele alınan iddia temel olarak; META'nın Instagram ile Threads uygulamalarını birbirine bağlamak ve bu iki uygulamadan elde ettiği verileri birleştirmek suretiyle 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesini ihlal edip etmediğidir. Hem önaraştırma döneminde hem de yakın tarihte Kurul tarafından alınan 20.10.2022 tarihli ve 22-48/706-299 sayılı kararda META'nın en geniş anlamda sosyal medya pazarında hâkim durumda olduğu tespit edildiğinden bu başlık altında ayrıca META'nın hâkim durumuna ilişkin ilave açıklamalara yer verilmemiştir. Soruşturma döneminde de META'nın rakibi konumunda bulunan teşebbüslerden elde edilen veriler doğrultusunda aradan geçen süre zarfında söz konusu durumun değişmediği tespit edilmiştir. Dolayısıyla bu bölümde, META'nın en geniş anlamda sosyal medya pazarında hâkim durumda olduğu kabulünden hareketle, söz konusu davranışlarının yukarıda ayrıntıları ile yer

¹²¹ DOJ, Antitrust Division, *Bazaarvoice/Power-Reviews*, 13-cv-00133 WHO.

¹²² COMP/M.5727.

verilen zarar teorilerinin maddi unsurlarını karşılayıp karşılamadığı değerlendirilmektedir.

H.4.1.1. Bağlama Uygulamalarına Yönelik Rekabet Karşısı Endişeler

- (130) Yukarıda da ifade edildiği üzere kaldıraç etkisi, hâkim durumdaki bir teşebbüsün pazar gücünü, faaliyette bulunduğu bir başka ilişkili pazarda kötüye kullanması olarak tanımlanmaktadır. Öneraştırma kapsamında yapılan incelemelerde, kaldıraç etkisinin görünüm biçimlerinden olan bağlamanın, rekabet karşısı etki yaratabilme kapasitesi literatürde kabul gören (i) iki ayrı ürünün varlığı, (ii) zorlama, (iii) bağlayan ürün pazarında hâkim durumda bulunulması ve (iv) rekabet karşı etkiler unsurları çerçevesinde değerlendirilmiş ve META'nın eylemlerinin 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesinde yasaklanan eylemlerden olabileceği şüphesiyle soruşturma açılmasına kanaat getirilmiştir.
- (131) Bu doğrultuda ilk aşamada Threads'e üye olma noktasında Instagram üyeliğinin bulunmasının zorunlu kılınıyor olmasının, META'nın hâlihazırda hâkim durumda olduğu pazardaki konumunun daha da güçlenmesine katkı sağlayabileceği; Threads kullanıma ilk sunulduğu zaman, Threads uygulamasını artık kullanmak istemeyen kullanıcıların Instagram hesaplarından da vazgeçmek durumunda bırakılmasının¹²³ Threads'in kullanımını artırıcı bir etki sağlayabileceği ve en çok talep edilen META ürününün Instagram olduğu göz önüne alındığında, bu gücün Threads'in ilgili pazarda var olmaya devam etmesi ve pazar gücünü artırması noktasında kullanılabileceği tespitlerinde bulunulmuştur. Diğer bir ifadeyle, META tarafından Threads'e erişmek için bir Instagram hesabı oluşturulmasının zorunlu kılınmasının, META'nın bir pazardaki hâkim konumunu başka bir pazarda yer edinebilmek için kullandığını gösterir nitelikte olduğu değerlendirilmiştir.
- (132) Her ne kadar öneraştırma döneminde yukarıda aktarılan tespitler yapılmış ve endişe ortaya konmuş olsa da META soruşturma sürecinde Threads'e yönelik birtakım iyileştirmeler/güncellemeler gerçekleştirdiğinden endişenin net olarak ortaya konulabilmesi bakımından söz konusu tespitleri derinleştirmenin önem arz ettiği değerlendirilmektedir. Öneraştırma sürecinde META tarafından iletilen cevabi yazıda; Threads'in temelde Instagram altyapısı üzerine inşa edildiği, Threads'te bir profil oluşturmak için kullanıcının Instagram hesabıyla oturum açtığı ve Threads'in esasında Instagram'dan ayrı bir uygulama olarak değil Instagram'ın bir özelliği olarak piyasaya sunulduğu ifade edilmiştir. META'nın sunmuş olduğu açıklamalardan hareketle, dijital bir ürüne yeni bir özellik eklendiğinde, bu ürünün orijinal ürünle birlikte gelen ayrı bir ürün olarak mı yoksa aynı ürünün bir parçası olarak mı ele alınacağı tartışması gündeme gelmektedir. Bu noktada uluslararası yaklaşımdan bahsedilmesinde yarar görülmektedir.
- (133) İlk olarak Komisyonun, META'nın çeşitli hizmetler bakımından geçit bekçisi belirlenmesini konu alan kararında¹²⁴ Facebook platformuna entegre edilmiş bazı hizmetlerin, ayrıca bir temel platform hizmeti niteliği taşıyıp taşımadığı fark etmeksizin, ayrı bir ürün olarak değerlendirilmesi gerektiğini ifade ettiği görülmektedir¹²⁵. Bahse konu kararda, *Facebook Dating* ve *Facebook Gaming Play* ürünleri, DMA

¹²³ META, Kasım 2023 itibarıyla Threads profillerinin kullanıcının ilişkili Instagram hesabını silmesine gerek kalmadan silinmesine olanak tanıyan güncellemeler gerçekleştirmiştir.

¹²⁴ CASE DMA.100020.

¹²⁵ A.g.k para 42-43.

çerçevesinde temel platform hizmeti olarak tanımlanmasa da ilgili ürünlerin Facebook platformunun bütünleyici bir parçasını oluşturup oluşturmadığı irdelenmiştir.

- (134) META konuya ilişkin olarak yaptığı açıklamada; mevcut dosyadaki açıklamalarına benzer açıklamalar sunmuştur. Bu doğrultuda META, *Facebook Dating* ve *Facebook Gaming Play*'in sahip oldukları sosyal iletişim özellikleri ve uzun yıllardır Facebook'un bir parçasını oluşturmaları, *Facebook Dating* kapsamında sunulan hizmetin nihai kullanıcılar ile ticari kullanıcılar arasında bir aracılık niteliği taşıması, Facebook platformunu kullanan birçok nihai kullanıcının *Facebook Gaming Play*'i de kullanması gibi sebeplerle ilgili ürünlerin Facebook platformunun ayrılmaz bir parçası olduğunu ve Facebook ile birlikte değerlendirilmesi gerektiğini savunmuştur¹²⁶.
- (135) Komisyon ise *Facebook Dating* ve *Facebook Gaming Play* ürünlerinin çevrim içi sosyal ağ hizmeti sunan Facebook platformuna entegre özellikleri bulunsu da açıkça farklı amaçlara hizmet ettiğini ve kullanıcıların gözünde de bu hizmetlerin ikâme edilebilir olmadığını değerlendirmiştir. Komisyona göre *Facebook Dating*; Facebook kullanıcılarının tamamen isteğe bağlı olarak Facebook profillerindeki verileri (kişisel veriler, gönderiler vb.) ve Facebook'ta bulunmayan ek verileri (farklı bir profil resmi, kullanıcının boyu ve çocuk sayısı) içeren özel bir arkadaşlık profili oluşturmaya olanak tanıyan bir hizmettir ve bu özel profil, yalnızca arkadaşlık kurmak amacıyla kullanılmaktadır. Komisyon, Facebook'un, birçok başka kullanımının yanı sıra, arkadaşlık kurmayı da kolaylaştırmış olabileceğini kabul etse de Eylül 2019'da *Facebook Dating*'in piyasaya sürülmesiyle, bu arkadaşlık işlevlerinin, çevrim içi sosyal ağ hizmetlerinden farklı bir amaca hizmet eden, belirli işlevlere sahip ayrı bir hizmet niteliğine evrildiğini savunmuştur. Ayrıca, kullanıcıların *Facebook Dating* hesabı açabilmeleri için açık rızalarının aranması, *Facebook Dating*'in kullanıcılara farklı bir arayüz ile sunulması ve hizmet içerisinde gerçekleştirilen konuşmaların Facebook dâhil üçüncü hizmetlere aktarılamaması Komisyona göre bu ayrımı destekler nitelikte görülmüştür¹²⁷.
- (136) Komisyon *Facebook Gaming Play* ürünü bakımından da yukarıda yer verilen hususlara atıf yapmış, nihai ve ticari kullanıcılar tarafından sırasıyla oyun oynamak ve oyun dağıtmak amacıyla kullanılan bu hizmetin diğer kullanıcılarla iletişim kurmak veya geniş bir yelpazede içerik paylaşmak ve keşfetmek amacıyla kullanılan Facebook'tan ayrıldığını savunmuştur¹²⁸.
- (137) Bundeskartellamt'ın Facebook/Oculus'a yönelik olarak yürüttüğü inceleme, bahse konu tartışmaya bir diğer somut örnektir. Bundeskartellamt, META tarafından sunulan sosyal medya hizmeti Facebook ile sanal gerçeklik ürünü olan Oculus'un her ne kadar son kullanıcılara entegre olarak sunulsa da rekabet hukuku anlamında farklı hizmetler olduğunu tespit etmiştir.
- (138) Bahse konu gelişmeler ışığında META'nın dosya konusu uygulamaları incelendiğinde, önaraştırmada ulaşılan sonuca benzer şekilde, Instagram'ın belirli filtrelerle özelleştirilebilen fotoğraflar veya videolar çekme ve bunu takipçilerle paylaşma amacıyla kullanılan bir ürün; Threads'in ise kullanıcılar arasında çevrim içi, kamusal iletişimi sağlamaya yönelik bir ürün olduğu, kullanıcıların Instagram ve Threads'i farklı amaçlarla kullandığı, dolayısıyla Instagram ve Threads'in iki ayrı ürün olacağı kanaatine ulaşılmıştır.

¹²⁶ A.g.k para 31-33.

¹²⁷ A.g.k para 58-68.

¹²⁸ A.g.k para 69-76.

- (139) Threads'in uygulama mağazası üzerinden Instagram'dan bağımsız şekilde indirilebiliyor olması ve ayrı bir arayüz ile ikona sahip olmasının da Instagram ve Threads'in iki ayrı ürün olduğuna ilişkin çıkarımı desteklediği değerlendirilmektedir. Kaldı ki, soruşturma süreci devam ederken META tarafından, Kasım 2023 itibarıyla, Threads profillerinin kullanıcının ilişkili Instagram hesabını silmesine gerek kalmadan silinmesine olanak tanıyan güncellemeler gerçekleştirilmesi ve 19.02.2024 itibarıyla Threads kullanıcılarının uygulamayı bir Instagram hesabına sahip olmadan, "*profil olmadan kullan*" seçeneğini seçerek kullanabilmesi de söz konusu ürünlerin birbirinden ayrı iki ürün olarak değerlendirilmesi gerektiği görüşünü kuvvetlendirmektedir.
- (140) Instagram ve Threads ürünlerinin ayrı ilgili ürün pazarlarında yer alıp almadığı hususuna yönelik yaklaşım incelendiğinde ise genel olarak; sosyal medya ve sosyal ağ hizmetlerine ilişkin genel geçer, kabul görmüş bir tanımın bulunmadığı, sosyal medya hizmetlerinin; sosyal ağ, mesajlaşma, blog gibi pek çok hizmetle ortak işlevsellikler barındırdığı ve bu durumun, söz konusu hizmetler arasındaki sınırı daha da bulanıklaştırdığı, diğer yandan sosyal medya hizmetlerinde, daha çok, kullanıcılar tarafından içerik oluşturulması ve tüketilmesi hedeflenirken; sosyal ağ hizmetlerinde, kullanıcıların bir ağ oluşturması ve bu ağ ile etkileşime girmesinin hedeflendiği anlaşılmaktadır. Bunun yanı sıra sosyal ağ hizmetleri bakımından her bir işlevsellik veya kullanım amacı dikkate alınarak daha dar pazarlar tanımlanabileceği gibi, pazarın daha genel anlamda "*kişisel amaçlı sosyal ağ hizmetleri pazarı*" şeklinde tanımlanabileceğine ilişkin görüş ve açıklamalar bulunmaktadır.
- (141) Ayrıca literatürde; her bir işlevselliğin başka bir tüketici ihtiyacına karşılık gelebildiğinin, bununla birlikte sosyal medya pazarının alt pazarlarının da olduğunun ve bu nitelikteki "sosyal ağ platformu hizmetleri" (örneğin; Facebook, LinkedIn ve flört portalları), "içerik paylaşımı ve eğlence platformu hizmetleri" (örneğin; YouTube, Instagram, Pinterest) pazarlarına ve örneğin; genellikle "mikroblog" olarak sınıflandırılan X'e yönelik taleplerin birbirinden farklı olduğunun kabul edildiği de vurgulanmalıdır¹²⁹.
- (142) Esas olarak, içeriğin dağıtımını ve tüketimini kolaylaştıran ve temel olarak bu fonksiyonu ile öne çıkan içerik paylaşımı ve eğlence platformları, kullanıcılar tarafından kişisel yaşamlarına veya ilgi alanlarına ya da ikisinin kombinasyonuna yönelik içerik oluşturmak ve paylaşmak ve/veya diğer kullanıcılar tarafından üretilen bu tür içerikleri pasif olarak tüketmek için kullanılabilir. Bu platformlarda kullanıcının içerik paylaştığı veya içeriğini tükettiği diğer kullanıcılar ile arasında tanışıklık ilişkisi bulunabileceği gibi, kullanıcıların hiç tanımadıkları kişilerle etkileşime geçmeleri de söz konusu olabilmektedir. Bu bağlamda mikroblog olarak tanımlanan ve temel işlevi bilgi paylaşımı olan diğer platformların da içerik paylaşımı platformları ile birlikte veya bu platformların bir alt pazarını oluşturacak şekilde değerlendirilmesi mümkündür. X'in faaliyetlerinin "metin tabanlı ağ platformları" şeklinde daha dar bir pazar tanımı altında ele alındığı da görülmektedir¹³⁰.
- (143) Soruşturmaya konu dosya kapsamında incelenen uygulamalar arasında yer alan Threads'in, kullanıcılara sunmuş olduğu özellikler ile X'e yakınsadığı değerlendirilmektedir. Bu noktada Threads'in en genel anlamda sosyal medya hizmetleri pazarında yer aldığı kabul edilebileceği gibi mikroblog yahut metin tabanlı ağ platformu olarak da adlandırılabilmesi ve böylece dosya kapsamında daha dar bir pazar tanımında konumlandırılabilmesi de değerlendirilmektedir. Her ne kadar

¹²⁹ Bundeskartellamt, Decision B6-22/16, para. 168-170.

¹³⁰ Bkz. <https://www.csis.org/analysis/metasthreads-effects-competition-social-media-markets>, Erişim Tarihi: 20.10.2024.

Threads ile X; çevrim içi reklamlar, karakter uzunluğu, video süreleri gibi açılardan farklılıklar gösterse de her iki platformdaki içeriğin temel doğasının metin tabanlı olmasından dolayı Threads'in X ile aynı ilgili pazara dâhil olarak X ile yakın rekabet içinde olabileceği ve Threads'in metin odaklı deneyimlere bir alternatif sunabileceği yönünde görüşler de mevcuttur¹³¹. Pazar ve tüketici verilerinde uzmanlaşmış olan *Statista* tarafından açıklanan ülke bazlı Threads indirilme oranlarına ilişkin verilerde de Threads, metin tabanlı bir uygulama olarak değerlendirilmiştir¹³².

- (144) Yukarıda aktarılan hususlardan hareketle, kullanıcıların genel olarak aynı anda farklı ihtiyaçlarına yönelik olarak birden fazla uygulamadan/hizmetten ücretsiz bir şekilde eşanlı olarak yararlanabildiği de dikkate alındığında, sosyal medya platformları bakımından kullanıcılara sunulan hizmetler arasında ikame ilişkisi aranmasının yanında söz konusu hizmetlerin birbirlerinin tamamlayıcısı olduğunun da göz önünde tutulması gerektiği ve bu uygulamalar tarafından kullanıcılara sunulan hizmetler özelinde bir değerlendirme yapılarak hizmet yahut sunulan özellik temelli bir pazar tanımının da yapılabileceği değerlendirilmektedir.
- (145) Bu doğrultuda, META tarafından sunulan hizmetler ile sosyal medya pazarında faaliyette bulunan diğer teşebbüslerce sunulan hizmetlerin esasında farklı kullanıcı ihtiyaçlarına cevap verebildiği, dolayısıyla her bir uygulamanın bünyesinde barındırdığı özelliklerin/hizmetlerin bir diğer özellik/hizmet ile tamamlayıcı nitelik de gösterebileceği ve bu doğrultuda her bir uygulama/hizmetin farklı farklı pazarlarda yer alabileceği değerlendirilmektedir. META'nın geçit bekçisi belirlenmesini konu alan kararda¹³³ da META Facebook ile Instagram'ın aynı amaca hizmet ettiğini, entegre bir şekilde sunulduğunu ve bu nedenle, tek bir temel platform hizmeti olarak değerlendirilmesi gerektiğini ifade ederken Komisyon, iki uygulamayı kullanım amaçları, farklı kayıt prosedürleri içermesi, hitap ettiği topluluk vb. sebeplerden ötürü birbirine ikame görmeyerek temel platform hizmetleri kapsamında Instagram ve Facebook'u birbirinden ayrı çevrim içi sosyal ağ platformu olarak nitelendirmiştir¹³⁴.
- (146) Sonuç olarak, her bir teşebbüs bakımından sunulan ve kullanıcı gözünde tamamlayıcılık ve/veya ikame ilişkisi olduğu düşünülen her bir hizmetin/uygulamanın ayrı birer ilgili ürün pazarı olarak tanımlanabileceği, böylece geniş anlamda Facebook ve Instagram'ı içinde barındıran "*kişisel amaçlı sosyal ağ hizmetleri pazarı*" yanında Threads ve X'i içine alacak daha dar bir "*metin tabanlı sosyal ağ hizmetleri pazarı*" tanımının da yapılabileceği, dolayısıyla mevcut dosya kapsamında META tarafından sunulan hizmetlere yönelik olarak birbirinden farklı birden fazla pazar tanımlanabileceği değerlendirilmektedir. Dolayısıyla, bu noktada Threads ve Instagram uygulamalarının da kullanım amaçları vb. gibi sebeplerden iki ayrı ilgili ürün pazarına ait iki ayrı ürün olarak değerlendirilebileceği kanaatine ulaşılmıştır.
- (147) Instagram ve Threads'in iki ayrı ürün olduğu kabul edildikten sonra META tarafından bu uygulamaların bir arada sunulup sunulmadığı ve iki uygulamanın birlikte alınması noktasında bir zorlama bulunup bulunmadığı da incelenmiştir.

¹³¹ Bkz. <https://www.irccl.in/post/threads-by-meta-navigating-the-competitive-landscape-and-antitrust-concerns>, <https://www.cato.org/blog/what-threads-tells-us-about-social-media-competition>, Erişim Tarihi: 20.10.2024.

¹³² Bkz. <https://www.statista.com/statistics/1400260/threads-app-download-share/>, Erişim Tarihi: 20.10.2024.

¹³³ CASE DMA.100020.

¹³⁴ A.g.k. para 44.

- (148) Öneraştırma döneminde Threads'te profil oluşturmak isteyen kullanıcıların, bir Instagram hesabının bulunması ve bu hesapla oturum açması gerektiği, bu şekilde hesap açan kullanıcılara Instagram'da hâlihazırda takip ettikleri kişileri takip ederek topluluklarını anında bulma ve onlardan haber alma veya sıfırdan yeni bir topluluk oluşturma seçeneklerinin sunulduğu, ayrıca Instagram'da oluşturdukları bütünlük ayarlarının çoğunu Threads'e aktarma olanağının sağlandığı tespit edilmiştir. Yine öneraştırma döneminde Instagram Yardım Merkezi'nde, "*Instagram hesabınızdaki veriler Threads'te nasıl kullanılır?*" isimli başlık altında geçen "*Threads'de bir profil oluşturduğunuzda, bu profil girişi yaptığınız Instagram hesabına bağlanır*¹³⁵." şeklinde bir ifadenin de bulunduğu görülmüş¹³⁶ olup bütün bu açıklamalar doğrultusunda iki ayrı ürünün bir arada sunulması koşulunun sağlandığı değerlendirilmiştir.
- (149) Instagram ve Threads'in bir arada sunulduğunun tespiti akabinde bağlayan ürünün (Instagram) satın alınması için bağlı ürünün de (Threads) satışının zorunlu tutulması yönünde bir zorlamanın bulunup bulunmadığı irdelenmiş, bağlayan ürün olarak değerlendirilen Instagram uygulamasının bağlı ürün Threads'i indirmeksizin tek başına bağımsız olarak kullanılabilirdiği ve Threads'i indirmenin kullanıcının tercihinde olduğu görülmüştür. Bu durum, META'nın, kullanıcıları Threads'e "kaydolma noktasında" zorlamadığını ortaya koymaktadır.
- (150) Daha önce de belirtildiği üzere soruşturma döneminde Threads üzerinde META tarafından birtakım iyileştirmeler yapılmış ve Kasım 2023 itibarıyla Threads'e bir kez kaydolduktan sonra Instagram uygulaması silinmeden, Threads uygulamasının da silinememesi şartı yürürlükten kaldırılmıştır¹³⁷. Mevcut durumda artık Threads hesabını silmek isteyen kullanıcıların Instagram hesaplarından vazgeçmesi gerekmemektedir. Öte yandan, dijital pazarlarda bağlama davranışı farklı biçimlerde de ortaya çıkabileceğinden konuya daha ihtiyatlı yaklaşılması gerekmektedir¹³⁸. Instagram'ı bağımsız kullanmayı engellemese de Threads'e kaydolmanın Instagram hesabı olmadan gerçekleştirilememesi, sektörde yaygın olarak sosyal medya uygulamalarının kullanımında herhangi bir başka uygulamaya üye olma koşulunun bulunmadığı göz önüne alındığında, zorlamanın varlığına işaret edebilecektir. Threads'i kullanmak isteyen kullanıcılar için Instagram hesabının bulunması ön koşulu, sadece Threads'i kullanmak isteyen kullanıcıları Instagram'ı da indirmeye mecbur kılmaktadır.
- (151) Soruşturma sürecinde META tarafından gerçekleştirilen güncellemelerden biri de Threads'in "*profil olmadan kullan*" seçeneği ile kullanılabilmesi olup söz konusu güncellenmenin de bağlama iddiaları kapsamında değerlendirilmesinde yarar görülmektedir. META tarafından sunulan belgelere göre; 19.02.2024 itibarıyla, Türkiye'deki tüm mevcut Threads kullanıcılarına sabit bir onay ekranı aracılığıyla¹³⁹ "*Threads'i bir profille kullanmaya devam etmek*" veya "*Threads'i profil olmadan kullanmaya geçmek*" arasında seçim yapma olanağı tanınmıştır¹⁴⁰. META'ya göre; bir

¹³⁵ Vurgu, karar yazımı kapsamında eklenmiştir.

¹³⁶ Bkz. "https://help.instagram.com/179980294969821/?helpref=hc_fnav", "About Threads", Erişim Tarihi: 20.10.2024.

¹³⁷ Söz konusu iyileştirme öncesindeki durum, öneraştırma döneminde zorlama olarak değerlendirilmiştir.

¹³⁸ OECD (2020), "Abuse of Dominance in Digital Market", s. 43, [https://one.oecd.org/document/DAF/C/OMP/GF\(2020\)4/en/pdf](https://one.oecd.org/document/DAF/C/OMP/GF(2020)4/en/pdf), Erişim Tarihi: 20.10.2024.

¹³⁹ Kullanıcılar bu durumda bir seçim yapmadan Threads'i kullanmaya devam edemeyeceklerdir.

¹⁴⁰ META'nın Threads için hayata geçirmiş olduğu bu uygulamaların AB'deki kullanıcılar için de yürürlükte olduğu belirtilmektedir.

kullanıcının Threads'i profil oluşturmada kullanmayı seçmesi halinde Instagram uygulamasına üye olmaksızın Threads'i kullanması söz konusu olabilecektir.

- (152) Öte yandan, “*profil olmadan kullan*” seçeneği incelendiğinde; bu seçeneği seçen kullanıcıların “*Paylaşımında bulunamayacak, etkileşimde bulunamayacak veya kişiselleştirilmiş tavsiyeler alamayacak...*” olması, diğer bir ifadeyle bu seçeneği seçen kullanıcıların aktif bir şekilde diğer kullanıcılar ile etkileşime geçemeyecek olması kullanıcılara aynı hizmet kalitesinde gerçek bir tercih hakkı sunulmadığını göstermektedir. Ayrıca Threads'i profil oluşturmada kullanmayı tercih eden kullanıcılar Threads tarafından sunulan içerik beğenme, paylaşma ve alıntılama gibi temel işlevlerden faydalanamayacak ve kendi tercihlerine göre kişiselleştirilmiş bir akışa sahip olamayacaklardır. Bu bakımdan söz konusu “*profil olmadan kullan*” seçeneğinin Threads'in temel işlevlerini sunmadığı, kullanıcıları daha farklı veya düşük kaliteli bir hizmete maruz bıraktığı, Threads'in sunduğu temel işlevlerden eksiksiz yararlanabilmek için her halükarda bir Instagram hesabına sahip olma gerekliliğinin devam ettiği dolayısıyla zorlamanın varlığını ortadan kaldırmadığı değerlendirilmektedir.
- (153) Bağlama eylemi bakımından değerlendirmeye konu edilmesi gereken bir diğer husus da pazarın rekabete kapanmasının muhtemel olup olmadığıdır. Bu doğrultuda bağlama uygulamalarının olası rekabeti kısıtlayıcı etkileri ele alınırken pazar gücünün aktarılması ve bağlanan ürün pazarında rakiplerin dışlanması, bağlayan ürün pazarındaki pazar gücünün korunması ve bağlamanın inovasyona olumsuz etkisi üzerinden bir değerlendirme yapılması mümkün olabilecektir¹⁴¹.
- (154) Bu doğrultuda, farklı özelliklerine rağmen, sunulan içeriğin temel doğasının biçimsel olarak metin temelli olması sebebiyle X ile Threads'in aynı ilgili ürün pazarında yer alabileceği, bu bakımdan pazar gücünün aktarılması ve bağlanan ürün pazarında rakiplerin dışlanması davranışına yönelik etkilerin en benzer uygulama olan X üzerinden değerlendirilmesi gerektiği düşünülmektedir.
- (155) AB haricinde¹⁴² Temmuz 2023'te küresel olarak piyasaya sürülen Threads'in, Türkiye'deki aylık aktif kullanıcı sayısı gelişimi incelendiğinde Temmuz 2023'te (.....) olan kullanıcı sayısının Mart 2024'e gelindiğinde (.....) olduğu görülmektedir. Temmuz 2023'te X'in aylık aktif kullanıcı sayısı (.....) olarak gerçekleşmişken Mart 2024'e gelindiğinde (.....) olarak gerçekleşmiştir. Mevcut durumda Threads'in pazara girişi sonrasında X'in kullanıcı sayısında herhangi bir azalma yaşanmadığı gözlemlenmektedir¹⁴³.
- (156) Ancak bu noktada, X ve Threads'in aktif kullanıcı sayılarının karşılaştırılmasının ve buna göre X üzerinde bir dışlama etkisi yarattığının tespit edilememesinin pazarda rekabet karşıtı etki olmadığını ortaya koymakta tek başına yeterli olmayacağı değerlendirilmektedir. Zira Threads'ten ziyade bir bütün olarak META'nın pazarın genelinde doğuracağı rekabet karşıtı etkilerin mevcut dosya bakımından daha çok önem arz ettiği değerlendirilmektedir. Öyle ki; META'nın sahip olduğu güç ve Instagram uygulamasının ülkemizde en çok kullanılan sosyal medya uygulaması

¹⁴¹ AKTEKİN E., (2012).

¹⁴² Threads'in ilk aşamada AB'de kullanıma sunulmama nedenleri bir sonraki başlık altında ele alınmıştır.

¹⁴³ X'in kullanıcı sayısı Ağustos 2023'te (.....) iken Eylül 2023'te (.....) olarak gerçekleşmiştir.

olduğu dikkate alındığında¹⁴⁴, Threads hesabı oluşturmak isteyen kullanıcıların Instagram hesabı olmaksızın Threads'i kullanamıyor olmalarının, META'nın bağlayan ürün pazarındaki pazar gücünün korunmasına hizmet eder nitelikte olduğu değerlendirilmektedir¹⁴⁵.

- (157) Diğer taraftan, hâkim durumdaki teşebbüsün hâlihazırda hâkim durumda bulunduğu pazara yönelik girişleri, bağlama uygulaması vasıtasıyla engelleme riski de bulunmaktadır. Bu durumda, hâkim durumda bulunan pazardaki ana ürüne (bağlayan ürün) rekabetçi piyasada üretilen tamamlayıcı ürünün (bağlanan ürün) bağlanması söz konusu olduğunda, ana ürün tek başına kullanılabilir iken tamamlayıcı ürün ancak ana ürün ile birlikte kullanılabilir olacaktır. Ana ürün pazarında hâkim durumda bulunan teşebbüs, tamamlayıcı ürün pazarında da hâkim duruma geldiğinde, ekstra kâr elde etmesi mümkün olmasa bile, tamamlayıcı ürün pazarındaki rakiplerinden kendi ana ürününün bulunduğu pazara girmeleri yönünde bir tehdit algıladığı anda, ana ürünün bulunduğu pazardaki rakiplerini dışlama amacıyla bağlama uygulamasına başvurabilecektir¹⁴⁶. Böylece, bağlayan ürün pazarında hâkim durumda olan teşebbüs, bağlama yoluyla bu gücünü bağlanan ürün pazarına da aktararak bu pazarda faaliyet gösteren firmaların belirli bir güce kavuşmasını önleyebilecektir.
- (158) Bununla birlikte, her ne kadar mevcut durumda Threads üzerinden reklam verenlere yönelik bir hizmet sunulmuyor olsa da Instagram CEO'su Adam MOSSERI tarafından yeterli kullanıcı tabanına erişildiği durumda Threads üzerinden reklam gösterimlerinin de yapılabileceği ifade edilmektedir¹⁴⁷. Böyle bir senaryoda, META'nın sahip olduğu kullanıcı tabanı da göz önüne alındığında, reklam verenler açısından Threads'in X karşısında daha cazip hale gelebileceği ve dışlama etkisinin bu duruma bağlı olarak derinleşme ihtimalinin bulunduğu söylenebilecektir.
- (159) Özetle, META'nın Instagram ürününü Threads'ten bağımsız olarak kullanıma sunabiliyor olması, Threads ürününün Instagram'dan bağımsız olarak kullanıma sunulmaması, Instagram uygulamasının Türkiye'de %90'lara varan kullanım oranının olması dikkate alındığında, dosya kapsamında bağlayan ürün pazarındaki pazar gücünün korunması amacıyla rekabeti kısıtlayıcı etkilerin ortaya çıkabileceği ihtimali gündeme gelmektedir. İlave olarak, Threads'in faaliyette bulunduğu bağlanan ürün pazarında da META'nın sahip olduğu güçten kaynaklı olarak rekabetin sınırlandırılması ihtimalinin mevcut olduğu ve hem bağlayan ürün pazarına yönelik hem de bağlanan ürün pazarına yönelik oluşan/oluşabilecek rekabet karşıtı endişelerin -META tarafından yapılan iyileştirmeler/güncelleştirmeler doğrultusunda- bu aşamada giderilmediği değerlendirilmektedir. Son olarak, META'nın sektör dinamiklerinden farklı olarak Threads uygulamasını kullanmak için farklı bir hizmeti olan Instagram'a üye

¹⁴⁴ Ülkemizde 16-64 yaş aralığında bulunan kişiler tarafından en çok kullanılan ilk sosyal medya platformu Instagram'dır (%90,6). Bkz. <https://datareportal.com/reports/digital-2023-turkey>, Erişim Tarihi: 20.10.2024.

¹⁴⁵ Bir sonraki başlıkta detaylı olarak ele alınacak olmakla birlikte bağlayan ürün pazarındaki pazar gücünün korunması, hâkim durumdaki bir teşebbüsün kullanıcılarına, örtüşen kullanıcılarla yeni pazarlara girmesine olanak tanıyan veri toplama koşulları dayatması durumunda da ortaya çıkabilecektir (*Privacy policy tying*). Bkz. OECD (2020), "Abuse of Dominance in Digital Market", <https://www.oecd.org/daf/competition/abuse-of-dominance-in-digital-markets-2020.pdf>, Erişim Tarihi: 20.10.2024.

¹⁴⁶ AKTEKİN E., (2012); EKDİ B., (2010) "Ürün Bağlama ve Paket Satışlar Yoluyla Hâkim Durumun Kötüye Kullanılması", <https://www.ajindex.com/dosyalar/makale/acarindex-142391186.pdf>, Erişim Tarihi: 20.10.2024 s.87.

¹⁴⁷ Bkz. <https://www.theverge.com/2023/7/5/23784870/instagram-threads-adam-mosseri-interview-twitter-competitor>, Erişim Tarihi: 20.10.2024.

olmayı zorunlu tutmasının kullanıcı tercihlerinin sınırlandırılmasına da sebebiyet verdiği söylenebilecektir. Bu noktada META tarafından sunulan taahhütlerin, yukarıda yer verilen endişeleri bertaraf edip etmeyeceği değerlendirilmelidir. Ancak söz konusu değerlendirmeye geçmeden önce dosya kapsamındaki bir diğer iddia olan veri birleştirme uygulamalarına yönelik rekabet karşıtı endişelere değinilmesinin yerinde olacağı değerlendirilmektedir.

H.4.1.2. Veri Birleştirme Uygulamalarına Yönelik Rekabet Karşıtı Endişeler

- (160) İnceleme döneminde, bağlama uygulamasının yanında, META tarafından Threads uygulaması aracılığıyla elde edilen verilerin Instagram uygulamasından elde edilen veriler ile birleştirildiği de tespit edilmiş¹⁴⁸ ve söz konusu davranışın olası rekabet karşıtı etkilerinin soruşturma kapsamında detaylı bir şekilde değerlendirilmesi gerektiği sonucuna ulaşılmıştır. Bu kapsamda öncelikle Türkiye özelinde uygulanan Threads ve Instagram uygulamaları arasındaki veri birleştirme politikalarına değinmek faydalı olacaktır.
- (161) Instagram Yardım Merkezi'nde yer alan "*Instagram hesabınızdaki veriler Threads'de nasıl kullanılır?*" başlıklı sekmede¹⁴⁹, aşağıda yer alan verilerin Instagram'dan Threads'e aktarılabileceğinden bahsedilmektedir:
- Instagram giriş bilgileri,
 - Instagram hesap numarası,
 - Instagram adı ve kullanıcı adı,
 - Profil resmi, biyografi ve bağlantılar gibi Instagram profili bilgileri,
 - Instagram takipçileri,
 - Instagram'da takip edilen hesaplar,
 - Instagram'daki yaş bilgisi ve
 - Fikri mülkiyet ihlalleri ve Instagram'ın Topluluk Kuralları'na aykırı hareketler ile ilgili Instagram hesabının durumu.
- (162) Ayrıca META tarafından gönderilen cevabi yazıda da Instagram hesaplarına dayalı bir Threads profili oluşturan kullanıcıların, Threads profili oluşturma aşamasında Threads ve Instagram üzerinden elde edilen kişisel verilerinin birleştirilebileceği konusunda bilgilendirildikleri belirtilmektedir.
- (163) İlaveten Instagram'daki deneyimlerin kişiselleştirip geliştirilmesi ve hizmetlerin güvenliğinin ve bütünlüğünün artırılması için Threads'teki verilerin de Instagram'a aktarılabileceği ifade edilmektedir¹⁵⁰. META'nın Threads hesabından çıkış yapmayı unutan ve ardından bir haber sitesini ziyaret eden bir kullanıcının, günün hangi

¹⁴⁸ Instagram Yardım Merkezinde, "*Instagram hesabınızdaki bilgiler Threads'de nasıl kullanılır?*" isimli başlık altında "*Threads'de bir profil oluşturduğunuzda bu profil, giriş yaptığınız Instagram hesabına bağlanacaktır.*" ve "*Profil bilgilerinizi aktarmak, Threads ve Instagram akışlarınızı kişiselleştirmek ve her iki uygulamada da güvende kalmanıza yardımcı olmak gibi amaçlar için Instagram bilgilerinizi ve uyarınca kullanırsanız deneyiminizi kişiselleştirmek, iyileştirmek ve hizmetlerimizin güvenliğini ve bütünlüğünü desteklemek amacı ile kullanabiliriz.*" şeklinde bilgilendirmeye yer verildiği görülmüştür. Bkz. <https://tr-tr.facebook.com/help/instagram/179980294969821>, Erişim Tarihi: 20.10.2024.

¹⁴⁹ Bkz. <https://tr-tr.facebook.com/help/instagram/179980294969821>, Erişim Tarihi: 20.10.2024.

¹⁵⁰ Bkz. <https://help.instagram.com/515230437301944>, Erişim Tarihi: 20.10.2024.

saatinde hangi makaleleri okuduğu gibi bilgileri toplayabildiği de ifade edilmektedir¹⁵¹. Threads İlave Gizlilik İlkesi incelendiğinde de Threads üzerinden;

- Threads'i kullanırken veya Threads ile etkileşimde bulunurken kullanıcı tarafından sunulan verilerin,
- Threads profili oluşturulurken sağlanan bilgilerin,
- Threads kullanılırken oluşturulan içeriklerin ve etkileşimlerin,
- Bağlı olunan ve etkileşimde bulunan takipçiler, diğer kullanıcılar ve topluluklar hakkında bilgilerin,
- Threads ile etkileşimde bulunan üçüncü taraf hizmetleri ve üçüncü taraf kullanıcıları hakkında bilgilerin ve
- Uygulama, tarayıcı ve cihaz bilgilerinin

toplanacağı ve bu bilgilerin Threads'i ve diğer META ürünlerini sağlamak, kişiselleştirmek ve iyileştirmek (Threads ve Instagram'daki deneyimin akıcı bir şekilde kişiselleştirilmesi dâhil), META ürünlerinin performansının ölçümü ve analizi ile başka kurumsal hizmetler (reklamlar dâhil) sunmak amacıyla kullanılacağı görülmektedir. Ayrıca Threads Kullanım Koşulları'nın 6. maddesinde de "*Threads Hizmeti'ni kullanabilmek için Gizlilik İlkesi'ni ve Threads İlave Gizlilik İlkesi'ni kabul etmeniz gerekir.*" ifadeleri yer almaktadır¹⁵².

- (164) Söz konusu çift yönlü veri aktarım mekanizması neticesinde oluşabilecek veri birleştirme davranışı, bugüne kadar dijital pazarlara yönelik olarak alınan kararlarda ve literatürde kabul edildiği üzere pazara giriş engelleri yaratması, mevcut giriş engellerini artırması ya da pazar gücüne sahip olunan hizmetler vasıtasıyla elde edilen verilerin, farklı pazarlarda, rekabet üzerinde olumsuz etki yaratacak şekilde kullanılması sonucunu doğurabilecektir. İlaveten bu davranış, kaldıraç etkisi gibi dışlayıcı rekabet hukuku endişelerinin yanı sıra, tüketicinin özgür seçim yapmasının engellenmesi gibi endişeleri de ortaya çıkarabilecektir.
- (165) Bu noktada söz konusu endişeleri somutlaştırmak adına veri birleştirme ile ilgili uluslararası uygulamaların incelenmesinde yarar görülmektedir. Bu doğrultuda ilk olarak Threads'in AB'de kullanıma sunulması sürecinin açıklığa kavuşturulması gerekmektedir. META tarafından ifade edildiği üzere, Threads, AB haricinde 2023 yılının Temmuz ayında küresel olarak piyasaya sürülmüştür. Bu noktada, Threads'in AB'de hemen piyasaya sürülmeme kararının arkasında dijital piyasalara yönelik olarak getirilen düzenlemelerin etkili olduğu değerlendirilmektedir. Söz konusu düzenlemelerin başında gelen DMA gereğince geçit bekçisi olarak nitelendirilen teşebbüslerin, farklı hizmetlerinden elde etmiş oldukları verileri son kullanıcıların açık rızası olmaksızın birleştirmesi yasaklanmıştır¹⁵³.

¹⁵¹ Bkz. <https://news.bloomberglaw.com/ip-law/metasp-move-tying-threads-to-instagram-raises-privacy-red-flags>, Erişim Tarihi: 20.10.2024

¹⁵² Bkz. https://help.instagram.com/769983657850450?helpref=faq_content, Erişim Tarihi: 20.10.2024.

¹⁵³ DMA'nın 5. maddesinde yer alan hüküm şu şekildedir:

"2. The gatekeeper shall not do any of the following:

(a) process, for the purpose of providing online advertising services, personal data of end users using services of third parties that make use of core platform services of the gatekeeper;

(b) combine personal data from the relevant core platform service with personal data from any further core platform services or from any other services provided by the gatekeeper or with personal data from third-party services;

- (166) Dosya kapsamında yapılan inceleme ve tespitler doğrultusunda, 14.12.2023 tarihinde (küresel olarak piyasaya sürülmesinden yaklaşık beş ay sonra), Threads'in artık AB'de de kullanıma açıldığının META tarafından duyurulduğu görülmüştür. Dolayısıyla bu noktada META'nın Threads'i AB'de kullanıma sunabiliyor olması ile DMA kapsamında öngörülen yükümlülükleri karşıladığı, eş deyişle Threads'in kullanıma sunulması bakımından yürütülen sürecin DMA ile uyumlu hale getirildiği kanaati oluşmaktadır. META tarafından da DMA'nın 5, 6 ve 7. maddelerinde belirtilen yükümlülüklerle uyumu sağlamak adına alınan önlemler kapsamında Threads'e ilk kez erişen tüm AB kullanıcılarına, verilerinin nasıl kullanılacağı ve Threads verilerinin Instagram hesaplarıyla birleştirilip birleştirilmeyeceğinin açıklandığı, bu doğrultuda Threads ile nasıl etkileşim kuracakları konusunda bilinçli bir seçim yapma olanağı tanındığı belirtilmiştir.
- (167) Söz konusu sürecin ardından META hakkında yürütülen incelemelere bakıldığında, Bundeskartellamt tarafından yürütülen ve yukarıda detayları aktarılan Facebook/Oculus incelemesinin, bağlama uygulamasının yanı sıra entegre edilmiş çevrim içi ürünlerde veri birleştirme ihlallerine de örnek teşkil ettiği anlaşılmaktadır. Veri birleştirme eylemlerine ilişkin yürütülen sürece daha detaylı bakıldığında ise GWB Bölüm 19a(2)'nin dördüncü fıkrasının (a) bendi uyarınca¹⁵⁴ pazara giriş engelleri oluşturan/pazara girişin önündeki engelleri önemli ölçüde artıran veya bu tür bir sonucun ortaya çıkmasına sebep olan veri işleme politikalarına yönelik şart ve koşulların talep edilmesi, özellikle kullanıcılara bu tür verilerin işlenip işlenmediği, nasıl ve hangi amaçla işleneceği konusunda yeterli seçenek sunulmaksızın; hizmetlerin kullanımının, kullanıcının teşebbüsün diğer hizmetlerinden veya üçüncü taraf sağlayıcılardan gelen verilerin işlenmesini kabul etmesi şartına bağlanmasının Bundeskartellamt tarafından yasaklanabileceği görülmektedir.
- (168) Devam eden inceleme bu hizmetlere yönelik veri işleme politikalarında kullanıcılara yeterli seçimin sağlanması gerektiği, seçim mimarisi ve onay taleplerinin yanı sıra hangi sınırlı amaçlar doğrultusunda, kullanıcıların izni olmadan da verilerinin birleştirilmesine devam edilmesine izin verileceği konularına odaklanmıştır¹⁵⁵. Öte yandan taraflar, incelemenin sonuçlanacağı tarihe kadar, ayrı bir META hesabı kullanarak sanal gerçeklik ürünlerine erişim sağlayan kullanıcılarla ilgili olarak Oculus kapsamında elde edilen verilerin, diğer META hizmetlerinden elde edilen verilerden ayrı tutulacağı konusunda uzlaşmaya varmıştır.
- (169) Komisyonun, daha önce de ifade edilen META'nın çeşitli hizmetler bakımından geçit bekçisi belirlenmesini konu alan kararında¹⁵⁶ ise Facebook Dating ve Facebook

(c) cross-use personal data from the relevant core platform service in other services provided separately by the gatekeeper, including other core platform services, and vice versa; and
(d) sign in end users to other services of the gatekeeper in order to combine personal data, unless the end user has been presented with the specific choice and has given consent within the meaning of Article 4, point (11), and Article 7 of Regulation (EU) 2016/679.
(...)"

¹⁵⁴ GWB Section 19a (2);

"4. creating or appreciably raising barriers to market entry or otherwise impeding other undertakings by processing data relevant for competition that have been collected by the undertaking, or demanding terms and conditions that permit such processing, in particular a) making the use of services conditional on the user agreeing to the processing of data from other services of the undertaking or a third-party provider without giving the user sufficient choice as to whether, how and for what purpose such data are processed; (...)"

¹⁵⁵ A.g.k s. 4-6.

¹⁵⁶ CASE DMA.100020.

Gaming Play ürünlerinin çevrim içi sosyal ağ hizmeti sunan Facebook platformuna entegre özellikleri bulunsa da açıkça farklı amaçlara hizmet ettiği ve kullanıcıların gözünde de bu hizmetlerin ikame edilebilir olmadığı değerlendirilerek, söz konusu uygulamalar arasında veri birleştirilmesine DMA uyarınca son verilmesi gerektiği değerlendirilmiştir.

- (170) Akabinde META, DMA kapsamında öngörülen yükümlülüklerle ilişkin Komisyona sunduğu uyum raporunda^{157,158};

Her bir temel platform hizmeti ve diğer hizmetler (Facebook Gaming Play ve Facebook Dating) için:

- (i) *Son kullanıcılara: (1) veri birleşimini içeren kişiselleştirilmiş bir hizmet ve (2) veri birleşimi olmadan çalışmak üzere tasarlanmış daha az kişiselleştirilmiş bir alternatif olmak üzere iki seçenek arasında tarafsız bir seçim sunulmuştur.*
- (ii) *Son kullanıcılar, söz konusu onay sürecinin dışında kişisel verileri hakkında da belirli bir seçim hakkına sahip olmuştur. Bu seçim son kullanıcılar için karışıklığı gidermek adına tasarlanmıştır.*
- (iii) *Son kullanıcılara, tanıdık ve anlaşılması kolay, izlenebilir ve anlaşılabilir bir formatta tasarlanmış bir seçenek sunulmuştur.*
- (iv) *Son kullanıcılara her zaman önceki seçimlerini tekrar gözden geçirme seçeneği verilmiştir.*

hususlarına yer vermiştir. Söz konusu uyum raporu dikkate alındığında META'nın DMA'ya uyum kapsamında her bir temel platform hizmeti ve diğer hizmetleri bakımından son kullanıcılara hesaplarındaki verilerin birleştirilmemesine yönelik seçenek sunacağı ve Facebook ve Instagram özelinde veriye ilişkin birtakım yenilikler de getireceği anlaşılmaktadır. META, Facebook Dating ve Facebook Gaming Play ürünleri için kullanıcılara verilerinin birleştirip birleştirilmeyeceği noktasında seçimlerini yeniden onaylatmaya hizmet edecek bir seçim ekranı da sunmuştur.

- (171) Yukarıda aktarılan yurt dışı örneklerinin yanında Türkiye özelindeki gelişmelere bakıldığında, Kurul tarafından alınan 20.10.2022 tarihli ve 22-48/706-299 sayılı karar sonucunda META'ya temel hizmetleri arasında (Facebook, Instagram ve WhatsApp) veri birleştirmeye son vermesi konusunda birtakım yükümlülükler getirildiği vurgulanmalıdır. Bahse konu kararda öncelikle *"META'nın temel hizmetleri olarak adlandırılan Facebook, WhatsApp, Instagram ve Messenger hizmetleri de dâhil olmak üzere tüm ürün ve hizmetleri bakımından, veri toplama politikası, her bir ürünün hizmet koşullarına ve gizlilik ilkelerine dayandırılmaktadır. Bu politika kapsamında META, bünyesinde bulundurduğu ürünlerden, farklı kategoriler altında oldukça çeşitli veri toplamaktadır. (...)"* ifadelerine yer verilmiş olup META tarafından toplanan verilerin oldukça çeşitli ve kapsamlı olduğu tespit edilmiştir.
- (172) İlaveten META'nın, topladığı bu veriler sayesinde, bir yandan kullanıcıların ilgi alanlarına göre uyarlanmış ve kişiselleştirilmiş içeriğe erişmelerine ve bu içeriği keşfetmelerine; diğer yandan da reklam verenlerin, işlerini büyütmelerine ve ürünleri

¹⁵⁷ Bkz. <https://digital-markets-act-cases.ec.europa.eu/reports/compliance-reports> Erişim Tarihi: 20.10.2024.

¹⁵⁸ META'nın DMA uyumu bakımından getirdiği yeniliklerin tamamı AB, Avrupa Ekonomik Alanı ve İsviçre'de uygulanacaktır. Söz konusu yeniliklerin, eğer uygulanacaklarsa, hangilerinin küresel düzeyde de uygulanacağı açıkça belirtilmemiştir.

veya hizmetleriyle ilgilenme olasılığı yüksek kitlelere ulaşmalarına olanak sağladığı, aldığı bilgilere dayanarak bu tür kişiselleştirilmiş deneyimler ve yenilikçi reklamlar ile reklam ölçüm çözümlerini sunabildiği bahse konu Kurul kararında ifade edilmiştir. Ayrıca META'nın topladığı bilgileri, sunduğu özellikleri ve içeriği (bir kullanıcının Haber Kaynağı, Instagram Akışı, Instagram Hikâyeleri ve reklamlar dâhil olmak üzere) kişiselleştirmek ve kullanıcılara önerilerde bulunmak (kullanıcıların ilgisini çekebilecek gruplar veya etkinlikler veya kullanıcıların takip etmek isteyebileceği konular gibi) için de kullandığı vurgulanmıştır.

(173) Sonuç olarak Kurul tarafından alınan 20.10.2022 tarihli ve 22-48/706-299 sayılı kararda;

- META'nın temel hizmetlerinden topladığı verileri birleştirmek suretiyle kişisel amaçlı sosyal ağ hizmetleri ile çevrim içi görüntülü reklamcılık pazarlarında faaliyet gösteren rakiplerinin faaliyetlerini zorlaştırmak ve pazara giriş engeli yaratmak suretiyle rekabetin bozulmasına yol açtığına ve 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesini ihlal ettiğine ve
- İhlali sonlandırmak ve pazardaki etkin rekabetin tesis edilmesini temin etmek için gerekli tedbirleri belirlenen süre içinde Kuruma tevsik etmesi gerektiğine

karar verilmiştir.

(174) Kurul tarafından alınan 20.10.2022 tarihli ve 22-48/706-299 sayılı kararda da ifade edildiği üzere META'nın sahip olduğu veri gücü, META'nın kullanıcı tercih ve isteklerini doğru zamanlı bir biçimde takip etmesine imkân vermekte; buna göre ürün ve hizmetlerin kullanıcı tercihleri doğrultusunda geliştirilmesini ve tasarlanmasını mümkün kılarak META'nın pazarda sahip olduğu gücü pekiştirmesini sağlamaktadır.

(175) META'nın sahip olduğu kullanıcı tabanının büyüklüğü ve çeşitliliği, her yaş grubundan kullanıcılarının olması, Facebook ve Instagram'ı¹⁵⁹ aynı zamanda reklam verenler bakımından da cazip hale getirmektedir. Öyle ki kullanıcı tabanının genişliği ile elde edilen veri gücü ise sunulan iş ve hizmetlerin geliştirilmesinde kullanılmakta, ayrıca ilgili teşebbüs tarafından ilişkili pazarlarda sunulan hizmetler bakımından da önem taşıyarak ve "sıfır fiyatlı" hizmet sunan platformların hedefli reklamcılık faaliyetleri vasıtasıyla gelir elde edebilmelerini sağlamaktadır.

(176) Reklam verenlerin, sahip olduğu bu kullanıcı portföyü nedeniyle META ürünlerine artan oranda yönelmesi ise hem META'nın daha fazla gelir elde etmesine¹⁶⁰ ve böylelikle hizmet geliştirme amacıyla daha fazla kaynak ayırabilmesine imkân sağlamakta hem de rakiplerin reklam verenlere ve dolayısıyla finansal kaynaklara erişimini zorlaştırmaktadır. Sonuç olarak, pazarda dolaylı ağ etkilerinin de mevcut olduğu göz önüne alındığında, ilgili durum sosyal medya pazarında yer alan potansiyel rakiplerin hizmetlerini finanse edebilmek amacıyla kendi bünyelerine reklam verenleri çekmelerini zorlaştırmakta ve bir giriş engeli oluşturmaktadır.

(177) İlâveten, META'nın sunduğu temel hizmetler ve ilişkili hizmetler ile birlikte bir ekosistem olarak faaliyette bulunması, teşebbüsün sunduğu her bir hizmete katkı sağlamakta, bir

¹⁵⁹ META tarafından ifade edildiği üzere, hâlihazırda Threads üzerinden reklam sunulmamaktadır.

¹⁶⁰ Dosya mevcudu bilgileri kapsamında, META'nın ürün ve hizmetlerini kullanan bireysel kullanıcılardan ücret almadığı bilinmektedir. Bununla birlikte, META gelirlerinin büyük kısmı (%(.....)) reklamcılık faaliyetlerinden ileri gelmektedir. Bu gelirin ise ağırlıklı olarak Facebook, Instagram ve Facebook Messenger'da gerçekleştirilen reklamcılık faaliyetleri kapsamında bu mecralarda yayınlanan reklamlardan elde edildiği belirtilmiştir.

hizmetten edindiği gücü ve birikimi diğer hizmetlere aktarmasını mümkün kılmakta ve böylelikle pazardaki konumunu ve gücünü, sunduğu her bir hizmet bakımından beslemektedir.

- (178) Soruşturma kapsamında META'nın hâkim durumda olduğunun tespit edilmiş olması da veri birleştirmenin pazarda yol açacağı rekabet karşıtı etkilerin varlığına yönelik olguları güçlendirmektedir. Hal böyleyken META'nın, Instagram ve Threads uygulamalarından elde ettiği kullanıcı verilerini 20.10.2022 tarihli ve 22-48/706-299 sayılı Kurul kararında öngörülen tedbirlere rağmen birleştirmeye devam etme davranışının META'nın pazardaki mevcut konumunu korumasına ve dahası güçlendirmesine hizmet edeceği değerlendirilmektedir. İlaveten bu davranış, dışlayıcı rekabet hukuku endişelerinin yanı sıra, tüketicinin özgür seçim yapmasının engellenmesi gibi endişeleri de ortaya çıkarabilecektir. Kullanıcıların Threads uygulamasını kullanabilmeleri için öncelikle yukarıda yer verilen kullanım koşulları ile gizlilik politikalarını kabul etmeleri gerekmekte, aksi takdirde Threads uygulamasından yararlanamamaları gündeme gelmektedir.
- (179) Tam da bu sebeple Kurulun 08.02.2024 tarihli toplantısında, dijital pazarlarda gözlemlenen rekabet sorunlarına müdahalede geç kalınması durumunda pazardaki rekabet ortamının zarar göreceği ve çoğunlukla geri dönüşü mümkün olmayan sonuçlar doğma ihtimalinden hareketle, Kurul tarafından alınan 20.10.2022 tarihli ve 22-48/706-299 sayılı kararla ihlal niteliği sabit olan veri birleştirmeye yönelik davranışlar hakkında, telafisi mümkün olmayacak zararların önlenmesi bakımından nihai karar verilinceye kadar 4054 sayılı Kanun'un 9. maddesinin dördüncü fıkrası uyarınca, *"Threads uygulaması aracılığıyla elde edilen verilerin Instagram uygulamasından elde edilen veriler ile birleştirilmesinin engellenmesi"* yönünde geçici tedbir alınmasına ve bu yükümlülüklerin yerine getirilmemesi durumunda 4054 sayılı Kanun'un 17. maddesinin (a) bendi uyarınca META hakkında idari para cezası uygulanmasına 24-07/125-50 sayı ile karar verilmiştir.
- (180) META tarafından Geçici Tedbir Kararı'nın gereğinin yerine getirilmesine ilişkin olarak 06.03.2024 tarihli ve 49444 sayılı yazı ile Kurum kayıtlarına sunulan dilekçede, Instagram ve Threads arasında verilerinin birleştirilmesini tercih etmeyen mevcut kullanıcıların *"profil olmadan kullan"* seçeneğini seçmesi halinde kişisel verilerinin Threads ile Instagram arasında birleştirilmeyeceği, böylece kullanıcılara bir seçenek sunulduğundan Geçici Tedbir Kararı'na uyum sağlandığı hususu ifade edilmektedir. Kurulun 14.03.2024 tarihli toplantısında, *"profil olmadan kullan"* seçeneğinin geçici tedbire konu olan endişeleri giderme noktasında yeterli bir çözüm olup olmadığı, eş deyişle son kullanıcılara daha az kişiselleştirilmiş ancak eşdeğer bir alternatif sunup sunmadığı ve son kullanıcıların bahse konu veri işleme uygulamalarına katılmayı özgürce seçip seçmediği değerlendirilerek 24-13/256-M sayı ile;
- Söz konusu önerilerin, soruşturmaya konu ilgili ürün pazarında meydana gelebilecek rekabet ihlallerini ve bunların yol açabileceği telafi edilemeyecek nitelikteki zararları önlemek amacıyla nihai karar verilinceye kadar, "META tarafından Threads uygulaması aracılığıyla elde edilen verilerin Instagram uygulamasından elde edilen veriler ile birleştirilmesinin engellenmesi" şeklindeki yükümlülüğü karşılamakta yeterli olmadığına¹⁶¹,

¹⁶¹ Söz konusu kararda esasen, verilerinin birleştirilmesini tercih etmeyen mevcut/potansiyel kullanıcıların Threads'i profil oluşturmadan kullanmayı tercih etmeleri durumunda Threads tarafından sunulan içerik beğenme, paylaşma ve alıntılama gibi temel işlevlerden faydalanamayacağı ve kendi tercihlerine göre kişiselleştirilmiş bir akışa sahip olamayacakları, benzer şekilde diğer kullanıcılar ile aktif

- 20.02.2024 tarihinden başlamak üzere her gün için cironun on binde beşi oranında uygulanacak idari para cezasının, yükümlülükleri karşılamakta yeterli olan çözüm önerileri Kurum kayıtlarına sunulana kadar devam etmesine

karar verilmiştir.

- (181) Akabinde META tarafından Kurum kayıtlarına 02.05.2024 tarihli ve 51387 sayılı yazı ile sunulan üçüncü dilekçede ise META'nın Geçici Tedbir Kararı'na uyum sağlamak adına Türkiye'de Threads hizmetinin sunumunu durdurduğu, bu doğrultuda, 30.04.2024 tarihi itibarıyla META'nın, Türkiye'deki tüm Threads kullanıcılarının profillerini devre dışı bıraktığı ve söz konusu kullanıcıların bu tarihten itibaren Threads'i kullanamayacakları hususlarına yer verilmiştir.
- (182) Kurulun 03.05.2024 tarihli toplantısında; META'nın Kurum kayıtlarına sunduğu çözüm önerilerinin Geçici Tedbir Kararı'nda öngörülen yükümlülükleri konusuz bıraktığına, bu doğrultuda META hakkında 4054 sayılı Kanun'un 17. maddesinin (a) bendi uyarınca 2022 yılı gayri safi gelirlerinin on binde beşi oranında olmak üzere 20.02.2024 tarihinde başlayan ve 29.04.2024 tarihinde sonra eren (.....) gün için toplam (.....) TL idari para cezası uygulanmasına 24-21/482-205 sayı ile karar verilmiştir.
- (183) Görüldüğü üzere META, veri birleştirmeye ilişkin dosya kapsamında ortaya çıkan dışlayıcı endişeler ile tüketicinin özgür seçim yapmasının engellenmesi gibi endişeleri ortadan kaldırmamış, yalnızca günlük idari para cezasını durdurmak gayesiyle Threads'in kullanımını askıya almayı tercih etmiştir. Dolayısıyla Threads'in mevcut haliyle ileride yeniden kullanıma sunulması ihtimalinde, yukarıda aktarılan tüm endişelerin yeniden gündeme geleceği değerlendirilmektedir. Bu noktada META tarafından sunulan taahhütlerin, söz konusu endişelerin yeniden gündeme gelmesi ihtimalini bertaraf edip etmeyeceği değerlendirilmiştir.

H.4.2. META Tarafından Sunulan Taahhüt Metni

- (184) META tarafından dosya konusu endişeleri gidermek amacıyla 30.10.2024 tarihli ve 58303 sayılı yazı ile Kurum kayıtlarına sunulan Taahhüt Metni'nde;
- Geçici Tedbir Kararı'na uyum göstermek için kullanıcılara sunulan ve Kurul tarafından veri birleştirmeye yönelik endişeleri gidermekte yetersiz kaldığı değerlendirilen "*profil olmadan kullan*" deneyiminde önemli iyileştirmelerde bulunulduğu,
 - META'nın yeni önerisi kapsamında, Türkiye'deki kullanıcılara (.....) yapma imkânı sunulacağı,

(.....TİCARİ SİR.....)¹⁶²

bir etkileşime geçemeyecekleri değerlendirilmiştir. Bu doğrultuda, kullanıcıların temel işlevlerden eksiksiz şekilde faydalanamayacağı, veri birleştirme yönünde rıza göstermeyen kullanıcılara eşdeğer bir alternatifin sunulmadığı ve uygulamaya sınırlı bir erişim imkânı tanındığı hususlarından hareketle "*profil olmadan kullan*" seçeneğinin geçici tedbire konu olan endişeleri giderme noktasında yeterli bir çözüm olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

¹⁶² META tarafından, bu çözümün geliştirme aşamasının henüz başında olduğu, (.....).

- (.....)¹⁶³ Türkiye’de Threads’e ilk defa kaydolacak kullanıcılara kayıt esnasında sunulabilecek seçeneklerin örnek görsellerine aşağıda yer verildiği¹⁶⁴,

(.....TİCARİ SIR.....)

- Bir kullanıcının Threads’e ilk defa kaydolurken (.....) halinde, Threads kişisel verilerinin Instagram hesabıyla (Instagram hesabı varsa) birleştirilmeyeceği,
- Kullanıcıların (.....) tercih etmesi halinde, Geçici Tedbir Kararı’na uyum göstermek kapsamında sunulan uyum “*profil olmadan kullan*” deneyiminden (.....) elde edileceği, (.....),
- (.....) ilişkin örnek görsellere aşağıda yer verildiği,

(.....TİCARİ SIR.....)

- (.....) kullanıcı deneyimlerinin, (.....) kullanmayı seçen kullanıcılara sunulan deneyimden esas olarak farklı olmadığı, ayrıca aşağıda aktarılan (.....) kullanıcı arayüzlerinin, de (.....) kullanıcılar için farklılaşmadığı,

(.....TİCARİ SIR.....)

- META tarafından, yukarıda aktarılan ve Threads’e ilk defa kaydolacak kullanıcılar yanında, 01.05.2024 tarihinde Türkiye’deki Threads operasyonlarını askıya alması sonrasında mevcut kullanıcılarına (i) Threads profillerini devre dışı bırakma ancak silmeme veya (ii) profillerini silme seçeneği sunulduğu,
- Threads’in Türkiye’de yeniden kullanıma sunulması halinde, Threads profillerini silmemeyi tercih ederek deaktif bırakarak kullanıcılarına tekrar mevcut profillerine erişim imkânı sunulacağı,
- Bu doğrultuda META tarafından, Threads’in Türkiye’de yeniden kullanıma sunulması halinde, (.....),
 - (.....) veya
 - (.....).

¹⁶³ (.....)

¹⁶⁴ (.....)

- Buna göre; (.....) artık kullanıcının (.....) kişisel verilerinin Instagram hesabıyla birleştirilmeyeceği,
- (.....) oluşturulması için önemli mühendislik çalışmalarının gerektiği, bu bağlamda bahsedilen çözümün (.....) kullanıma sunulabilmesinin beklendiği¹⁶⁵,
- Threads'in Türkiye'de aktif hale gelmesi öncesinde (.....)

hususları ifade edilmektedir.

H.4.3. 4054 Sayılı Kanun'un 43. maddesi ve 2021/2 sayılı Tebliğ Kapsamında Değerlendirme

- (185) Yürütülmekte olan soruşturma kapsamında META'nın taahhüt sunma talebi üzerine Kurulun taahhüt görüşmelerine başlanması yönündeki 29.02.2024 tarihli ve 24-11/199-M sayılı kararının ardından META tarafından sunulan taahhüt çözümlerine açıklamalarıyla birlikte yukarıda yer verilmiştir.
- (186) 2021/2 sayılı Tebliğ'in "Taahhüdün niteliği" başlıklı 9. maddesinin ikinci fıkrası, sunulan taahhüdün değerlendirilmesi bakımından yol göstericidir:
- "Taahhüt rekabet sorunlarıyla orantılı, bu sorunları gidermeye elverişli, kısa sürede yerine getirilebilir ve etkili şekilde uygulanabilir olmalıdır ..."*
- (187) META tarafından sunulan taahhüt paketi incelendiğinde, sunulan taahhütlerin H.4.1. numaralı başlıkta yer verilen rekabet karşıtı endişeleri bertaraf etmeye yönelik olduğu anlaşılmaktadır. İlgili bölümde yer verildiği üzere dosya konusu endişeler özellikle bağlama ve veri birleştirme uygulamaları etrafında yoğunlaşmaktadır. Bu doğrultuda META tarafından sunulan taahhütlerin mevcut dosya kapsamında ortaya çıkan rekabet karşıtı endişeleri giderip gidermediği sorgulanmalıdır.
- (188) Bu doğrultuda aşağıda, sunulan taahhütlerin öncelikle bağlama uygulamaları kapsamında ortaya çıkan rekabet karşıtı endişeleri giderip gidermediği incelenmiş, ardından sunulan taahhütler veri birleştirme davranışına yönelik olarak hem mevcut kullanıcılar hem de Threads'e yeni kaydolacak kullanıcılar ekseninde ele alınarak rekabet karşıtı endişeleri giderip gidermediği değerlendirilmiştir.

Bağlama Uygulamasına Yönelik Değerlendirme

- (189) Daha önce de ifade edildiği üzere mevcut dosya kapsamında bağlama uygulamaları ile ilintili olarak;
- META'nın Instagram ürününü Threads'ten bağımsız olarak kullanıma sunabiliyor olması ancak Threads ürününü Instagram'dan bağımsız olarak kullanıma sunmamasının, Instagram uygulamasının Türkiye'de %90'lara varan kullanım oranının olması da dikkate alındığında, bağlayan ürün pazarındaki pazar gücünün korunması amacıyla rekabeti kısıtlayıcı etkiler ortaya çıkarabileceği,
 - Threads'in faaliyette bulunduğu bağlanan ürün pazarında da META'nın sahip olduğu güçten kaynaklı olarak rekabetin sınırlandırılması ihtimalinin mevcut olduğu ve

¹⁶⁵ META tarafından ifade edildiği üzere (.....).

- META'nın sektör dinamiklerinden farklı olarak Threads uygulamasını kullanmak için farklı bir hizmeti olan Instagram'a üye olmayı zorunlu tutmasının kullanıcı tercihlerinin sınırlandırılmasına sebebiyet verdiği

tespitleri yapılmıştır.

- (190) META tarafından sunulan Taahhüt Metni incelendiğinde, (.....) uygulamaya geçirilmesi ile kullanıcıların (.....) sahip olacağı ve böylece kullanıcıların Threads'i kullanmak için Instagram hesabı oluşturmaları zaruretinin tamamen ortadan kalkacağı belirtilmektedir.
- (191) Gerçekten de söz konusu taahhüt incelendiğinde hem bu zamana kadar Threads'e kaydolan hem de bundan sonra kaydolacak kullanıcılar için artık önlerinde (.....) bulunduğu anlaşılmaktadır. Threads'e yeni kaydolacak kullanıcılar isterlerse (.....) olacaktırlar. İlave, daha önce hiç Instagram hesabı edinmeyen kullanıcılar da yalnızca Threads'i kullanabilmek için Instagram hesabı edinmek durumunda kalmayacaktır.
- (192) Threads'e daha önceden kaydolan ve hâlihazırda hesaplarını silmeyi tercih etmeyerek deaktif etmeyi tercih eden (.....). (.....) isterlerse (.....) söz konusu (.....) ile Instagram hesapları arasındaki bağlantıyı koparabileceklerdir.
- (193) Sonuç olarak META tarafından sunulan söz konusu taahhüt ile Threads Türkiye'de yeniden faal olduğu zaman artık Instagram ürününden bağımsız olarak kullanıma sunulabilecek, böylece bağlayan ürün ve bağlanan ürün pazarlarında ortaya çıkabilecek rekabet karşıtı endişeler giderilebilecek ve sektör dinamiklerine aykırı bir şekilde uygulamaya kaydolma noktasına sınırlanan kullanıcı tercihleri özgür bırakılabilecektir.
- (194) Son olarak 2021/2 sayılı Tebliğ'de taahhütlerin değerlendirilmesinde taahhüdün kısa sürede yerine getirilebilir ve etkili şekilde uygulanabilir olması şartı da aranmakta olup soruşturma tarafının soruşturma devam ederken Threads'in Türkiye'deki kullanımını askıya alması ve Threads'i yeniden kullanıma sunma sürecinde tespit edilen rekabet sorunlarını giderecek şekilde Kurul ile işbirliği içerisinde olacağını beyan etmesi hususları dikkate alındığında, anılan şartların mevcut dosya bakımından sağlanacağı değerlendirilmektedir.
- (195) Dolayısıyla bu noktada META tarafından sunulan taahhütlerin bağlama davranışı nedeniyle ortaya çıkan rekabet sorunlarıyla orantılı ve bu sorunları gidermeye elverişli, kısa sürede yerine getirilebilir ve etkili şekilde uygulanabilir olduğu değerlendirilmektedir.

Veri Birleştirme Uygulamasına Yönelik Değerlendirme

- (196) Daha önce de ifade edildiği üzere Threads ve Instagram arasında var olan çift yönlü veri aktarım mekanizması neticesinde oluşabilecek veri birleştirme davranışı hakkında;
- Pazara giriş engelleri yaratabileceği, mevcut giriş engellerini artırabileceği ya da pazar gücüne sahip olunan hizmetler vasıtasıyla elde edilen verilerin, farklı pazarlarda, rekabet üzerinde olumsuz etki yaratacak şekilde kullanılması sonucunda rekabeti kısıtlayıcı etkiler doğurabileceği,
 - Kaldıraç etkisi gibi dışlayıcı nitelikteki rekabet hukuku endişelerinin yanı sıra, tüketicinin özgür seçim yapmasının engellenmesi gibi endişeleri de ortaya çıkarabileceği,

- META'nın hâkim durumda olmasının da bahse konu rekabet karşıtı etkilerin varlığına yönelik olguları güçlendirdiği, META'nın, Instagram ve Threads uygulamalarından elde ettiği kullanıcı verilerini 20.10.2022 tarihli ve 22-48/706-299 sayılı Kurul kararında öngörülen tedbirlere rağmen birleştirmeye devam etme davranışının META'nın pazardaki mevcut konumunu korumasına ve dahası güçlendirmesine hizmet edeceği

değerlendirmelerinde bulunulmuştur.

- (197) Her ne kadar hâlihazırda META, Geçici Tedbir Kararı'nı konusuz bırakarak Threads'in kullanımını Türkiye'de askıya almış olsa da Threads mevcut hâliyle Türkiye'de yeniden kullanıma sunulduğu takdirde söz konusu endişelerin yeniden gündeme geleceği değerlendirilmektedir. Dolayısıyla META tarafından sunulan taahhütler bu yönüyle de ele alınmalı, bu güne kadar oluşan rekabet karşıtı endişelerin yanında, Threads yeniden Türkiye piyasasında sunulmaya başlandığında söz konusu endişelerin devam edip etmeyeceği irdelenmelidir.
- (198) META tarafından sunulan Taahhüt Metni incelendiğinde, veri birleştirme davranışına yönelik ortaya çıkan rekabet karşıtı endişeleri giderme noktasında sunulan taahhütlerin, hem ileride Threads'e ilk defa kaydolacak kullanıcılar bakımından hem de mevcut (hesapları deaktive olan) kullanıcılar bakımından tasarlandığı anlaşılmaktadır. Bu doğrultuda aşağıda ilk olarak Threads Türkiye'de yeniden kullanıma sunulduğunda Threads'e ilk defa kaydolacak kullanıcılar ve hesaplarını silmeyi tercih etmeyen ve hesapları deaktive konumda buluna mevcut kullanıcılar bakımından değerlendirme yapılmıştır.
- (199) META tarafından da ifade edildiği üzere kullanıcılar Threads'e ilk defa kaydolurken kendilerine (.....) veya (.....) şeklinde (.....) sunulacaktır. Bir kullanıcı Threads'e ilk defa kaydolurken (.....), Threads kişisel verileri Instagram hesabıyla (Instagram hesabı varsa) birleştirilmeyecektir. Böylece kullanıcı verileri üzerinde kontrol sahibi olacaktır.
- (200) Bu kapsamda ilk olarak, verileri birleştirme eyleminin kullanıcı kontrolüne bırakılıp bırakılmayacağı bakımından bir ön değerlendirme yapılmalıdır. İhlalin sonlandırılabilmesi için META'nın Threads'ten edindiği veriyi, Instagram ile birleştirmemesi ya da diğer bir temel hizmetinde kullanmaması gerekmektedir. Bununla birlikte, son kullanıcılara daha az kişiselleştirilmiş ancak eşdeğer bir alternatif sunulması ve son kullanıcıların bahse konu veri işleme uygulamalarına katılmayı özgürce seçebilmesi, bahse konu tedbirin yerine getirilmesine imkân sağlayabilecektir.
- (201) Son kullanıcının tercihine sunulan uygulama, rıza veren kullanıcılara sağlanan hizmete kıyasla farklı veya düşük kalitede olmamalıdır. Ancak bu durumun istisnası, söz konusu verilerin birleştirilememesinin doğrudan sonucu olarak kabul edilebilecek farklılıklardır. Diğer bir ifadeyle, verilerin birleştirilmesinin doğrudan sonucu olan hizmet farklılıkları hariç olmak üzere, verilerin birleştirilmesi neticesini ortaya çıkaracak hususlara onay verilmediğinde, son kullanıcıların farklı veya düşük kalitede hizmete maruz kalmaması gerekmektedir.
- (202) Diğer taraftan bu rızanın daha önce de ifade edildiği üzere (i) belirli bir konuya ilişkin olması, (ii) bilgilendirmeye dayanması ve (iii) özgür irade ile açıklanması gerekmektedir. İlaveten kullanıcının rıza vermesi, rıza vermemesinden daha zor olmamalıdır. Rıza talep edildiğinde, son kullanıcıya açık, net ve anlaşılır bir şekilde onay vermesi, değiştirmesi veya geri çekmesi için proaktif olarak kullanıcı dostu bir çözüm sunulmalıdır. Ayrıca kullanıcının rızayı vermesi kadar geri çekmesi de kolay olmalıdır. Bu anlamda çevrim içi arayüzün, son kullanıcıların özgürce rıza verme

kabiliyetini aldatacak, manipüle edecek veya başka bir şekilde bozacak ya da zayıflatacak şekilde tasarlanmaması gerekmektedir. Bu husus platformda yer alan son kullanıcıların tamamının bilgi sahibi olmasını ve buna göre seçim yapmasını gerektirmektedir¹⁶⁶. Dolayısıyla META tarafından sunulan taahhütlerin bu kapsamda değerlendirilmesi önem taşımaktadır.

- (203) İlk olarak, sunulan taahhütler incelendiğinde, kullanıcıların Threads'e kaydolurken karşılaştıkları ekran görüntülerinin kullanıcıları bilgilendirme konusunda yeterli görülebileceği söylenebilecektir. Öyle ki (.....)¹⁶⁷ "(.....)" başlığı altında yer alan (.....) ifadelerinin (.....) net bir bilgilendirme içerdiği anlaşılmaktadır. Devamında (.....) yer alan (.....) ifadesi incelendiğinde ise (.....) kullanıcıların bilgilendirildikleri görülmektedir. İlâveten (.....) yer alan (.....) ifadelerinden de (.....) açıkça ifade edilmektedir.
- (204) İlâveten kişinin özgür bir şekilde rıza gösterebilmesi için, neye rıza gösterdiğini bilmesi de önem arz etmektedir. Kişinin sadece belirli bir konu üzerinde değil, aynı zamanda rızasının sonuçları üzerinde de tam bir bilgi sahibi olması beklenmektedir. Bilgilendirme yapılırken elde edilecek kişisel verilerin hangi amaçlarla kullanılacağı açıkça belirtilmeli, kişinin anlamayacağı terimler ya da yazılı bilgilendirme yapıldığında okumakta güçlük çekeceği şekilde küçük puntolar ve ifadeler kullanılmamalıdır¹⁶⁸.
- (205) CMA tarafından yayımlanan "Çevrim İçi Platformlar ve Dijital Reklamcılık Raporu"nda (CMA Raporu)¹⁶⁹, kullanıcılara seçenek sunan platformlarda bile bu seçimin gerçekçi bir şekilde sağlanmamasından endişe duyulduğuna, seçeneklerin kullanıcıya gösterilme şekli nedeniyle seçim yapmanın genellikle karmaşık bir yapı sergilediğine, incelenen tüm sosyal medya platformlarında ancak birden fazla ekranda gezindikten sonra görülebilen gizlilik ayarlarına nasıl erişileceğinin açık olmadığına, platformların seçim sunma şeklinin tüketicilerin bilinçli seçim yapma yeteneğini nasıl engellediğine ve tüketicilerin platformların çıkarına en uygun seçimleri yapmaya nasıl teşvik edildiğine dair birçok değerlendirme yapılmıştır.
- (206) CMA Raporu'nda, çoğu kullanıcının verilerinin kullanımı üzerinde daha fazla kontrole sahip olmak istediğine dair bulgulara rağmen, pek çok tüketicinin gizlilik ayarları ile etkileşimde bulunmadığı tespit edilmiştir. Ayrıca platformların gizlilik koşullarının uzun ve karmaşık olduğu, tüketicilerin bir hizmeti kullanmak için kaydolmadan önce genellikle karmaşık olan bu terimlerin tamamını okuyup anlamalarının beklenmesinin makul olmadığı vurgulanarak kullanıcıların anlaşılır bir şekilde kendilerine sunulan varsayılan seçenekleri kabul ettikleri, bu koşulların platformlar tarafından belirlendiği ve kullanıcıların kişisel verilerinin kullanımına ilişkin tercihleri ile platformun sağladığı önemli faydalar arasında denge kurmalarının zor olduğu değerlendirilmiştir.
- (207) 09.08.2023 tarihinde CMA ve Information Commissioner's Office (ICO) tarafından yayımlanan ortak makalede¹⁷⁰ de kullanıcılara kişisel bilgilerinin toplanması ve işlenmesi konusunda bilgi ve seçenek sunmak için belirli türdeki uygulamaların kullanılması durumunda ortaya çıkabilecek zararlar ele alınmıştır. Böylece

¹⁶⁶ Bkz. <https://www.kvkk.gov.tr/Icerik/2037/Acik-Riza-Alirken-Dikkat-Edilecek-Hususlar>, Erişim Tarihi: 31.10.2024.

¹⁶⁷ Söz konusu ifadeler karar yazımı kapsamında Türkçe'ye çevrilmiştir.

¹⁶⁸ Bkz. <https://kvkk.gov.tr/SharedFolderServer/CMSFiles/0cd33e96-77cf-4989-b29b-d331af6a463f.pdf>, Erişim Tarihi: 31.10.2024.

¹⁶⁹ CMA (2020), "Online Platforms and Digital Advertising", Market Study Final Report, <https://www.gov.uk/cma-cases/online-platforms-and-digital-advertising-market-study>, Erişim Tarihi: 31.10.2024.

¹⁷⁰ Bkz. https://assets.publishing.service.gov.uk/media/60a3c893d3bf7f288aaa5c9b/Joint_CMA_ICO_Public_statement_-_final_V2_180521.pdf, Erişim Tarihi: 31.10.2024.

platformların kullanıcıların kişisel bilgileri üzerindeki kontrolünü zayıflatabilecek ve rekabet sorunlarına yol açabilecek zararlı tasarımların önüne geçilmesi hedeflenmiştir. Buna göre ilgili makalede, gizlilik politikaları konusunda doğru ya da yanlış bir karar olduğunu düşündüren bir dil kullanmanın, kullanıcıların seçimlerini çarpıtacak şekilde belirli seçeneklerin bulunmasını kolaylaştırmanın ve kullanıcıları belirli bir seçeneği seçmeye yönlendirmenin rekabet hukuku açısından endişe yaratabileceği değerlendirilmiştir.

- (208) Yukarıda aktarılan bilgilerden hareketle, mevcut dosya kapsamında da kullanıcıların bahse konu kriterler çerçevesinde META hizmetlerinin işleyişine kendi özgür iradeleri ile dâhil olup olmadığı sorgulanmıştır. (.....) yer alan ve (.....) ekran görüntüsü incelendiğinde, (.....) açıklamalarına yer verildiği de görülmektedir. Ayrıca hem bilgilendirmenin (.....) hem de içeriğinin karmaşık olmaması, ilk etapta kullanıcıların söz konusu seçeneği seçmekten imtina etmeyeceği şeklinde de yorumlanabilecektir. (.....) şekil, punto ve renk tasarımının kullanıcıyı yönlendirici nitelikte olmadığı ve sonuç itibarıyla kullanıcının özgür iradesini tam ve sağlıklı bir şekilde kullanabileceği kanaatine varılmaktadır.
- (209) Diğer taraftan, verilerinin birleştirilmesine rıza vermeyen son kullanıcının tercihine sunulan uygulamanın, verilerinin birleştirilmesine rıza veren kullanıcılara sağlanan hizmete kıyasla farklı veya daha düşük kalitede olmaması gerektiği hatırlatılmalıdır. Ancak bu durumun istisnası, söz konusu verilerin birleştirilememesinin doğrudan sonucu olarak kabul edilebilecek farklardır. Diğer bir ifadeyle, verilerin birleştirilmesinin doğrudan sonucu olan hizmet farklılıkları hariç olmak üzere, verilerin birleştirilmesine onay verilmediğinde, son kullanıcıların farklı veya düşük kalitede hizmete maruz kalmaması gerekmektedir.
- (210) Çevrim içi sosyal medya platformlarının temel işlevlerinden birisi kullanıcıların birbirleri ile etkileşim kurmasını sağlamaktır. Bu minvalde, META'nın Threads'i tanıtmasının ve kullanıma sunmasının temel amacının kullanıcılarının birbirleriyle etkileşime girmesini kolaylaştırmak olduğunu söylemek mümkündür. Bu bağlamda, META tarafından sunulan Taahhüt Metni'ndeki açıklamalar dikkate alındığında (.....) göre kullanıcı deneyimi yönünden dezavantajlı konumda bulunmadığı da değerlendirilebilecektir. Şöyle ki (.....) de görüleceği üzere; (.....) kullanıcıları, tıpkı (.....) sahip kullanıcılar gibi (.....) sahip olabileceklerdir. Diğer bir ifadeyle, kullanıcıların (.....) durumunda Threads tarafından sunulan temel işlevlerden eksiksiz faydalanmalarına engel teşkil eden herhangi bir durum olmayacaktır. Ayrıca, (.....) herhangi bir farklılık olmayacağı, sunulan taahhütlerden anlaşılmaktadır.
- (211) Tüm bu açıklamalardan hareketle, Threads yeniden Türkiye'de faaliyetlerine başladığı zaman hesapları arasında verilerinin birleştirilmesini tercih etmeyecek olan potansiyel kullanıcıların Threads'i, (.....) kullanabileceklerine ilişkin (.....), kullanıcıları açık bir şekilde bilgilendirme noktasında yeterli olduğu, (.....) durumunda söz konusu kullanıcılara sağlanan hizmetin, (.....) kullanıcılara kıyasla (.....) ancak eşdeğer bir alternatif ile sunulacağı değerlendirilmektedir.
- (212) Threads'e ilk defa kaydolacak olan potansiyel kullanıcılar bakımından yapılan değerlendirmelerin akabinde sunulan taahhütlerin mevcut kullanıcılar bakımından da ele alınması gerekmektedir. META tarafından sunulan taahhütler incelendiğinde, Threads'in Türkiye'de yeniden kullanıma sunulması halinde, Threads hesaplarını silmeyi tercih etmeyen ve mevcut durumda hesapları deaktifte konumda bulunan kullanıcıların (.....) ve (.....) veya (.....) istenecektir.

- (213) Bir kullanıcının (.....) halinde, hesabı (.....) geçebilecek ve (.....) aracılığıyla (.....) koruyabilecektir. Bu durumda kullanıcının (.....) kişisel verileri Instagram hesabıyla birleştirilmeyecektir. (.....) META tarafından belirtildiği üzere, (.....) kullanıcılara sunulacaktır.
- (214) Mevcut durumda hesapları deaktif konumda bulunan kullanıcılara sunulacak seçeneklerin de verileri birleştirme eyleminin kullanıcı kontrolüne bırakılıp bırakılmayacağı açısından değerlendirmesi gerekmektedir. META tarafından söz konusu kullanıcılara sunulan seçenekler akabinde kullanıcı (.....) mahrum kalmayacaktır. Dolayısıyla bu aşamada (.....) seçeneği, kullanıcının gözünde (.....) dezavantajlı konumda olmayacaktır.
- (215) Bununla birlikte yukarıda potansiyel kullanıcılar bakımından kullanıcı rızası ve bu rızanın kapsamı ile sonuçları hakkında yapılan açıklamalar, META tarafından bu aşamada (.....) sunulamadığından, mevcut kullanıcılar bakımından somutlaştırılamıyor olsa da varılan kanıların genel olarak mevcut durumda hesapları deaktif olan kullanıcılar için geçerli olacağı şüphesizdir. Kaldı ki Threads'in hâlihazırda kullanımda olmadığı ve META tarafından sunulacak (.....) Kurul tarafından uygun bulunması halinde Türkiye'de kullanıma sunulacağı göz önünde bulundurulduğunda, Kurul tarafından yapılacak değerlendirmelerde kullanıcı rızasına ve bu rızanın anlam ve sonuçlarına ilişkin aranan şartların esas teşkil edeceği değerlendirilmektedir. Diğer bir anlatımla, META tarafından Threads hesaplarını silmeyi tercih etmeyen ve mevcut durumda hesapları deaktif konumda bulunan kullanıcıların karşısına çıkarılacak olan (.....), veri birleştirmeye yönelik endişeleri giderici nitelikte tasarlanmadıkça Kurul tarafından kabul edilmeyecektir. Dolayısıyla bu noktada söz konusu kullanıcı grubu için sunulan taahhütlerin bu aşamada rekabet karşıtı endişeleri gidermeye elverişli nitelikte olduğu söylenebilecektir.
- (216) Son olarak 2021/2 sayılı Tebliğ'de taahhütlerin değerlendirilmesinde taahhüdün kısa sürede yerine getirilebilir ve etkili şekilde uygulanabilir olması şartı da aranmakta olup soruşturma tarafının soruşturma devam ederken Threads'in Türkiye'deki kullanımını askıya alması ve Threads'i yeniden kullanıma sunma sürecinde tespit edilen rekabet sorunlarını giderecek şekilde Kurul ile işbirliği içerisinde olacağını beyan etmesi hususları dikkate alındığında, anılan şartların bu dosya bakımından sağlanacağı değerlendirilmektedir.
- (217) Dolayısıyla bu noktada META tarafından sunulan taahhütlerin veri birleştirme davranışı nedeniyle ortaya çıkan rekabet sorunlarıyla orantılı ve bu sorunları gidermeye elverişli, kısa sürede yerine getirilebilir ve etkili şekilde uygulanabilir olduğu kanaatine varılmıştır.

I. SONUÇ

(218) Rekabet Kurulunun 23.11.2023 tarihli, 23-54/1031-M sayılı kararı uyarınca yürütülen soruşturma kapsamında;

- Meta Platforms Inc. tarafından sunulan ve Kurum kayıtlarına 30.10.2024 tarih ve 58303 sayı ile intikal eden nihai taahhütlerin, dosya kapsamında tespit edilen rekabet sorunlarını giderebilecek nitelikte olması nedeniyle kabulüne ve ilgili teşebbüs açısından bağlayıcı hale getirilmesine,
- Bu çerçevede 23.11.2023 tarihli, 23-54/1031-M sayılı Kurul kararı uyarınca yürütülen soruşturmanın sonlandırılmasına

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