

**Rekabet Kurumu Başkanlığından,**

**REKABET KURULU KARARI**

**Dosya Sayısı** : 2022-1-015

**(Soruşturma)**

**Karar Sayısı** : 23-31/604-204

**Karar Tarihi** : 13.07.2023

**A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER**

**Başkan** : Birol KÜLE

**Üyeler** : Şükran KODALAK, Hasan Hüseyin ÜNLÜ,  
Ayşe ERGEZEN, Cengiz ÇOLAK, Berat UZUN

**B. RAPORTÖRLER** : Merve BİROĞLU, Melisa AĞYÜZ AYDOĞDU,  
Muhammed Ali BEKTEMUR, Funda SOYLU, Can AKA,  
Habil Arda KEL, Seda AÇIKGÖZ, Zeyneddin SEZEROĞLU

**C. BAŞVURUDA**

**BULUNAN**

: - Hasan ŞAKA

İstoç Oto Ticaret Merkezi, N Blok, No:10, Mahmutbey,  
Bağcılar/İstanbul

- Rahman BAYIN

Göztepe Mahallesi, İstoç 4. Cadde, No:4C, Bağcılar/İstanbul

- Marmara Motorlu Araç Satıcıları Derneği

Küçükyalı Merkez Mah., Mustafa Kemal Atatürk Caddesi,  
Altinkum İş Merkezi, No:35/11, Maltepe/İstanbul

**D. HAKKINDA SORUŞTURMA**

**YAPILAN**

: - Sahibinden Bilgi Teknolojileri Pazarlama ve Ticaret AŞ

Değirmen Yolu Caddesi, No:28, Asia Ofis Park A Blok, Kat:2,  
Ataşehir/İstanbul

- (1) **E. DOSYA KONUSU:** Sahibinden Bilgi Teknolojileri Paz. ve Tic. AŞ'nin emlak ve vasıta satış/kiralama hizmetlerine yönelik çevrim içi platform hizmeti pazarlarındaki hâkim durumunu aşırı fiyat uygulamak suretiyle kötüye kullandığı iddiası.
- (2) **F. İDDİALARIN ÖZETİ:** Sahibinden Bilgi Teknolojileri Paz. ve Tic. AŞ'nin (SAHİBİNDEN) emlak ve vasıta satış/kiralama hizmetlerine yönelik çevrim içi platform hizmeti pazarlarındaki hâkim durumunu aşırı fiyat uygulamak suretiyle kötüye kullanarak, 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un (4054 sayılı Kanun) 6. maddesini ihlal edip etmediğinin tespiti.
- (3) **G. DOSYA EVRELERİ:** Rekabet Kurumu (Kurum) kayıtlarına 15.02.2022 tarih ve 25412 ve 15.02.2022 tarih ve 25421 sayı ile intikal eden başvurular Rekabet Kurulunun (Kurul) 03.03.2022 tarihli toplantısında görüşülmüş ve 22-11/168-M sayı ile başvuruya konu iddialara yönelik olarak 4054 sayılı Kanun'un 40. maddesinin birinci fıkrası uyarınca SAHİBİNDEN hakkında önaraştırma yapılmasına karar verilmiştir. Söz konusu iddia hakkında başlatılan önaraştırma sonucunda hazırlanan 17.06.2022 tarihli ve 2022-1-015/ÖA sayılı Önaraştırma Raporu Kurulun 30.06.2022 tarihli toplantısında görüşülmüş ve 22-29/469-M sayılı karar ile SAHİBİNDEN hakkında, emlak ve vasıta satış/kiralama hizmetlerine yönelik çevrim içi platform hizmetleri pazarında sahip olduğu hâkim durumunu aşırı fiyat uygulamak suretiyle kötüye kullanıp kullanmadığının tespiti amacıyla, 4054 sayılı Kanun'un 41. maddesi uyarınca soruşturma açılmasına karar verilmiştir.

(4) Dosya kapsamındaki incelemeler devam ederken Kurum kayıtlarına 31.05.2022 tarih ve 28370 sayı ile intikal eden ve Marmara Motorlu Araç Satıcıları Derneği (MMASD) tarafından yapılan başvuruda özetle;

- SAHİBİNDEN'in belirli ilan fiyatını aşan araçlarda, ilgili tutarı aşan kısmın %0,03'ü oranında ek ücret alacağını bildirdiği,
- SAHİBİNDEN'in hâkim durumunu kötüye kullanarak haksız kazanç elde etmeyi hedeflediği,
- Ayrıca SAHİBİNDEN'in üyelik fiyatlarında artış uyguladığı

ifade edilerek SAHİBİNDEN hakkında gereğinin yapılması talebinde bulunulmuştur. İlgili başvuruya ilişkin hazırlanan 08.07.2022 tarihli ve 2022-1-015/BN-01 sayılı Bilgi Notu, Kurulun 21.07.2022 tarihli toplantısında görüşülmüş ve 22-33/520-M sayı ile söz konusu başvurunun yürütülen soruşturma kapsamında değerlendirilmek üzere dosyaya eklenmesine karar verilmiştir.

(5) 4054 sayılı Kanun'un 43. maddesinin ikinci fıkrası uyarınca hakkında soruşturma başlatıldığına ve 30 gün içerisinde birinci yazılı savunmasının gönderilmesi gerektiğine dair 07.07.2021 tarihli ve 46499 sayılı bildirim yazısı, 18.07.2022 tarihinde SAHİBİNDEN tarafından tebellüğ edilmiştir. SAHİBİNDEN'in birinci yazılı savunması, 4054 sayılı Kanun'un 43. maddesinin ikinci fıkrasında öngörülen süre içinde 17.08.2022 tarihli ve 30380 sayılı yazı ile Kurum kayıtlarına intikal etmiştir.

(6) Soruşturma kapsamındaki iddiaların detaylı şekilde incelenmesinin gerekmesi ve bu kapsamda gerçekleştirilmesi planlanan anket, veri derleme ve sayısal analizlerin tamamlanmasının zaman gerektirmesi nedenleriyle hazırlanan ek süre talepli 18.11.2022 tarihli ve 2022-1-014/BN-02 sayılı Bilgi Notu Kurulun 23.11.2022 tarihli toplantısında görüşülmüş olup 22-52/770-M sayı ile soruşturma süresinin bitiminden itibaren dört ay uzatılmasına karar verilmiştir.

(7) Soruşturma Heyeti tarafından yapılan inceleme, değerlendirme ve tarafların ilk yazılı savunmaları da dikkate alınarak hazırlanan 02.05.2023 tarihli ve 2022-1-015/SR-01 sayılı Soruşturma Raporu (Rapor) ve ekleri soruşturma tarafı teşebbüse tebliğ edilmiştir. Anılan teşebbüsün ikinci yazılı savunması 06.06.2023 tarihli ve 39366 sayılı yazı ile Kurum kayıtlarına yasal süresi içerisinde intikal etmiştir.

(8) Tarafın ikinci yazılı savunması çerçevesinde hazırlanan 12.06.2023 tarihli ve 2022-1-015/EG sayılı Ek Görüş, Kurul üyeleri ve ilgili teşebbüslere tebliğ edilmiştir.

(9) Ek Görüşü takiben gönderilen tarafın üçüncü yazılı savunması ise 13.06.2023 tarih ve 39636 sayı ile Kurum kayıtlarına intikal etmiştir.

(10) Kurul; yürütülen soruşturma ile ilgili olarak düzenlenen Rapor'a, Ek Görüş'e, toplanan delillere, savunmalara ve incelenen dosya kapsamına göre 13.07.2023 tarih ve 23-31/604-204 sayı ile nihai kararı tesis etmiştir.

(11) **H. RAPORTÖR GÖRÜŞÜ:** İlgili Rapor ve Ek Görüş'te; Sahibinden Bilgi Teknolojileri Pazarlama ve Ticaret AŞ'nin, "*kurumsal üyelerin emlak satış/kiralama faaliyetlerine yönelik çevrim içi platform hizmeti, kurumsal üyelerin vasıta satış faaliyetlerine yönelik çevrim içi platform hizmeti, bireysel üyelerin emlak satış/kiralama faaliyetlerine yönelik çevrim içi platform hizmeti, bireysel üyelerin vasıta satış faaliyetlerine yönelik çevrim içi platform hizmeti*" pazarlarında hâkim durumda olduğu, bununla birlikte, Sahibinden Bilgi Teknolojileri Pazarlama ve Ticaret AŞ'nin 2020-2022 döneminde anılan pazarlarda aşırı fiyatlandırma yoluyla 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 6. maddesi hükmünü ihlal etmediği ve dolayısıyla aynı Kanun'un 16.

maddesi uyarınca adı geçen teşebbüse idari para cezası uygulanmasına yer olmadığı ifade edilmiştir.

## I. İNCELEME, GEREKÇE VE HUKUKİ DAYANAK

### I.1. Soruşturma Tarafı: SAHİBİNDEN

- (12) SAHİBİNDEN, sahibi olduğu *www.sahibinden.com* adlı internet sitesi üzerinde ilan vermek ve/veya ürün/hizmet satmak isteyen taraflar ile potansiyel tüketicileri bir araya getirmek amacıyla 2000 yılında kurulmuş bir şirkettir. Teşebbüsün ortaklık yapısı aşağıdaki tabloda yer almaktadır:

Tablo 1: SAHİBİNDEN'in Hissedarlık Yapısı

Hissedarlar	Hisse Değeri (TL)	Hissedarlık Oranı (%)
Taner AKSOY	(.....)	(.....)
Belgin BERKİN	(.....)	(.....)
Mert AKSOY	(.....)	(.....)
TOPLAM	(.....)	(.....)

Kaynak: 05.08.2021 tarihli ve 21-37/540-263 sayılı Kurul kararı.

#### I.1.1. SAHİBİNDEN'in Çalışma Modeli ve Fiyatlandırma Politikası Hakkında Genel Bilgi

- (13) SAHİBİNDEN, platformunda, başta emlak ve vasıta kategorileri olmak üzere; yedek parça, aksesuar, donanım ve tuning, ikinci el ve sıfır alışveriş, iş makineleri ve sanayi, ustalar ve hizmetler, özel ders verenler, iş ilanları, yardımcı arayanlar ve hayvanlar âlemi olarak adlandırılan 10 farklı ana kategori altında ilanlara alan sağlamaktadır. Bu kategorilerden yedek parça, aksesuar, donanım ve tuning kategorisinde Temmuz 2008, iş ilanları kategorisinde Temmuz 2001 ve diğer kategorilerde Aralık 2000 tarihinden itibaren hizmet sunmaya başlamıştır.
- (14) SAHİBİNDEN nitelik bakımından elektronik ticaret ve ilan/reklam iş modeli olmak üzere iki farklı hizmet sunmaktadır. SAHİBİNDEN, elektronik ticaret modelinde ikinci el ve sıfır alışveriş, yedek parça, aksesuar, donanım ve tuning, iş makineleri ve sanayi ile hayvanlar âlemi kategorileri altında internet sitesi üzerinde alıcı ile satıcının bir araya gelmesine ve ödeme işleminin gerçekleşmesine aracılık etmekte ve dolayısıyla bu model kapsamında sunulan ilanların satış oranlarını takip edebilmektedir. Bununla birlikte SAHİBİNDEN, bu model kapsamında elde edilen gelirlerin, toplam gelirleri içerisinde oldukça düşük bir paya sahip olduğunu beyan etmiştir. İlan iş modeli kapsamında ise SAHİBİNDEN, tamamen tarafları buluşturmaya yönelik bir aracılık fonksiyonu üstlenmekte, gerçekleşen alım/satım işlemlerinde taraf olmamakta, satılan ürünün/hizmetin satış miktarı, fiyatı gibi hususlarda tasarrufta bulunmamakta ve dolayısıyla işlettiği platform dışında satıcı ile potansiyel müşteri arasında herhangi bir alım-satım işleminin gerçekleşip gerçekleşmediğine dair bilgi sahibi olmamaktadır. İlan iş modeli kapsamında platformu ziyaret ederek istediği ürünü/hizmeti bulan ve satın alan veya ürünü kiralayan üye, SAHİBİNDEN'e herhangi bir komisyon veya ücret ödememektedir.
- (15) SAHİBİNDEN ilettiği yazıda, hem kurumsal üyelerin hem de bireysel üyelerin platformda ilan verirken i) "Seri İlan" ve ii) "Güvenli E-Ticaret (GeT)" ve "S-Param Güvende" olmak üzere iki farklı ilan verme şekliyle faydalanabildiğini belirtmiştir.
- (16) "Seri İlan" yönteminde yüz yüze görüşerek veya alıcı ile satıcının kendi aralarında anlaşmaları bir ödeme yöntemi ile alışveriş tamamlanmaktadır. Bu modelde, satın alma işlemi platform üzerinde gerçekleşmemektedir ve ödeme, teslimat, iade gibi tüm

hususlar alıcı ve satıcı arasındaki anlaşmaya bağlıdır. SAHİBİNDEN bu yöntemde üyesine sadece satmak istediği ürüne ilişkin bir tanıtım platformu hizmeti sunmaktadır. Bir başka deyişle, SAHİBİNDEN bu hizmeti kapsamında sadece ilan yeri sağlayıcısı olarak faaliyet gösterdiğinden ilana konu ürünün satışının gerçekleşip gerçekleşmediğini takip edememektedir. Bu anlamda SAHİBİNDEN'in bu yöntem açısından bir işlem platformu olduğu söylenememektedir.

- (17) "GeT ve S-Param Güvende" yöntemi ise kredi kartı ile SAHİBİNDEN üzerinden ürün satın alınabilen ilanlara yönelik hizmetleri kapsamaktadır. Bu hizmetlerin uygulandığı kategorilerde (ikinci el ve sıfır alışveriş, yedek parça, aksesuar, donanım ve tuning, iş makineleri ve sanayi ile hayvanlar âlemi isimli kategoriler) ödemeler kredi kartı ile internet sitesi üzerinden yapılmakta ve işlemlerin tamamlanıp tamamlanmadığı, başka bir deyişle satışın yapıp yapılmadığı SAHİBİNDEN tarafından takip edilebilmektedir. İlave, bu yöntemin uygulandığı kategorilerdeki ilanların satışa dönüş oranlarına ilişkin veriye SAHİBİNDEN sistemlerinden ulaşılabilmesinin mümkün olduğu ve bu işlemlerin SAHİBİNDEN'in toplam gelirleri içindeki payının çok düşük olduğu belirtilmiştir. 2020-2022 yılları itibarıyla SAHİBİNDEN'in tüm kategorilere ilişkin yıllık bazda toplam ilan sayılarına aşağıdaki tabloda yer verilmektedir:

Tablo 2: 2020-2022 Yılları İtibarıyla SAHİBİNDEN Üzerindeki İlanların Kategori Bazlı Dağılımı

Kategori	2020	2021	2022 <sup>1</sup>
Emlak	(.....)	(.....)	(.....)
Vasita	(.....)	(.....)	(.....)
Yedek Parça, Aksesuar, Donanım ve Tuning	(.....)	(.....)	(.....)
İkinci El ve Sıfır Alışveriş	(.....)	(.....)	(.....)
İş Makineleri ve Sanayi	(.....)	(.....)	(.....)
Özel Ders Verenler	(.....)	(.....)	(.....)
İş İlanları	(.....)	(.....)	(.....)
Yardımcı Arayanlar	(.....)	(.....)	(.....)
Hayvanlar Âlemi	(.....)	(.....)	(.....)
TOPLAM	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: SAHİBİNDEN Cevabi Yazıları.

- (18) Yukarıda yer verilen tablodan görüldüğü üzere, emlak kategorisindeki kurumsal üyeler tarafından verilen ilanlar, SAHİBİNDEN üzerinden verilen toplam ilanların 2020 yılında %(.....)'unu, 2021 yılında %(.....)'sini, 2022 yılının ilk dört ayı için %(.....)'ünü; vasita kategorisindeki kurumsal üyeler tarafından verilen ilanlar, SAHİBİNDEN üzerindeki toplam ilanların 2020 yılında %(.....)'unu, 2021 yılında %(.....)'ünü, 2022 yılının ilk dört ayı için %(.....)'ini oluşturmaktadır.
- (19) SAHİBİNDEN üzerinden ilan vermek isteyenler; bireysel ve kurumsal üyeler olarak ikiye ayrılmakta ve her bir üye grubu için verilen aracılık hizmetine karşılık SAHİBİNDEN tarafından farklı fiyatlandırma politikası uygulanmaktadır. Faaliyet konusu emlak ve/veya vasita alımı, satımı ve kiralaması olan teşebbüsler, kurumsal üye; profesyonel olarak emlak ve/veya vasita alımı, satımı ve kiralaması işiyle iştigal etmeyen gerçek kişiler ise bireysel üye grubunu oluşturmaktadır.
- (20) Bireysel üyeler, hem emlak hem de vasita kategorilerinde yılda bir defaya mahsus olmak üzere ve 30 gün süreyle yayımda kalmak kaydıyla ücretsiz ilan verebilmektedir. 30 günlük ücretsiz ilan süresi dolduktan sonra ise bireysel üyelerin ilanı yayımdan kaldırılmakta veya bireysel üye, ilanının yayımlanmaya devam etmesi için ilan başına

<sup>1</sup> Tabloda 2022 yılının ilk dört ayına ilişkin verilere yer verilmiştir.

ücret ödemektedir. Dolayısıyla SAHİBİNDEN, ne emlak ne de vasıta kategorilerinde bireysel üyelerine ilan paketi formatında bir hizmet sunmamaktadır. Emlak ve vasıta kiralama/satma faaliyetleriyle iştigal eden ve SAHİBİNDEN üzerinden tüketicilere ulaşmak isteyen kurumsal üyeler ise portföylerindeki araçların ve gayrimenkullerin satışı/kiralanması için SAHİBİNDEN'e, satın aldıkları ilan paketlerine göre ücret ödemektedir. Çevrim içi ilan paketi fiyatları; ilan adedi, ilan verilen bölge, mağaza yaşı vb. kriterlere göre değişiklik gösterebilmektedir.

- (21) SAHİBİNDEN, vasıta satış fiyatını dikkate alan ücretlendirme politikasını ilk kez 17.08.2021 tarihinde bireysel üyelerin yayımladığı ücretli ilanlar için uygulamaya başlamıştır. Bu tarihten itibaren vasıta kategorisinde bireysel üyelerin, yıllık ücretsiz ilan limitini kullanmalarını takiben yayımladıkları ilk ücretli ilandan başlayarak ilanlar, ilana konu araç satış fiyatının bulunduğu fiyat aralığına karşılık gelen fiyattan ücretlendirilmeye başlanmıştır. Satışa sunulan araç fiyatlarının ortalamaları göz önünde bulundurularak belirlenmiş olan ilan ücretine ilişkin vasıta fiyat aralıkları, ikinci el araç fiyatlarındaki artışlar neticesinde 03.02.2022 tarihinde güncellenmiştir. Bu kapsamda vasıta fiyatına göre değişen ilan ücretlerine ilişkin bilgilere aşağıdaki tabloda yer verilmiştir:

Tablo 3: Bireysel Üyeler Açısından Vasıta Fiyatına Göre Değişen İlan Ücretleri

17.08.2021 Tarihindeki Ücret Uygulaması		03.02.2022 Tarihinde Güncellenen Ücret Uygulaması	
Fiyat Aralıkları	Ücretler	Fiyat Aralıkları	Ücretler
(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
		(.....)	(.....)

Kaynak: SAHİBİNDEN Cevabi Yazıları.

Tablo 4: Nisan 2022 Tarihi İtibarıyla Bireysel Üyeler Açısından Vasıta Fiyatına Göre Değişen Güncel İlan Ücretleri

Fiyat Aralıkları	Standart İlan	Pro İlan	Premium İlan
(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: SAHİBİNDEN Birinci Yazılı Savunması.

- (22) Tablo 3'te görüldüğü üzere 03.02.2022 tarihindeki güncelleme ile aynı zamanda tabloya yeni bir fiyat aralığı eklenmiş, bireysel üyeler özelinde 1.000.000 TL üzeri fiyatlandırılan vasıtalara ilişkin ilanlar için (.....) TL'lik bir ücret belirlenmiştir. Tablo 4'e bakıldığında ise Nisan 2022 itibarıyla bireysel üyeler tarafından tercih edilen ilan türüne göre 1.000.000 TL üzeri fiyatlandırılan vasıtalara uygulanan ilan ücretlerinin (.....) TL ile (.....) TL aralığında olduğu görülmektedir.
- (23) Kurumsal üyelerin, ticari faaliyeti emlak ve/veya vasıta alımı, satımı ve kiralaması olan teşebbüslerden oluştuğu ve bu üyelerden alınan ücretin de ilan paketine göre farklılık gösterdiği anlaşılmaktadır. Bu üyeler için vasıta satış fiyatını dikkate alan ücretlendirme politikası ise 01.02.2022 tarihinde uygulanmaya başlamıştır. Dosyaya konu teşkil eden bu ücretlendirme politikası çerçevesinde, SAHİBİNDEN tarafından; ilan yayımlanırken kara taşıtlarına ilişkin ilan fiyatlarının 1.000.000 TL'yi aşan kısmının %0,03'ü oranında ek bir ücret alındığı, bu uygulamanın, taahhüdü devam eden kurumsal üyeler için

mevcut taahhüt döneminin sona ermesinin ardından yürürlüğe gireceği<sup>2</sup> ve ek ücretin en çok (.....) TL ile sınırlandırıldığı belirtilmiştir<sup>3</sup>. Ayrıca ilgili ilan için daha önce ilan ek ücreti ödendi ise bu ilanın tekrar yayıma alındığı durumlarda ilandaki araç fiyatı artırılmadığı sürece tekrar ilan ek ücreti alınmadığı, deniz ve hava araç ilanlarının ise bu uygulamadan etkilenmediği açıklanmıştır.

- (24) İlgili politika çerçevesinde ilanların fiyatlarının güncellenmesi durumunda, başka bir deyişle vasıtanın fiyatı 1.000.000 TL'nin altındayken yeni fiyatının 1.000.000 TL'nin üstüne çıkarılması durumunda, 1.000.000 TL'nin üzerinde kalan tutarın %0,03'ünün ilan ek ücreti olarak yansıtıldığı; vasıta fiyatı 1.000.000 TL üzerindeyken fiyatı arttırıldığında, yeni fiyat ile bir önceki fiyat arasındaki farkın %0,03'ünün ek ilan ücreti olarak yansıtıldığı, fiyat güncellemelerine uygulanacak ek ücretlerin toplamda yine (.....) TL ile sınırlandırıldığı anlaşılmaktadır.

### **I.1.2. SAHİBİNDEN'e Yönelik Olarak Kurul Tarafından Gerçekleştirilen İncelemeler**

#### **19.02.2015 Tarihli ve 15-08/109-45 Sayılı Kurul Kararı**

- (25) Kurulun 19.02.2015 tarihli ve 15-08/109-45 sayılı kararı kapsamında, SAHİBİNDEN'in kurumsal üyelik ücretlerini yüksek belirlemek suretiyle 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesini ihlal edip etmediği incelenmiştir. Kararda, SAHİBİNDEN tarafından Ağustos 2014 tarihinden itibaren sunulan hizmetin kapsamının değişmesi nedeniyle fiyat değişikliğine gidildiği tespit edilmiş, 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesi kapsamında hâkim durumun kötüye kullanılmasının söz konusu olmadığı ve dolayısıyla soruşturma açılmasına gerek olmadığı yönünde karar verilmiştir.

#### **04.05.2017 Tarihli ve 17-15/175-87 Sayılı Kurul Kararı**

- (26) Kurulun 04.05.2017 tarihli ve 17-15/175-87 sayılı kararında SAHİBİNDEN ile Hürriyet Emlak'ın<sup>4</sup> çevrim içi gayrimenkul satış/kiralama hizmetleri pazarındaki hâkim durumunu aşırı fiyat uygulamak suretiyle kötüye kullandığı ve SAHİBİNDEN ile Hürriyet Emlak'ın uyumlu eylem içinde buldukları iddiaları incelenmiştir. Yürütülen önaraştırmada Hürriyet Emlak'ın çevrim içi gayrimenkul satış/kiralama hizmetleri pazarında hâkim durumda olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. SAHİBİNDEN ve Hürriyet Emlak'ın uyumlu eylem içinde buldukları iddiası açısından ise söz konusu iki teşebbüsün uyguladıkları fiyatların, fiyat artış oranlarının, fiyat artış stratejilerinin ve fiyat artış zamanlarının birbirinden farklı olması nedeniyle bu iddia bakımından da soruşturma açılmasına gerek olmadığına karar verilmiştir.

#### **01.10.2018 Tarihli ve 18-36/584-285 Sayılı Kurul Kararı (1. Aşırı Fiyat Kararı)**

- (27) Kurulun 01.10.2018 tarihli ve 18-36/584-285 sayılı kararıyla SAHİBİNDEN'in vasıta satış hizmetlerine yönelik çevrim içi platform hizmeti ve emlak satış/kiralama hizmetlerine yönelik çevrim içi platform hizmeti pazarlarında hâkim durumda olduğuna, SAHİBİNDEN'in bu pazarlarda aşırı fiyatlama yoluyla 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesi çerçevesinde hâkim durumunu kötüye kullandığına ve bu

<sup>2</sup> 01.02.2022 tarihinden itibaren yeni açılan mağazalar ek ücret uygulaması kapsamında iken mevcut mağazalar yeni taahhüt yenileme dönemleriyle birlikte bu uygulama kapsamına girmektedir. Örneğin, yıllık taahhüt süresi 01.07.2022 tarihinde sona eren ve taahhüt dönemi bitiminde taahhüdünü yenileyen bir kurumsal mağaza 01.07.2022 itibarıyla bu uygulamaya dâhil olacaktır.

<sup>3</sup> Uygulama, vasıta mağazalarının kara taşıtı ilanları için geçerli olup deniz ve hava taşıtları ilanları, fiyat seviyelerindeki ve kapanma sürelerindeki farklılıklar göz önüne alınarak SAHİBİNDEN tarafından kurguya dâhil edilmemiştir.

<sup>4</sup> Hürriyet Emlak, 2021 Mayıs tarihinden itibaren faaliyetlerine HEPSİEMLAK olarak devam etmektedir.

nedenle teşebbüse idari para cezası verilmesine karar verilmiştir. Söz konusu karar hakkında açılan dava sonucunda Ankara 6. İdare Mahkemesinin 18.12.2019 tarihli ve 2019/946 E. 2019/2625 K. sayılı kararı ile Kurulun 01.10.2018 tarihli ve 18-36/584-285 sayılı kararının kesin ve tartışmasız olarak elde edilmiş somut delillere dayanmadığı, gözleme istinaden sonuca varılmak suretiyle tesis edildiği ve bu sebeple söz konusu Kurul kararında hukuka uyarlık bulunmadığı gerekçeleriyle iptaline karar verilmiştir. Mahkemenin iptal kararı üzerine Kurulun 27.02.2020 tarihli ve 20-12/147-M sayılı kararıyla başvuru konusu iddialara yönelik olarak 4054 sayılı Kanun'un ihlal edilip edilmediğinin tespiti amacıyla aynı Kanun'un 41. maddesi uyarınca SAHİBİNDEN hakkında soruşturma açılmasına karar verilmiştir. 2015-2017 arası dönemin incelendiği soruşturma devam ederken, Kurulun 15.10.2020 tarihli ve 20-46/627-M sayılı kararıyla 2018-2020 dönemini incelemek üzere yeni bir soruşturma daha açılmıştır. Söz konusu iki soruşturmanın sonucu aşağıda aktarılmaktadır.

**08.07.2021 Tarihli ve 21-34/475-237 Sayılı Kurul Kararı (2. Aşırı Fiyat Kararı)**

- (28) Ankara 6. İdare Mahkemesinin iptal kararı üzerine yeniden yürütülen soruşturma sonunda Kurulun 08.07.2021 tarihli ve 21-34/475-237 sayılı kararıyla hakkında soruşturma yürütülen SAHİBİNDEN'in, "kurumsal üyelerin emlak satış/kiralama işlemlerine ilişkin ilan yeri sağlama hizmetlerine yönelik çevrim içi platform hizmeti" ve "kurumsal üyelerin vasıta satış işlemlerine ilişkin ilan yeri sağlama hizmetlerine yönelik çevrim içi platform hizmeti" pazarlarında hâkim durumda bulunduğu, SAHİBİNDEN'in incelenen fiyatlarının emlakçılarının ve galericilerin faaliyetlerini zorlaştıracak bir etkisinin bulunmadığına ve SAHİBİNDEN tarafından uygulanan fiyat artışlarının nihai tüketicilere yansıtıldığına dair somut bir tespit yapılamadığına, dolayısıyla SAHİBİNDEN'in 2015-2017 döneminde anılan pazarlarda aşırı fiyatlama yoluyla 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesini ihlal etmediğine ve teşebbüse idari para cezası uygulanmasına gerek olmadığına hükmedilmiştir.

**05.08.2021 Tarihli ve 21-37/540-263 Sayılı Kurul Kararı (3. Aşırı Fiyat Kararı)**

- (29) 2018-2020 dönemine ilişkin faaliyetleri konu alan 05.08.2021 tarihli ve 21-37/540-263 sayılı karar kapsamında da Kurul, SAHİBİNDEN'in, "kurumsal üyelerin emlak satış/kiralama işlemlerine ilişkin ilan yeri sağlama hizmetlerine yönelik çevrim içi platform hizmeti", "kurumsal üyelerin vasıta satış işlemlerine ilişkin ilan yeri sağlama hizmetlerine yönelik çevrim içi platform hizmeti", "bireysel üyelerin emlak satış/kiralama işlemlerine ilişkin ilan yeri sağlama hizmetlerine yönelik çevrim içi platform hizmeti" ve "bireysel üyelerin vasıta satış işlemlerine ilişkin ilan yeri sağlama hizmetlerine yönelik çevrim içi platform hizmeti" pazarlarında hâkim durumda bulunduğu, SAHİBİNDEN'in incelenen fiyatlarının emlakçılarının ve galericilerin faaliyetlerini zorlaştıracak bir etkisinin bulunmadığına ve SAHİBİNDEN tarafından uygulanan fiyat artışlarının nihai tüketicilere yansıtıldığına dair somut bir tespit yapılamadığına, bireysel üyelerin emlak ve vasıta satış faaliyetlerine yönelik çevrim içi platform hizmetleri bakımından SAHİBİNDEN'in fiyatlarının rakiplerinden önemli ölçüde yüksek olmadığına, dolayısıyla SAHİBİNDEN'in 2018-2020 döneminde anılan pazarlarda aşırı fiyatlama yoluyla 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesini ihlal etmediğine ve teşebbüse idari para cezası uygulanmasına gerek olmadığına karar vermiştir.

**30.09.2021 Tarihli ve 21-46/655-325 Sayılı Kurul Kararı**

- (30) Kurulun 30.09.2021 tarihli ve 21-46/655-325 sayılı kararında SAHİBİNDEN'in emlak satış/kiralama hizmetlerine yönelik çevrim içi platform hizmetleri pazarındaki hâkim durumunu dışlayıcı davranışlarla kötüye kullandığı iddiası incelenmiştir. Yürütülen önaraştırma sonucunda SAHİBİNDEN platformuna entegrasyon sağlanmamasının



rekabet karşıtı etkilerinin rekabetçi etkilerinden ağır bastığı, ancak şikâyetçinin talebinin birlikte işlerlik örnekleri gibi bir hizmetin sunumu için gerekli teknolojiye erişimden ziyade SAHİBİNDEN'in temel hizmetlerini kendi arayüzü üzerinden gerçekleştirmek için bir teknolojiye erişim talebi olduğu ve bu nedenle SAHİBİNDEN'in entegrasyon talebini reddetmesinin rekabet ihlali olarak değerlendirilemeyeceği; ayrıca entegrasyon ile oluşması beklenen faydaların daha az sınırlayıcı yollardan elde edilebileceği, nihai olarak mal vermenin reddi açısından iddialar incelendiğinde de entegrasyonun alt pazarda rekabet edebilmek için vazgeçilmez olmadığı, vazgeçilmez olduğu kabul edilse dahi reddin haklı gerekçelere dayandığı, ayrıca şikâyetçi ile şikâyette atıf yapılan teşebbüsün eşit konumda alıcılar olmadığı ve bu nedenle bir ayrımcılık uygulamasının ileri sürülemeyeceği belirtilerek soruşturma açılmasına gerek olmadığına karar verilmiştir.

- (31) Aynı tarihli ve sayılı toplantıda Kurul tarafından, SAHİBİNDEN'in emlak/vasıta satış/kiralama platform hizmetleri pazarındaki hâkim durumunu veri taşınabilirliğinin engellenmesi ve diğer yollarla kötüye kullanıp kullanmadığı iddiasına yönelik olarak resen soruşturma açılmasına karar verilmiştir.

### I.1.3. Rakip Teşebbüslerle Gerçekleştirilen Görüşmeler

- (32) Dosya kapsamında SAHİBİNDEN'in rakipleriyle çevrim içi görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Aşağıda bu görüşmelerde dile getirilen hususlara yer verilmektedir.

#### I.1.3.1. HEPSİEMLAK ile Yapılan Görüşme

- (33) HEPSİEMLAK ile gerçekleştirilen çevrim içi görüşmede teşebbüs yetkilileri tarafından;
- Yalnızca emlak kategorisinde faaliyet gösterdikleri ve (.....),
  - İlan paketlerinde taahhütlü ve taahhütsüz paket ayrımının bulunduğu (.....),
  - İnternet trafiğine ilişkin olarak (.....) web site performans analizi servisinden faydalandıkları,
  - Park yeri modelini<sup>5</sup> benimsedikleri,
  - (.....),
  - (.....),
  - (.....),
  - Altyapı yatırımlarına ilişkin olarak ise fotoğraf görüntülemenin yarattığı hacim nedeniyle sürekli bir şekilde yatırım yapılmasına ihtiyaç duyulduğu

ifade edilmiştir.

#### I.1.3.2. ZİNGAT ile Yapılan Görüşme

- (34) ZİNGAT ile yapılan çevrim içi görüşmede teşebbüs yetkilileri tarafından;
- ZİNGAT'ın yalnızca kurumsal kullanıcı olan emlak ofislerine hizmet verdiği, bireysel kullanıcıların ZİNGAT'ta ilan veremediği, (.....), (.....),
  - İlan paketlerinin (.....) farklılaştığı, taahhütlü ilan paketlerinin olduğu, ilanla beraber doping benzeri "enerji adedi" gibi ek hizmetlerinin olduğu,

<sup>5</sup> Park yeri modelinde ilan sahiplerinin sattıkları ilan paketlerindeki ilan sayısı, eş zamanlı yayımlanabilecek ilanları ifade etmekte olup üyeler yayımdan kaldırdıkları ilanların yerine tekrardan ilan yayımlayabilmektedir.



- Faturaların (.....) kesildiği ((.....)), yalnızca nakit ödemelerde faturanın (.....) kesildiği, (.....)<sup>6</sup>,
- İlan hakkının tek seferlik verildiği ve park yeri modelinin uygulanmadığı, dolayısıyla emlak ofisinin ilanı yayımladığı tarihte paketinden/bakiyesinden bir hakkın düştüğü, tüm ilanların tekil ilan olduğu ve yeniden yayımlama (*repost*) sisteminin kullanılmadığı,
- (.....),
- Elde ettikleri internet trafiğini takip için (.....) web site performans analizi servisinden yararlandığı,
- (.....),
- AR-GE ve altyapı yatırımları açısından zorluklarla karşılaştıkları, (.....)

ifade edilmiştir.

### I.1.3.3. SATIŞGARANTİ ile Yapılan Görüşme

(35) SATIŞGARANTİ ile yapılan çevrim içi görüşmede teşebbüs yetkilileri tarafından;

- İlan paketi fiyatlamaları için (.....) olmadığı,
- İlan vermek isteyen bireysel üyelere ücretsiz hizmet sundukları, kurumsal üyelere sunulan ilan paketlerinin yıllık paketler olduğu, yıllık paketlere ilişkin ödemelerin (.....) yapıldığı, ücret karşılığında kurumsal üyelere ek bir hizmet sunulmadığı, SATIŞGARANTİ tarafından sunulan paketlerde taahhüt olmadığından kurumsal üyelerin dilediği zaman paketlerini iptal edebildiği ve paketlerin kullanılmayan dönemine ilişkin ücretin iadesini alabildiği,
- SAHİBİNDEN'in ilan sistemi kredi usulü çalışırken SATIŞGARANTİ'nin ilan sisteminin kota bazlı bir sistem olduğu, eş deyişle, park yeri modelinin benimsendiği, SATIŞGARANTİ'de örneğin; 100'lük ilan paketi alan bir kurumsal üyenin eş zamanlı olarak 100 ilan yayımlayıp bu ilanları yıl boyunca yayımda tutabildiği veya ilanları silip yerlerine yeni ilan yayımlayabildiği ancak eş zamanlı olarak 101. ilanı yayımlayamadığı,
- Emlak için en düşük ilan paketlerinin yıllık (.....) ilan, en yüksek ilan paketlerinin ise yıllık (.....) ilan olduğu ve (.....) ayrı ilan paketinin sunulduğu; vasıta için en düşük ilan paketlerinin yıllık (.....) ilan, en yüksek ilan paketlerinin ise yıllık (.....) ilan olduğu ve (.....) farklı ilan paketinin sunulduğu; satın alınan paketteki ilan sayısının aşılma istenmesi durumunda (.....) yönlendirildiği,
- SATIŞGARANTİ sisteminde bir ilanın görüntülenme almış olması için (.....), yaklaşık (.....) ilanın eşsiz bir ID ile saklandığı ve bu ilanların yayımlanma ve yayımdan kaldırılma tarihlerinin saklandığı,
- Ziyaretçi sayıları için (.....) web site performans analizi servisinden yararlandığı ve bu verilerin aylık olarak tutulduğu,
- SATIŞGARANTİ sisteminin piyasadan gelen talepler doğrultusunda oluşturulduğu, internet trafiğinin daha hızlı artış göstereceği öngörüsüyle emlak ve vasıta kategorilerine eş zamanlı olarak giriş yapıldığı, mevcut durumda SATIŞGARANTİ tarafından sunulan hizmetten piyasanın memnun olduğu, yıllık olarak tahmini %(.....) pazar artışı yaşadıkları, emlak ve vasıta için Türkiye'de

<sup>6</sup> (.....).

ortalama 100.000 kişilik bir hedef kitle olduğu ve hâlihazırda bu hedef kitlenin yaklaşık (.....) adedine hizmet sundukları, dolayısıyla ortalama olarak %(.....)'lik bir pazar payına sahip oldukları,

- Kurumsal üyeler tarafından SAHİBİNDEN'de yayımlanan ilanların SATIŞGARANTİ platformuna eklenmesi amacıyla bir ekip çalıştırmadıkları, (.....), kurumsal üyelerin unutkanlık ya da üşengeçlik gibi sebeplerle SATIŞGARANTİ'ye ilan girmekten imtina ettikleri ancak ilan eksikliklerin zamanla tamamlatıldığı,
- Kurumsal üyelerin talepleri ve yönlendirmeleri sebebiyle 2020 yılı sonu itibarıyla (.....) giriş yapıldığı, bu kategoriye ilişkin harcamaların (.....) itibarıyla, eş deyişle, kategoriye girişlerinden sonra başladığı, bunun öncesinde herhangi bir harcama yapmadıkları, SATIŞGARANTİ gibi dijital platformlar için yeni bir kategoride hizmet sunmanın maliyetinin düşük olduğu, bahsi geçen kategoride faaliyete geçtikten sonra asıl maliyet kaleminin yapılan reklam harcamaları ve saha çalışmalarına ilişkin harcamalardan meydana geldiği,
- Yeni kategorilere giriş maliyetine ve kârlılığına ilişkin bir fizibilite çalışması yapıldığı, *start-up* projelerinde öncelik pazarda tutunmak olduğundan kârlılık analizinin arka planda kaldığı, SATIŞGARANTİ olarak sahada (.....) satış ekibinin faal olduğu, yeni bir kategoride hizmet sunmadan önce sahadan istek ve tepkiye ilişkin bilgi toplandığı, SAHİBİNDEN'in emlak ve vasıta haricindeki kategorilerde emlak ve vasıta kategorilerine oranla daha ucuza hizmet sunduğu,
- DSM Grup Danışmanlık İletişim ve Satış Ticaret AŞ (TRENDYOL) tarafından işletilen *www.trendyol.com* sitesinin emlak piyasasına girmeyi planladığı ancak yeterli kurumsal üyeyi bünyesinde toplayamadığı için bu planından vazgeçtiği, ilan platformları sektöründe kurumsal üyelerin platforma dâhil edilmesinin bütçe sınırı nedeniyle diğer platformlara oranla daha güç olduğu, örneğin, platformlara üye olan restoran ile giyim mağazaları satış yapmak amacıyla aracı bir platforma üye olmayı daha kolay bir şekilde tercih ederken gayrimenkul ve vasıta ticareti için faaliyet gösteren aracı bir platformun emlakçılara ve oto galericilere “ürünü sattırma iddiasını” kabul ettirmesinin oldukça zor olduğu

ifade edilmiştir.

#### I.1.3.4. ARABAMCOM ile Yapılan Görüşme

- (36) ARABAMCOM ile yapılan çevrim içi görüşmede teşebbüs yetkilileri tarafından;
- Bireysel üyelerin yıllık bir adet ücretsiz ilan hakkı olduğu, birden fazla ilan yayımlamak isteyen bireysel üyelerden ek ilan ücreti talep edildiği,
  - Kurumsal üyelere yönelik olarak ARABAMCOM'un (.....) imkânı tanıyan “Standart” paket, (.....) dâhil olduğu “Gold” paket ve Gold paketteki imkânlara ek olarak (.....) ARABAMCOM'dan (.....) hakkı tanıyan “Platinum” paket şeklinde üç ayrı ilan paketi olduğu, paketlerin ARABAMCOM tarafından belirlenmiş (.....) bölgede farklı fiyatlarla sunulduğu, ARABAMCOM paketlerinin (.....),
  - Park yeri modeli ile çalışıldığı ve satın alınan paketdeki ilan sayısının eş zamanlı yayımda olan ilan sayısını ifade ettiği, satın alınan paketdeki ilan sayısının aşılması durumunda üyenin eski ilanları silerek yeni ilan yayımlayabileceği ya da ek ilan ücreti ödeyebileceği, bununla birlikte sürekli olarak paketin kotasını aşılırsa kalan üyelik süresi için paketini yükseltebileceği,

- En düşük ilan paketlerinin aylık (.....) ilan yayım hakkı verdiği,
- Taahhütlü paketlerin en az (.....) aylık bir süreyi kapsayacak şekilde satışa sunulduğu,
- Gold ve Platinium paketlerde “(.....)” gibi bazı ek hizmetlerin ARABAMCOM'a ek maliyet doğurduğu ve bunun hesaplamalar kapsamında dikkate alınması gerektiği, fiyat analizlerinde paketlere dâhil olan ek hizmetlerden elde edilen gelirlerin ayrıştırılabileceği,
- Saha çalışmalarından üyelerin (.....), ancak SAHİBİNDEN'de sunulan “doping” gibi ek hizmetler için bütçe ayırdıklarının tespit edildiği,
- Yayımda olan ve olmayan ilanlar bakımından görüntülenme sayılarının farklı şekillerde kaydının tutulduğu, (.....),
- Platformlarında ARABAMCOM'dan paket almasına rağmen bu paketi kullanmayan ayrık üyelerin de olduğu, (.....), SAHİBİNDEN ile rakip platformlar arasındaki farklı iş modelleri ve veri toplama pratikleri sebebiyle yıllık bazda değerlendirme yapılmasının daha doğru sonuçlar vereceği,
- ARABAMCOM'un dönemsel maliyetlerinin olduğu, ARABAMCOM olarak ilan platformu hizmetine ek olarak (.....) ve sundukları bu hizmet dolayısıyla elde ettikleri gelirlerinin düşük olduğu ancak bu durumun ilan platformu hizmeti sunulmasından kaynaklanan maliyetlerinin de düşük olduğu anlamına gelmediği, bu nedenle elde edilen ciro bazlı maliyet dağıtımının gerçeği yansıtmayacağı, maliyet ve gelir kalemlerinin hizmetler özelinde ayrıştırılarak sunulabileceği,
- Kurumsal üyelerin ilan girme noktasında SAHİBİNDEN'i tercih ettikleri ancak aynı ilanları ARABAMCOM'da yayımlamadıkları, bu sebeple bireysel üyelerin ARABAMCOM'daki maliyetlerinin yüksek çıkacağı ancak bu durumun kullanıcı ataletinden kaynaklandığı, (.....),
- (.....)

ifade edilmiştir.

#### **I.1.3.5. LETGO ile Yapılan Görüşme**

- (37) LETGO ile yapılan çevrim içi görüşmede teşebbüs yetkilileri tarafından;
- İlan platformu ve “Otoplus” olmak üzere iki farklı iş modellerinin olduğu, Kasım 2020 itibarıyla Otoplus markası altında hizmet sunulmaya başlandığı,
  - Vasıtalara ilişkin ilan platformu modelinde kurumsal üyelere hizmet sunulmadığı, bireysel üye odaklı bir iş modeline sahip oldukları, vasıta kategorisi için paket satışlarında standart veya *premium* gibi ilan tipi ayrımının bulunmadığı ve (.....) politikalarının olmadığı,
  - Bireysel üyeler tarafından platformda verilen ilk ilanın ücretsiz olduğu ancak ilgili ilanın 30 günlük süresi dolduktan sonra süresinin uzatılması ya da yeni ilan verilmesi istendiğinde üyelerden ücret talep edildiği, ilan yayımlama hizmetine ek olarak ilanın ön plana çıkarılması için ücret karşılığı ek hizmetlerin sunulabildiği,
  - Ağustos 2022 itibarıyla şirketin platform ve sunucu yapısında değişikliğe gidildiği, belirli bir tarih öncesine dayanan birtakım verilerin bahsi geçen sunucu

değişikliği sırasında kaybolduğu, (.....), bu sebeple değişiklik öncesi verilerin hem tarihsel hem de kategori bazlı ayrıştırılamayabileceği,

- (.....) ve bu nedenle ilan platformuna ilişkin LETGO'nun elinde herhangi bir masraf verisinin bulunmadığı ve bu nedenle Türkiye'deki bilançolarına doğrudan yansıtılmadığı, LETGO BV'nin ise LETGO sitesi haricinde OLX grup bünyesinde küreselde faaliyet gösteren birçok firmaya hizmet sağladığı, dolayısıyla gelir ve giderlerin LETGO ilan platformu özelinde ayrıştırılmasının mümkün olmadığı

ifade edilmiştir.

#### I.1.3.6. ARABASEPETİ ile Yapılan Görüşme

(38) ARABASEPETİ ile yapılan çevrim içi görüşmede teşebbüs yetkilileri tarafından;

- Teşebbüsün 2017 yılında kurulduğu ve ilk olarak *www.garajsepeti.com* üzerinden faaliyet gösterdiği,
- İlk etapta ilan verme özelliği bulunmamakla birlikte 2018-2019 yıllarında *www.araba.com* ve *www.tasit.com*'u bünyesine katması sonucu diğer hizmetlerine ek olarak ilan hizmeti de sunmaya başladığı, ancak 2021 yılında teşebbüsün Kavak Intermediate Holdings LLC (KAVAK) tarafından satın alınmasıyla birlikte KAVAK'ın küresel iş modeline geçildiği, Ocak 2022 itibarıyla ilan verme hizmetinin sonlandırıldığı,
- Bu iş modeli kapsamında doğrudan tüketiciden ve/veya tacirlerden temin edilen vasıtaların yenileme merkezlerinde tamir/onarımlarının gerçekleştirildiği ve kendilerine ait mağazalarda yine doğrudan tüketicilere ve/veya tacirlere satıldığı, bu kapsamda ilan sitesi olmaktan ziyade doğrudan araç alışı ve satışı gerçekleştiren bir platform haline geldiği,
- ARABASEPETİ'nin iş modelini değiştirmesi kararında SAHİBİNDEN'in faaliyetlerinin bir etkisinin olmadığı, KAVAK'ın küresel iş modeli olması ve daha kârlı bir model olduğunun düşünülmesi nedeniyle bu modele geçiş yapıldığı,
- (.....),
- İlan verme hizmeti sundukları dönemde SAHİBİNDEN ile fiyatın yanı sıra (.....) ek hizmetler sunma yoluyla da rekabet edildiği, dolayısıyla tek rekabet etme aracının fiyat olmadığı,
- Daha önceki dönemlerde sunulmuş olan paketlerde ilan verme özelliğinin bulunduğu, ilan verme hizmetinin hiçbir zaman tek başına ücretlendirilen bir hizmet olmadığı ve bu hizmetin sunulduğu dönemde ücretsiz olduğu,
- Hâlihazırda SAHİBİNDEN platformunda kurumsal üye olarak buldukları, bu kapsamda katlandıkları maliyetlerinin üyelik ve reklam ücretinden oluştuğu, reklama ayıracakları bütçenin kendi inisiyatiflerinde olduğu, son dönemde SAHİBİNDEN'in fiyat artışlarının doğal bir sonucu olarak maliyetlerinde artış gerçekleştiği

ifade edilmiştir.

#### I.1.3.7. EMLAKJET ile Yapılan Görüşme

(39) EMLAKJET ile yapılan çevrim içi görüşmede teşebbüs yetkilileri tarafından;

- Yalnızca emlak kategorisinde faaliyet gösterildiği, platform olarak park yeri modelinin benimsendiği, hem kurumsal hem bireysel üyelere hizmet sunulduğu, (.....) ilan içerisinde yalnızca (.....) ilanının bireysel kullanıcılara ait olduğu,
- Bireysel üyelere ilan yayımlamak için ücret talep edilmediği, ek hizmetlerden faydalanmak istedikleri takdirde ücret alındığı,
- Kurumsal üyelere sunulan paketlerin en fazla (.....) adet ilan içerdiği, prestij paketinin ise üyelere (.....) ilan hakkı tanıdığı, paketlerin (.....) adet bölgeye ayrıldığı, paketlerinin yıllık olduğu ve ödemelerin (.....) aya bölüdüğü, bu nedenle paket alan üyelerin (.....) yükümlülük altına girdiği ve paket süresi devam ettiği sürece paketi iptal edemediği, ilk defa hizmet satın alan kurumsal üyelere (.....) ayı hediye edilerek (.....) aylık bir paket sunulduğu ve devam eden yıllar için paketlerin tekrardan (.....) ay halinde sunulduğu,
- Toplam trafiğin ve uygulama görüntülenme sayısının tutulduğu fakat tutulan verilerin paket ve bölge kısıtlımı halinde ayrıştırılmadığı,
- Toplam trafik, bir ilan için (.....) kullanıcılarla sağlanan etkileşimin gözlemlendiği,
- EMLAKJET olarak ilan hizmetinin yanı sıra "Jetsat" isimli bir hizmet de sundukları fakat bu iki hizmetin gelir ve giderler bakımından ayrıştırılabildiği,
- (.....), "emlağa dair her şey" stratejisinin bir parçası olarak Mayıs 2020'de "Jetsat" hizmetinin sunumuna başladığı, EMLAKJET ilan platformu ev arayanlara hizmet sağlarken "Jetsat" hizmetinin evini satmak isteyenlere yönelik olduğu, (.....),
- Satış ekibinden ayrı bir (.....) ve EMLAKJET'ten herhangi bir taleplerinin bulunup bulunmadığının sorulduğu, üyeler EMLAKJET'teki ilanlarını güncellemediği için güncel olmayan ilanlara ilişkin şikâyetler aldıkları,
- SAHİBİNDEN platformundan ilan verenler ile sahibinden ilan verenlerin dijital mecralarda birbirine karıştığı ve bu nedenle SAHİBİNDEN'in rakiplerinin alt sayfalara itildiği, (.....), ilk arama sonuç sayfasındaki SAHİBİNDEN bağlantısı sayısının sınırlı tutularak rakiplere alan açılabileceği ancak bu konuda (.....)

ifade edilmiştir.

### I.1.3.8. OTONOMİ ile Yapılan Görüşme

(40) OTONOMİ ile yapılan çevrim içi görüşmede teşebbüs yetkilileri tarafından;

- OTONOMİ olarak 2022 yılına kadar üyelere ücret alınmadığı, 2022 yılı itibarıyla da sadece kurumsal üyelere ücret alınmaya başlandığı ve bireysel üyelere ücret alınmasının tercih edilmediği,
- Maliyetlerinde dönemsellik olduğu,
- Taahhütsüz ve taahhütlü ilan paketlerinin olduğu, talep ettikleri taahhütlerin (.....) ay sürdüğü,
- Park yeri modelini uyguladıkları, bu kapsamda sattıkları ilan paketlerindeki ilan sayısının eş zamanlı yayımlanabilecek maksimum ilan sayısını ifade ettiği, üyelerin yayımdan kaldırdıkları ilanların yerine tekrardan ilan yayımlayabildiği,
- Sundukları ilan paketlerinin ilan sayılarına göre farklılaştığı ve ücret karşılığı ek bir hizmet sunmadıkları,

- İlanlar için OTONOMİ bünyesinde görüntülenme sayılarına ilişkin veri saklanmadığı, ancak yayımlanan ilanlara ilişkin detaylara ilanı veren üyenin erişebildiği,
- OTONOMİ sitesinin ziyaretçi trafiğini takip etmek için (.....) web site performans analizi servisinden faydalandıkları,
- SAHİBİNDEN'de ilan verirken OTONOMİ'de ilan vermeyen üyeler ile (.....), üyelerin birden fazla platforma üye oldukları halde eş zamanlı ilan girme hususunda atalet içinde oldukları,
- (.....) ancak kurucu olan Motorlu Araç Satıcıları Federasyonu'nun (MASFED) araç piyasasındaki tecrübelerinden faydalanarak öncelikle vasıta kategorisinde pazarda tutunmak istedikleri, bu nedenle diğer kategorilere yönelik altyapı ve inovasyon yatırımı planlarının olmadığı

ifade edilmiştir.

## I.2. İlgili Pazar

### I.2.1. İlgili Ürün Pazarı

- (41) Dosya konusu iddialar temel olarak, SAHİBİNDEN'in, vasıta satmak/kiralamak amacıyla platformunda ilan veren kurumsal üyelere aşırı fiyat uyguladığına ilişkindir. Her üç şikâyete de konu olan davranış, SAHİBİNDEN'in vasıta kategorisine ilişkin olarak sunduğu hizmetle sınırlı olmakla birlikte, Kurul tarafından alınan 30.06.2022 tarihli ve 22-29/469-M sayılı karar ile dosya kapsamında SAHİBİNDEN platformunun vasıta ilanlarına ek olarak emlak ilan fiyatlarının da incelenmesine resen karar verilmiştir.
- (42) Kurulun 3. Aşırı Fiyat Kararı kapsamında, ilgili ürün pazarının tanımlanması için bir anket çalışması yürütülmüş olup ilk olarak çevrim içi platformlar ve çevrim dışı mecralara ilişkin olarak;
- İlanları inceleyen tüketiciler gözünde çevrim içi mecraların; tüketicilerin arama maliyetlerini düşürdüğü, filtre uygulayarak ilan aramalarını ve ilanların takibini kolaylaştırdığı,
  - İlan veren kurumsal ve bireysel üyeler gözünde çevrim içi mecraların; fiziksel sınırları aşarak çok daha geniş bir tüketici kitlesine erişim imkânı sağladığı, ilanları ayrıştırmayı sağlayan seçenekler sunduğu, ilanların görüntülenmesine ilişkin veri sağladığı

belirtilerek bu mecraların ikame olmadıkları değerlendirilmiş, ilan verenler tarafından hem geleneksel kanalların hem de çevrim içi mecraların bir arada kullanılması sebebiyle bu iki mecranın tamamlayıcı olarak nitelendirilebileceği ifade edilmiştir.

- (43) Ayrıca hem aynı dosya kapsamında görüşüne başvurulmuş SAHİBİNDEN üyeleri ve rakip teşebbüslerin beyanları hem de Kurulun çok taraflı çevrim içi platformlara ilişkin bugüne kadar aldığı çok sayıdaki kararı<sup>7</sup>, iki mecranın birbirine ikame olmadığını, çevrim dışı mecraların SAHİBİNDEN gibi çevrim içi mecralar üzerinde rekabetçi baskı oluşturmadığını açıkça ortaya koymaktadır. Bu doğrultuda, yürütülen soruşturma

---

<sup>7</sup> Kurulun çevrim içi platformları konu alan pek çok kararında da çevrim dışı mecraların pazar tanımına dâhil edilmediği görülmektedir. Bkz. 08.03.2018 tarihli ve 18-07/111-58 sayılı *Çiçeksepeti* kararı, 09.06.2016 tarihli ve 16-20/347-156 sayılı *Yemeksepeti* kararı, 05.01.2017 tarihli ve 17-01/12-4 sayılı *Booking* kararı, 03.01.2013 tarihli ve 13-01/7-7 sayılı *D-Market* kararı, 02.11.2011 tarihli ve 11-55/1442-516 sayılı *Kariyer.net* kararı.



kapsamında da erişebilirlik, zaman tasarrufu, kullanım kolaylığı, portföyün genişliği, işlem maliyetini düşürmesi, birden fazla satıcıya ulaşma bakımından kolaylık sağlaması vb. nitelikleri sebebiyle çevrim içi mecraların geleneksel kanala ikame olmadığı değerlendirilmektedir.

(44) 3. Aşırı Fiyat Kararı kapsamında gerçekleştirilen bir diğer analiz, SAHİBİNDEN gibi çevrim içi platformlar ve platform dışı çevrim içi mecralar<sup>8</sup> arasındaki ikame ilişkisine yönelik olarak yapılmıştır. Bu analize göre;

- İki hizmet arasında tüketiciler nezdinde çok kısıtlı bir ikame ilişkisinin kabul edilebileceği ancak ilan verenler açısından herhangi bir ikame ilişkisinin söz konusu olmadığı,
- Hem çevrim içi platformların hem de platform dışı çevrim içi mecraların birbirlerinin pazarına giriş yapabilmesi için ciddi yatırım ve emek harcaması gerektiği

belirtilerek bu kanalların birbirlerine ikame olmadıkları değerlendirilmiştir. Ayrıca ilgili karar kapsamında görüşlerine başvurulmuş platform dışı çevrim içi mecra işletmecisi teşebbüslerin beyanları ile Kurulun eski tarihli kararları<sup>9</sup> da iki kanalın, bilhassa ilan verenler nezdinde birbirine ikame olmadığını göstermektedir.

(45) Bahsi geçen kararda son olarak SAHİBİNDEN’de ilan veren kurumsal ve bireysel üyelere yönelik bir değerlendirme yapılmıştır. Buna göre;

- 2018-2020 yılları arasındaki bireysel üye sayısının, kurumsal üye sayısının yaklaşık (.....) katına tekabül ettiği,
- Bireysel üyelerin, kurumsal üyelerin aksine yıl içerisindeki ilk ilanlarını ücretsiz verdikleri, ücretsiz ilan süresi dolduktan sonra ilanın yayımlanmaya devam edebilmesi için bireysel üyelerin ücret ödemesi gerektiği fakat bireysel üyelerin SAHİBİNDEN platformunu ücretsiz kullanmayı tercih ettiği,
- Kurumsal üyelere birden fazla ilanı aynı anda sabit bir fiyatla yayımlama imkânı veren “ilan paketleri” sunulduğu, paketteki ilan sayısı arttıkça ilan başına ücretin düştüğü, SAHİBİNDEN’in kriterlerine göre oluşturulan bölgeler arasında ilan fiyatlarının farklılaştığı, (.....) ay taahhüt veren kurumsal üyelere %(.....) indirim uygulandığı,
- Kurumsal üyelere sunulan ve ilan başına ücreti en yüksek ilan paketinin bile bireysel üyelere yönelik fiyatlandırmadan daha az masraflı olduğu, kurumsal üyelere sunulan hizmetin daha nitelikli olduğu ve kurumsal üyelere kendilerini farklılaştırma imkânı sunduğu

belirtilerek bu iki gruba sunulan hizmetlerin birbirine ikame olmadığı değerlendirilmiştir. Ayrıca anılan dosya kapsamında görüşlerine başvurulmuş SAHİBİNDEN kurumsal üyelerinin beyanları da bu iki gruba sunulan ilan paketlerinin ikame niteliğinde olmadığını desteklemiştir.

<sup>8</sup> Bunlardan ilki, kendi mülkiyetindeki araçları kendi nam ve hesabına satan teşebbüslerdir. İkinci iş modeli ise emlakçılar veya galericilerin kendilerine ait internet sitesi üzerinden ürünleri pazarladığı modeldir.

<sup>9</sup> Platformların ayrı bir pazar olarak tanımlandığı ve doğrudan satış yapan çevrim içi kanalların ikame kabul edilmediği kararlar için bkz. Kurulun 05.01.2017 tarihli ve 17-01/12-4 sayılı *Booking*, 09.06.2016 tarihli ve 16-20/347-156 sayılı *Yemeksepeti* ve 04.02.2009 tarihli ve 09-04/93-33 sayılı *Gittigidiyor* kararları.



- (46) Yukarıda özetlenen değerlendirmeler doğrultusunda, Kurulun 3. Aşırı Fiyat Kararı sonrasında ilgili ürün pazarı tanımını değiştirmeyi gerektirecek herhangi bir gelişme yaşanmadığından mevcut dosya kapsamında ilgili ürün pazarları;
- Kurumsal üyelerin emlak satış/kiralama faaliyetlerine yönelik çevrim içi platform hizmeti,
  - Kurumsal üyelerin vasıta satış faaliyetlerine yönelik çevrim içi platform hizmeti,
  - Bireysel üyelerin emlak satış/kiralama faaliyetlerine yönelik çevrim içi platform hizmeti,
  - Bireysel üyelerin vasıta satış faaliyetlerine yönelik çevrim içi platform hizmeti
- olarak tanımlanmıştır.

### I.2.2. İlgili Coğrafi Pazar

- (47) SAHİBİNDEN tarafından sunulan vasıta satış ve emlak satış/kiralama işlemlerine yönelik çevrim içi platform hizmetleri, internete erişim sağlanan tüm bölgelerde oto galeri ve emlak ofisleri, bireysel üyeler ile nihai tüketiciler tarafından kullanılabilirdiğinden ilgili coğrafi pazar "Türkiye" olarak belirlenmiştir.

### I.3. Değerlendirme

#### I.3.1. Hâkim Durum Değerlendirmesi

- (48) Dosya kapsamında temel olarak SAHİBİNDEN'in aşırı fiyat uygulamak suretiyle 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesini ihlal edip etmediği incelenmiştir. 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesi kapsamında bir ihlalin bulunduğu sonucuna ulaşılması için söz konusu teşebbüsün ilgili ürün pazarında hâkim durumda olması gerekmektedir.
- (49) Hâkim durum 4054 sayılı Kanun'un 3. maddesinde "*belirli bir piyasadaki bir veya birden fazla teşebbüsün, rakipleri ve müşterilerinden bağımsız hareket ederek fiyat, arz, üretim ve dağıtım miktarı gibi ekonomik parametreleri belirleyebilme gücü*" olarak tanımlanmaktadır. Bu tanıma göre hâkim durumdaki bir teşebbüsün, piyasadaki bağımsız hareket ederek etkin rekabeti önleyici gücünün veya yeteneğinin olduğu ve söz konusu teşebbüsün, pazarda yer alan diğer aktörlerin rekabetçi baskılarından bağımsız bir şekilde hareket edebildiği varsayılmaktadır.
- (50) Hâkim Durumdaki Teşebbüslerin Dışlayıcı Kötüye Kullanma Niteliğindeki Davranışlarının Değerlendirilmesine İlişkin Kılavuz'da (Kılavuz) da değinildiği üzere, hâkim durum değerlendirmesinde temel olarak teşebbüsün ve rakiplerinin ilgili pazardaki konumu, pazara giriş imkânları, pazardaki büyüme engelleri ile alıcıların pazarlık gücü unsurları dikkate alınmaktadır. Dolayısıyla hâkim durumdaki teşebbüsün ve rakiplerinin pazar payı, pazar paylarının yıllar içerisindeki seyri, rakiplerin sayısı, yasal düzenlemeler, fikri ve sınai mülkiyet hakları, üstün teknoloji ve etkinlik, dikey bütünleşme, reklam, marka bilinirliği, teşebbüsün müşterilerinin büyüklüğü, alternatif temin kaynakları vb. unsurlar değerlendirmeye esas teşkil eden önemli göstergeler olmaktadır.
- (51) Yukarıda tanımlanan dört ilgili ürün pazarı özelinde SAHİBİNDEN'in hâkim durumda bulunup bulunmadığı; pazar payları ile diğer pazar verileri, pazarlar bakımından geçerli olan giriş engelleri ve yukarıda sayılan diğer hâkim durum göstergeleri dikkate alınmak suretiyle aşağıda ayrı başlıklar altında ele alınacaktır.
- (52) Hâkim durum değerlendirmesine geçmeden önce Kurulun 2. ve 3. Aşırı Fiyat Kararlarından bahsetmek yerinde olacaktır. 2. Aşırı Fiyat Kararında, SAHİBİNDEN ve rakiplerinin 2015-2017 dönemine ilişkin olarak kurumsal ve bireysel üyelerin emlak

satış/kiralama ile vasıta satış faaliyetlerine yönelik çevrim içi platform hizmeti pazarlarındaki konumu incelenmiş olup SAHİBİNDEN'in bahsedilen dönemler bakımından ilgili pazarlarda, yüksek ve rakipleriyle orantısız bir pazar payına sahip olduğu, bu pazar payını zaman içinde koruması ve önemli ağ etkileri nedeniyle piyasaya giriş engellerinin bulunduğu, dolayısıyla ilgili pazarlarda hâkim durumda olduğu tespiti yapılmıştır. Bununla birlikte, 3. Aşırı Fiyat Kararında ise 2018-2020 dönemi incelenerek SAHİBİNDEN'in, "kurumsal üyelerin emlak satış/kiralama işlemlerine ilişkin ilan yeri sağlama hizmetlerine yönelik çevrim içi platform hizmeti", "kurumsal üyelerin vasıta satış işlemlerine ilişkin ilan yeri sağlama hizmetlerine yönelik çevrim içi platform hizmeti", "bireysel üyelerin emlak satış/kiralama işlemlerine ilişkin ilan yeri sağlama hizmetlerine yönelik çevrim içi platform hizmeti" ve "bireysel üyelerin vasıta satış işlemlerine ilişkin ilan yeri sağlama hizmetlerine yönelik çevrim içi platform hizmeti" pazarlarında hâkim durumda bulunduğu tespit edilmiştir. Dolayısıyla, mevcut dosya kapsamında yapılacak hâkim durum değerlendirmesinde ilgili incelemeleri takiben 2020-2022 yılları arasındaki dönem dikkate alınacaktır<sup>10</sup>.

### I.3.1.1. Pazar Paylarının Analizi

- (53) Rekabet hukuku analizlerinde belirli bir piyasada pazar gücünün tespitinde kullanılan en önemli gösterge, incelenen teşebbüsün ve rakiplerinin pazar payıdır. Bir teşebbüsün hâkim durumda bulunduğu dair delil teşkil eden belirli bir pazar payı eşiği bulunmamakla birlikte, %40'ın altında pazar payına sahip olan teşebbüslerin hâkim durumda olması ihtimalinin düşük olduğu kabul edilmektedir. Kılavuz'da ve Kurulun yerleşik uygulamasında %40'ın altında pazar payına sahip olan teşebbüslerin hâkim durumda olması ihtimalinin düşük olduğu kabul edilmekte, bu düzeyin üzerindeki pazar payına sahip olan teşebbüsler bakımından ise daha detaylı bir incelemeye gidilmesi gerektiği vurgulanmaktadır. Bununla birlikte, incelenen pazarın özellikleri de göz önüne alınarak %40'ın altında pazar payına sahip olan bir teşebbüsün de hâkim durumda olabileceği Kurul tarafından kabul edilmektedir.
- (54) Pazar payları; ciro, satılan ürün adedi, kapasite, vb. gibi farklı veriler üzerinden ölçülebilmektedir. Mevcut dosya bakımından pazar payının ölçümünde hangi kıstasın dikkate alınacağı konusunda ise SAHİBİNDEN'in platform/çok taraflı pazar özelliği belirleyici olmaktadır. SAHİBİNDEN, ikinci el vasıta/emlak satış veya kiralama faaliyetini gerçekleştirmek isteyen bireysel ve kurumsal üyelere platform hizmeti sunmakta olup bir yandan potansiyel satıcıların ilanlarını potansiyel alıcılara ulaştırmasını, bir yandan da potansiyel alıcıların çok sayıdaki satıcının ilanına internet ortamında erişmesini sağlamaktadır. Bu bakımdan, SAHİBİNDEN'e ilan vermek isteyen potansiyel satıcılar için platformu değerli kılan temel unsur ziyaretçi sayısı iken SAHİBİNDEN'i ziyaret eden potansiyel tüketiciler açısından platformu değerli kılan unsur ise yayımdaki ilan sayısıdır. Ortaya çıkan bu dolaylı şebeke dışsallığı, karşılıklı ve pozitif bir dışsallık niteliği göstermektedir. Böylelikle kurumsal üye sayısı, kurumsal üyelik geliri ve sayfa görüntülenme sayısı, SAHİBİNDEN ve rakip platformların ortaya çıkardığı bu dışsallığın göstergesi olarak değerlendirilmekte ve pazar payının bu unsurlar esas alınarak hesaplanması gerektiği değerlendirilmektedir.

<sup>10</sup> 3. Aşırı Fiyat Kararında yapılan analizlerde 2020 yılının ilk altı ayına ilişkin veriler kullanılmıştır. Mevcut dosya kapsamında ise 2020 ve 2021 yıllarının tamamı, 2022 yılının ise ilk dört ayı esas alınmıştır.

### Kurumsal Üyelerin Emlak Satış/Kiralama Faaliyetlerine Yönelik Çevrim İçi Platform Hizmeti Pazarındaki Pazar Payı Gelişimi

- (55) Mevcut soruşturmanın yürütüldüğü süreçte emlak satış/kiralama faaliyetlerinde SAHİBİNDEN'e rakip olan teşebbüsler<sup>11</sup> HEPSİEMLAK, ZİNGAT, EMLAKJET'tir. Bu çerçevede, aşağıda SAHİBİNDEN ile rakiplerinin 2020-2022<sup>12</sup> dönemi bakımından kurumsal üye sayısına, kurumsal üyelere elde edilen gelirlere ve sayfa görüntülenme sayısına göre hesaplanan pazar paylarına yer verilmektedir:

Tablo 5: 2020-2022 Dönemi İtibarıyla Kurumsal Hizmetlerde SAHİBİNDEN'in ve Rakiplerinin Pazar Payları (%)<sup>13</sup>

Pazar Payı Hesabında Dikkate Alınan Kriterler	Teşebbüsler	2020	2021	2022
Kurumsal Üye Sayısı	SAHİBİNDEN	(.....)	(.....)	(.....)
	HEPSİEMLAK	(.....)	(.....)	(.....)
	ZİNGAT	(.....)	(.....)	(.....)
	EMLAKJET	(.....)	(.....)	(.....)
Kurumsal Üye Gelirleri	SAHİBİNDEN	(.....)	(.....)	(.....)
	HEPSİEMLAK	(.....)	(.....)	(.....)
	ZİNGAT	(.....)	(.....)	(.....)
	EMLAKJET	(.....)	(.....)	(.....)
Sayfa Görüntülenme Sayısı	SAHİBİNDEN	(.....)	(.....)	(.....)
	HEPSİEMLAK	(.....)	(.....)	(.....)
	ZİNGAT	(.....)	(.....)	(.....)
	EMLAKJET	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: Teşebbüslerden Elde Edilen Veriler ve Raportör Hesaplamaları.

- (56) Tablo 5 incelendiğinde, kurumsal üye sayısı, kurumsal üye gelirleri ve sayfa görüntülenme sayısı bakımından SAHİBİNDEN'in 2020-2022 döneminde, her bir yıl bakımından, pazar payının %40 eşliğinin çok üzerinde seyrettiği ve yıllar itibarıyla en yüksek pazar payına sahip olan teşebbüs konumunda olduğu görülmektedir. Tabloda yer alan kurumsal üye sayısı dikkate alınarak hesaplanan pazar paylarına bakıldığında, SAHİBİNDEN'in 2020-2022 döneminde ortalama pazar payının %(.....) ile en yakın rakibinin yaklaşık (.....) katı olduğu anlaşılmaktadır. Teşebbüslerin kurumsal üyelere elde ettiği gelirler göz önünde bulundurulduğunda ise SAHİBİNDEN'in 2022 yılında %(.....) oranındaki pazar payıyla en yakın rakibinden yaklaşık (.....) kat fazla büyüklükte olduğu görülmektedir. Teşebbüslerin sayfa görüntülenme sayıları baz alındığında da benzer bir sonuç ortaya çıkmakta ve SAHİBİNDEN'in 2020-2022 dönemindeki ortalama pazar payının %(.....) olduğu ve en yakın rakibinden yaklaşık (.....) kat fazla büyüklükte olduğu görülmektedir.
- (57) Yukarıda yer alan veriler dikkate alındığında ilgili pazarda faaliyette bulunan rakiplerin, SAHİBİNDEN üzerinde kayda değer rekabetçi bir baskı oluşturabildiğinden bahsetmek mümkün görünmemektedir. Ayrıca SAHİBİNDEN'in son üç yıl itibarıyla pazarda istikrarlı bir şekilde payını koruduğu ve payını aşındıracak kayda değer bir tehditle karşılaşmadığı anlaşılmaktadır. Dolayısıyla, yukarıda bahsedilen göstergeler ışığında

<sup>11</sup> Emlak kategorisinde kurumsal üyelik modeli bulunmadığından LETGO hesaplamalara dâhil edilmemiştir.

<sup>12</sup> 2022 yılı bakımından ilk dört ay hesaplamaya dâhil edilmiştir.

<sup>13</sup> "1.3.1. Hâkim Durum Değerlendirmesi" başlığı altında ilan sayısı bakımından yapılan değerlendirmeleri kapsamında tekrar yayıma alınan (repost edilen) ilan sayıları yerine tekil (benzersiz) ilan sayıları dikkate alınmıştır. SAHİBİNDEN ve ZİNGAT dışındaki rakiplerin repost mekanizması bulunmamaktadır.

SAHİBİNDEN'in emlak satış/kiralama faaliyetlerine yönelik çevrim içi platform hizmeti pazarında oldukça güçlü bir konumda olduğu görülmektedir.

### **Kurumsal Üyelerin Vasıta Satış Faaliyetlerine Yönelik Çevrim İçi Platform Hizmeti Pazarındaki Pazar Payı Gelişimi**

- (58) Emlak satış faaliyetlerine ilişkin yukarıda yapılan açıklamalar ile paralel olarak vasıta satış faaliyetlerine yönelik çevrim içi platform hizmeti pazarında SAHİBİNDEN'in ve ikinci el vasıta satışında SAHİBİNDEN'in rakibi olduğu tespit edilen ARABAMCOM'un<sup>14</sup> 2020-2022 dönemindeki pazar payları aşağıdaki tabloda sunulmuştur:

Tablo 6: 2020-2022 Dönemi İtibarıyla Kurumsal Hizmetlerde SAHİBİNDEN'in ve Rakiplerinin Pazar Payları (%)

Pazar Payı Hesabında Dikkate Alınan Kriterler	Teşebbüsler	2020	2021	2022
Kurumsal Üye Sayısı	SAHİBİNDEN	(.....)	(.....)	(.....)
	ARABAMCOM	(.....)	(.....)	(.....)
Kurumsal Üye Gelirleri	SAHİBİNDEN	(.....)	(.....)	(.....)
	ARABAMCOM	(.....)	(.....)	(.....)
Sayfa Görüntülenme Sayısı	SAHİBİNDEN	(.....)	(.....)	(.....)
	ARABAMCOM	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: Teşebbüslerden Elde Edilen Veriler ve Raportör Hesaplamaları.

- (59) Yukarıdaki tablo incelendiğinde, kurumsal üye sayısı, kurumsal üye gelirleri ve sayfa görüntülenme sayısı bakımından SAHİBİNDEN'in 2020-2022 döneminde, her bir yıl bakımından, pazar payının %40 eşğinin çok üzerinde seyrettiği ve yıllar itibarıyla en yüksek pazar payına sahip olan teşebbüs konumunda olduğu görülmektedir. Tabloda yer alan kurumsal üye sayısına bakıldığında, SAHİBİNDEN'in 2020-2022 döneminde ortalama pazar payının %(.....) ile ARABAMCOM'un pazar payının yaklaşık (.....) katı olduğu anlaşılmaktadır. Teşebbüslerin kurumsal üyelerden elde ettiği gelirler göz önünde bulundurulduğunda ise SAHİBİNDEN'in 2022 yılında %(.....) oranındaki pazar payıyla ARABAMCOM'dan yaklaşık (.....) kat fazla büyüklüğe sahip olduğu görülmektedir. Teşebbüslerin sayfa görüntülenme sayıları baz alındığında da benzer bir sonuç ortaya çıkmakta ve SAHİBİNDEN'in 2020-2022 döneminde ortalama pazar payının %(.....) olduğu ve ARABAMCOM'dan yaklaşık (.....) kat fazla paya sahip olduğu görülmektedir.
- (60) Söz konusu veriler dikkate alındığında, ARABAMCOM'un SAHİBİNDEN'e kayda değer bir rekabetçi baskı oluşturabildiğinden bahsetmek mümkün görünmemektedir. Ayrıca, SAHİBİNDEN'in pazardaki lider konumunu yıllar itibarıyla istikrarlı bir şekilde devam ettirdiği anlaşıldığından yukarıda bahsedilen göstergeler ışığında, kurumsal üyelerin vasıta satış hizmetlerine yönelik çevrim içi platform hizmeti pazarında da oldukça güçlü bir konumda olduğu anlaşılmaktadır.

### **Bireysel Üyelerin Emlak Satış/Kiralama ile Vasıta Satış Faaliyetlerine Yönelik Çevrim İçi Platform Hizmeti Pazarlarındaki Pazar Payı Gelişimi**

- (61) Kurumsal üyelerin vasıta satış ve emlak satış/kiralama faaliyetlerine yönelik çevrim içi platform hizmetleri pazarında SAHİBİNDEN'in rakibi olan teşebbüslerden ZİNGAT dışındaki teşebbüsler bireysel üyelerine de çevrim içi platform hizmeti sunmaktadır. Bu

<sup>14</sup> 2000 yılında kurulmuş olan ARABAMCOM, 2016 yılında iLAB Holding AŞ tarafından Doğan Gazetecilik AŞ'den devralınmıştır.

doğrultuda, “bireysel üyelerin emlak satış/kiralama faaliyetlerine yönelik çevrim içi platform hizmeti” ve “bireysel üyelerin vasıta satış faaliyetlerine yönelik çevrim içi platform hizmeti” pazarlarında, SAHİBİNDEN ile rakiplerinin pazar payları bireysel üye sayısı ve bireysel üyeler tarafından verilen ilan sayısı dikkate alınarak değerlendirilmiştir. Bireysel üyelerine ücretli ilan hizmeti sunan teşebbüslerin bireysel üyelerden elde ettiği gelirler<sup>15</sup> de pazar payı ölçüm parametresi olarak ayrıca dikkate alınmıştır. Aşağıdaki tabloda SAHİBİNDEN’in ve rakiplerinin 2020-2022 döneminde sahip oldukları pazar payları gösterilmektedir:

Tablo 7: 2020-2022 Dönemi İtibarıyla Bireysel Hizmetlerde SAHİBİNDEN’in ve Rakiplerinin Pazar Payları (%) (Emlak satış/kiralama)

Pazar Payı Hesabında Dikkate Alınan Kriterler	Teşebbüsler	2020	2021	2022
Bireysel Üye Sayısı	SAHİBİNDEN	(.....)	(.....)	(.....)
	HEPSİEMLAK	(.....)	(.....)	(.....)
	EMLAKJET	(.....)	(.....)	(.....)
Bireysel İlan Sayısı	SAHİBİNDEN	(.....)	(.....)	(.....)
	HEPSİEMLAK	(.....)	(.....)	(.....)
	EMLAKJET	(.....)	(.....)	(.....)
Bireysel Üye Gelirleri	SAHİBİNDEN	(.....)	(.....)	(.....)
	HEPSİEMLAK	(.....)	(.....)	(.....)
	EMLAKJET	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: Teşebbüslerden Elde Edilen Veriler ve Raportör Hesaplamaları.

- (62) Yukarıdaki tablo incelendiğinde, 2020-2022 döneminde bireysel üye sayısı, bireysel ilan sayısı ve bireysel üye gelirleri bakımından SAHİBİNDEN’in en yüksek pazar payına sahip teşebbüs konumunda olduğu görülmektedir. Tabloda yer verilen bireysel üye sayısına bakıldığında SAHİBİNDEN’in 2020-2022 döneminde ortalama pazar payının %(.....) ile en yakın rakibinin yaklaşık (.....) katı olduğu anlaşılmaktadır. Bireysel ilan sayısına bakıldığında, SAHİBİNDEN’in 2020-2022 döneminde ortalama pazar payının %(.....) ile en yakın rakibinden yaklaşık (.....) kat fazla olduğu anlaşılmaktadır. Teşebbüslerin bireysel üyelerden elde ettiği gelirlere bakıldığında SAHİBİNDEN’in pazar payının yine %(.....) üstünde kaldığı ve artış eğiliminde olduğu görülmekte ve 2022 yılına gelindiğinde %(.....) pazar payıyla rakiplerinden oldukça önde olduğu görülmektedir. Söz konusu veriler dikkate alındığında, SAHİBİNDEN’in pazardaki lider konumunu yıllar itibarıyla istikrarlı bir şekilde devam ettirdiği ve rakiplerin SAHİBİNDEN’e kayda değer bir rekabetçi baskı oluşturabildiğinden bahsetmenin mümkün görünmediği söylenebilecektir. Bu çerçevede, SAHİBİNDEN’in bireysel üyelerin emlak satış/kiralama faaliyetlerine yönelik çevrim içi platform hizmeti pazarında oldukça güçlü bir konumda olduğu anlaşılmaktadır.
- (63) Emlak kategorisine ilişkin olarak yapılan yukarıdaki açıklamaya paralel olarak vasıta satış faaliyetlerine yönelik çevrim içi platform hizmetleri pazarında SAHİBİNDEN’in ve ikinci el vasıta satışında SAHİBİNDEN’in rakibi olduğu tespit edilen ARABAMCOM’un 2020-2022 dönemindeki pazar payları aşağıdaki tabloda sunulmuştur:

<sup>15</sup> EMLAKJET bireysel üyelerinin ilanlarını ücretsiz olarak yayımlamaktadır. Öte yandan bireysel üyeler ücret karşılığında çeşitli ek hizmetlerden yararlanabilmektedir. Bu kapsamda tabloda yer alan veriler ek hizmet gelirlerini ifade etmektedir.

## 23-31/604-204

Tablo 8: 2020-2022 Dönemi İtibarıyla Bireysel Hizmetlerde SAHİBİNDEN'in ve Rakiplerinin Pazar Payları (%) (Vasıta satış/kiralama)

Pazar Payı Hesabında Dikkate Alınan Kriterler	Teşebbüsler	2020	2021	2022
Bireysel Üye Sayısı	SAHİBİNDEN	(.....)	(.....)	(.....)
	ARABAMCOM	(.....)	(.....)	(.....)
Bireysel İlan Sayısı	SAHİBİNDEN	(.....)	(.....)	(.....)
	ARABAMCOM	(.....)	(.....)	(.....)
Bireysel Üye Gelirleri	SAHİBİNDEN	(.....)	(.....)	(.....)
	ARABAMCOM	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: Teşebbüslerden Elde Edilen Veriler ve Raportör Hesaplamaları.

- (64) Yukarıdaki tablo incelendiğinde, bireysel üye sayısı bakımından SAHİBİNDEN'in 2020-2022 döneminde %40 eşiğinin oldukça üzerinde bir pazar payına sahip olduğu, ilan sayısı bakımından da 2020-2022 yılları arası dönemde pazardaki lider konumunu sürdürdüğü görülmektedir. Tabloda yer verilen bireysel üye sayısına bakıldığında SAHİBİNDEN'in 2020-2022 dönemindeki ortalama pazar payının %(.....) ile ARABAMCOM'un yaklaşık (.....) katı olduğu anlaşılmaktadır. Bireysel ilan sayısına bakıldığında, SAHİBİNDEN'in 2020-2022 dönemindeki ortalama pazar payının %(.....) ile ARABAMCOM'dan yaklaşık (.....) kat fazla olduğu anlaşılmaktadır. Teşebbüslerin bireysel üyelere elde ettiği gelirler bakımından SAHİBİNDEN'in pazar payının yine %(.....) üzerinde olduğu görülmekte ve 2022 yılında %(.....) pazar payıyla ARABAMCOM'un oldukça önünde olduğu görülmektedir.
- (65) Söz konusu veriler dikkate alındığında, rakiplerin SAHİBİNDEN'e kayda değer bir rekabetçi baskı oluşturabildiğinden bahsetmek mümkün görünmemektedir. Ayrıca SAHİBİNDEN'in ilgili ürün pazarındaki lider konumunu yıllar itibarıyla istikrarlı bir şekilde devam ettirdiği anlaşılmaktadır. Dolayısıyla, yukarıda bahsedilen göstergeler ışığında SAHİBİNDEN'in bireysel üyelerin vasıta satış/kiralama faaliyetlerine yönelik çevrim içi platform hizmeti pazarında oldukça güçlü bir konumda olduğu görülmektedir.

### I.3.1.2. Pazara Giriş ve Pazarda Büyüme Engelleri

- (66) Pazar payları ve yoğunlaşma düzeyleri, pazarın yapısı ve rekabet düzeyi bakımından önemli bir gösterge niteliğinde olsa da ilgili pazarda hâkim durum tespiti, yapısal analizlerin yanı sıra özellikle pazarın mevcut ve gelecekteki yapısı ile pazardaki potansiyel rekabete ilişkin diğer değerlendirmelerden de etkilenmektedir. İlgili pazarda sahip olunan yüksek pazar payları, söz konusu pazara girişler yeterince kolay ise önemli ölçüde rekabet karşıtı etkiler yaratmayabilecektir. Bu durumda potansiyel rakipler, pazar fiyatlarındaki olası yükselişlere karşı duyarlı bir şekilde ilgili pazara giriş yapabilecektir.
- (67) İlgili ürün pazarına potansiyel rakipler tarafından yapılacak girişlerin yeterince kolay olması durumunda incelenen teşebbüsün hâkim durumunun sorgulanabilir olduğu kabul edilmektedir. Bununla birlikte, pazardaki oyuncular üzerinde yeterli düzeyde bir rekabetçi baskı yarattığının kabul edilebilmesi için pazara girişlerin muhtemel, zamanlı ve olası rekabeti kısıtlayıcı etkileri yok edebilecek güçte olması gerekmektedir.
- (68) Pazara girişin veya pazarda faaliyet gösteren teşebbüslerin büyümelerinin önündeki engellere ilişkin olarak yapılacak açıklamalar mevcut dosya kapsamında tanımlanan tüm ilgili ürün pazarları bakımından geçerlidir.
- (69) Pazarın özelliklerine bakıldığında ilk olarak, çevrim içi ilan yeri sağlama hizmetinde bulunabilmek için 5651 Sayılı İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve



Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanun uyarınca, Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumundan yer sağlayıcılık belgesi alınması gerektiği görülmektedir. Ancak söz konusu belge bildirim usulüyle ve herhangi bir sayı sınırlamasına tabi olmaksızın alındığından pazara giriş bakımından yasal bir engel teşkil etmemektedir.

- (70) İkinci olarak, hizmetin sunulmasını olanaklı kılacak bir yazılımın geliştirilmesi gerekmektedir. Böyle bir yazılım, teşebbüslerin beklentilerine bağlı olarak sınırlı bir bütçeyle oluşturulabileceği gibi göreceli olarak çok daha büyük bütçelerle de temel fonksiyonları bakımından benzer fakat daha nitelikli bir yazılımın hazırlanması da mümkündür. Bu bağlamda, yazılım geliştirilmesine ilişkin maliyetlerin bir pazara giriş engeli teşkil ettiğini ifade etmek mümkün görünmemektedir.
- (71) Yukarıda ifade edilenlerin yanında, pazara girişlerin mümkün olması ve faaliyetlerin devamı için gerekli olan yatırım maliyetlerinin büyüklüğü de önem arz etmektedir. Bu konuyla ilgili olarak 2. Aşırı Fiyat Kararı kapsamında rakip teşebbüslere yöneltilen sorulara karşılık olarak sunulan cevaplardan da anlaşılacağı üzere, platform hizmeti sunmayı planlayan bir işletme için, kurulum maliyetine kıyasla ilgili pazarda tutunabilmek için gerekli olan maliyetler daha belirleyici olmaktadır.
- (72) Marka gücünün yüksek öneme sahip olduğu pazarlarda, belirli bir marka algısı yaratmak zaman ve yatırım gerektirdiğinden teşebbüslerin pazarda tutunabilmesi ve/veya büyüebilmesi için özellikle marka bilinirliğini ve tüketici ziyaretini arttırmaya yönelik reklam harcamaları önemli bir maliyet teşkil etmektedir. Herhangi bir firmanın özellikle belirli sayıda müşteriye erişmesi ve büyüebilmesi için bu alanda yapacağı yatırımları sürekli artırması gerekmektedir. Farklı kanallardaki reklam harcamaları sayesinde platformlar, tüketici tarafından tanınma ve aranan bir platform olma özelliğine erişebilmektedir. Bu noktada, SAHİBİNDEN'in pazara ilk giren teşebbüs olmasına bağlı olarak sahip olduğu avantaj kolaylıkla görülmektedir. Bu avantajla birlikte, SAHİBİNDEN'in hem ilan arayanlar hem de ilan verenler bakımından geniş bir kullanıcı kitlesine ulaşması, pazarın dışsalılıklara dayalı doğası gereği rakiplerin büyümesi üzerinde bir baskı unsuru oluşturmaktadır.
- (73) Üçüncü olarak, pazarda tutunabilmek için platformun bilinirliğinin ve sürdürülebilirliğinin sağlanması da önemli miktarda yatırım gerektirmektedir. Nitekim rakiplerin, reklam harcamasının yanı sıra yeni ürün/hizmetlere de yatırım yaptığı görülmektedir. EMLAKJET ve ARABAMCOM'un yatırım harcamalarına aşağıdaki tabloda yer verilmektedir:

Tablo 9: ARABAMCOM ve EMLAKJET'in Yıllara Yaygın Yatırım Maliyetleri (TL)

ARABAMCOM	2020	2021	2022 <sup>16</sup>
Prodüksiyon	(....)	(....)	(....)
Ajans ve Danışmanlıklar	(....)	(....)	(....)
Offline Pazarlama	(....)	(....)	(....)
Dijital Pazarlama	(....)	(....)	(....)
Araçlar	(....)	(....)	(....)
Promosyon	(....)	(....)	(....)
Etkinlikler	(....)	(....)	(....)
Sponsorluklar	(....)	(....)	(....)
İşbirliği	(....)	(....)	(....)
Diğer Pazarlama Giderleri	(....)	(....)	(....)
TOPLAM	(....)	(....)	(....)

<sup>16</sup> Söz konusu yıl için Mayıs ayına kadar olan veriler talep edilmiştir.



EMLAKJET	2020	2021	2022 <sup>17</sup>
Ajans Giderleri	(.....)	(.....)	(.....)
Media	(.....)	(.....)	(.....)
Dijital	(.....)	(.....)	(.....)
CRM	(.....)	(.....)	(.....)
Saha ve Etkinlikler	(.....)	(.....)	(.....)
Promosyon	(.....)	(.....)	(.....)
Telefon Yönlendirme	(.....)	(.....)	(.....)
SMS	(.....)	(.....)	(.....)
Diğer Pazarlama Giderleri	(.....)	(.....)	(.....)
Pazar Araştırmaları	(.....)	(.....)	(.....)
TOPLAM	(.....)	(.....)	(.....)
Kaynak: Teşebbüslerden Gelen Cevabi Yazılar.			

- (74) Tablodan görüldüğü üzere, ARABAMCOM'un 2020-2022 yılları arasındaki yatırım harcamaları (.....) TL, EMLAKJET'in yatırım harcamaları ise (.....) TL olarak gerçekleşmiştir. Dolayısıyla platformun faaliyetine başladıktan sonra kullanıcının gözünde daha bilinir hale gelmesini sağlamak üzere yeni geliştirmeler için ve pazarlama ile tanıtım için devamlı yatırım harcamasına katlandığı görülmektedir.
- (75) Emlak satış/kiralama hizmetlerine yönelik çevrim içi platform hizmeti pazarında, tüketiciler, ilgili platformda bulunan emlakçıların sayısı arttıkça; emlakçılar ise ilgili platformu ziyaret eden tüketicilerin sayısı arttıkça siteyi kullanmayı daha fazla tercih etmektedir. Tablo 5'ten ve Tablo 6'dan da görüldüğü üzere, 2020-2022 yılları arasında SAHİBİNDEN'e kayıtlı kurumsal üye sayısı en yakın rakibinden emlakta yaklaşık (.....), vasıtada yaklaşık (.....) kat fazladır. Söz konusu oran, pazarda var olan ağ etkileri ile birlikte değerlendirildiğinde SAHİBİNDEN'e oldukça önemli bir avantaj sağlamaktadır. Bu kapsamda SAHİBİNDEN'in geniş bir ilan veren ve son kullanıcı portföyüne sahip olması ve her iki kullanıcı grubunun birbirini besleyen döngüsü nedeniyle ortaya çıkan dolaylı ağ etkilerinin ilgili pazarda var olan rakipler bakımından rakiplerin pazarda tutunmasını güçleştirebileceği, potansiyel rakipler için giriş engeli teşkil edebileceği değerlendirilmektedir.
- (76) İlaveten ölçek ekonomisi bakımından (çok sayıda bireysel ve kurumsal üyesinin bulunması), SAHİBİNDEN'in ek bir maliyete katlanmaksızın çok sayıda oto galeri, emlakçı ve bireysel üyeye hizmet verebilmesi onu rakiplerinden ayırmaktadır.
- (77) Son olarak, incelenen teşebbüsün özellikleri de pazara girmek isteyen teşebbüsler bakımından giriş engeli oluşturabilmektedir. SAHİBİNDEN'in marka bilinirliğinin yüksek olması ve ilan arayanlar ile ilan verenler bakımından en geniş kullanıcı kitlesine sahip platform olması nedenleriyle, özellikle ilan arayanların farklı bir ilan sayfasına yönelmesi motivasyonunun azalacağı değerlendirilmektedir.
- (78) Ayrıca, SAHİBİNDEN, sahip olduğu ağ etkileri sayesinde önemli miktarda pazarlama yatırımı yapmaksızın büyüme fırsatını elinde bulundurmaktadır. SAHİBİNDEN, pazara yeni girecek teşebbüslere göre, yine ilk giren avantajının bir yansıması olarak, Google organik arama sonuçlarında daha üst sıralarda yer aldığından doğal bir trafik avantajına da sahip olmaktadır.
- (79) Son olarak yakın zamanda TRENDYOL emlak ilan hizmeti sunma girişiminde bulunmuş ancak 07.07.2022 tarihli ve 31889 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan 7416 sayılı Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanunda Değişiklik Yapılmasına

<sup>17</sup> Söz konusu yıl için Mayıs ayına kadar olan veriler talep edilmiştir.

Dair Kanun (7416 sayılı Kanun)<sup>18</sup>, TRENDYOL'un platformu üzerinden ya da bağlantılı bir şekilde ilan hizmetleri sunumuna izin vermediğinden bu girişimini sonlandırmıştır. Dolayısıyla ilgili kanunda belirtilen kriterleri karşılayan TRENDYOL gibi teşebbüsler bakımından ilan görüntüleme hizmetleri pazarına yasal giriş engeli bulunduğu söylenebilecektir. 7416 sayılı Kanun'un yokluğunda TRENDYOL gibi faaliyet gösterdiği çok kategorili çevrim içi pazaryeri pazarında lider konumunda bulunan, marka bilinirliği yüksek olan ve finansal güce sahip bir şirketin dosya konusu ilgili ürün pazar(lar)ındaki rekabeti artıracığı ve SAHİBİNDEN'in fiyatlandırma politikası üzerinde rekabetçi baskı yaratabileceği muhtemeldir. Diğer taraftan söz konusu yasal engelin yalnızca 7416 sayılı Kanun'da sayılan kriterleri sağlayan teşebbüsler bakımından geçerli olduğu, bu kriterleri taşımayan teşebbüsler için SAHİBİNDEN'in faal olduğu pazarlara girişin önünde herhangi bir yasal engelin bulunmadığı belirtilmelidir.

- (80) Bu bakımdan, her ne kadar pazara girişin önünde mutlak bir engel bulunmasa da çevrim içi ilan yeri sağlama hizmetlerinin çok taraflı platform olma özelliğinden kaynaklanan önemli şebeke etkileri, ölçek ekonomileri, kullanıcı alışkanlıkları, SAHİBİNDEN'in sahip olduğu yüksek marka bilinirliği, finansal ve ekonomik gücü gibi hususların piyasadaki teşebbüslerin büyümesinin veya piyasaya yeni teşebbüslerin girmesinin önünde engel oluşturmasının muhtemel olacağı değerlendirilmektedir.

### I.3.1.3. Alıcı Gücü

- (81) Hâkim durum değerlendirmesinde incelenecek diğer husus ise alıcı gücünün var olup olmadığıdır. Kılavuz'da, pazardaki müşterilerin görece büyük, alternatif temin kaynakları hakkında yeterince bilgili ve makul bir süre içerisinde başka bir sağlayıcıya geçmek ya da kendi arzını yaratmak imkânına sahip olması durumunda, bu müşterilerin pazarlık gücüne, bir başka deyişle, alıcı gücüne sahip olduğu kabul edilmektedir.
- (82) Kurulun 2. ve 3. Aşırı Fiyat Kararlarında 2020 yılında SAHİBİNDEN'in, emlak alanında bankalar dâhil edildiğinde en büyük müşterisinin ((.....)) SAHİBİNDEN'in cirosuna katkısının yalnızca %(.....), en büyük 10 müşterisinden elde edilen gelirin ise SAHİBİNDEN'in cirosunun %(.....)'si kadar olduğu; bankaların dâhil edilmediği senaryoda ise en büyük müşterisinin ((.....)) SAHİBİNDEN'in cirosuna katkısının %(.....) ve en büyük 10 müşterisinden elde edilen gelirin ise SAHİBİNDEN'in cirosunun %(.....) olduğu tespit edilmiştir. Söz konusu oranların müşterilerin SAHİBİNDEN karşısında etki yaratacak büyüklükte olmadığını ortaya koyduğu, bir başka deyişle, alıcıların güçlü bir konumda olduğundan bahsedilemeyeceği değerlendirilmiştir. Ayrıca SAHİBİNDEN'in müşterilerinin emlak satışı/kiralama faaliyetlerini sürdürmeleri nedeniyle çevrim içi ilan yeri sağlama hizmeti gibi teknik bir konuda kendi arzlarını yaratmalarının makul olmadığı açıklanmıştır.
- (83) SAHİBİNDEN'in gelirleri içerisinde kurumsal üyelerden elde ettiği gelirler incelendiğinde, 2021 yılında emlak alanında en büyük ilk 10 müşterisinden elde ettiği kurumsal gelirlerin toplam gelirleri içindeki payının %(.....) olduğu; 2022 yılı bakımından ise %(.....) olduğu görülmektedir. Söz konusu oranlar, müşterilerin SAHİBİNDEN

<sup>18</sup> İlgili Kanun'un Madde 8'e Ek Madde 2(4)(ç) maddesinde düzenlenen '*Mal veya hizmet ilanlarının yayımlanmasına elektronik ortam sağlaması hâlinde, aynı ortamda mal veya hizmet teminine yönelik sözleşme yapılmasına ya da sipariş verilmesine imkân sağlayamaz. Bu hizmetlerin kendisi veya ekonomik bütünlük içinde bulunduğu kişiler tarafından farklı elektronik ortamlarda verilmesi hâlinde bu ortamlar arasında erişim imkânı sunamaz ve birbirinin tanıtımını yapamaz.*' hükmü uyarınca TRENDYOL ilan hizmetlerinin sunumuna yönelik girişimini sonlandırmıştır.

karşısında ne kadar etkisiz olduğunu, bir başka deyişle alıcıların güçlü ve büyük olmadığını göstermektedir.

- (84) Yine 2021 yılına ilişkin vasıta kategorisine bakıldığında ise en büyük ilk 10 müşteriden elde edilen kurumsal gelirlerin SAHİBİNDEN'in toplam gelirleri içindeki payının % (.....) olduğu; 2022 yılı bakımından ise % (.....) olduğu görülmektedir. Söz konusu oranlar, müşterilerin SAHİBİNDEN'e karşı strateji geliştirme gücünden yoksun olduğunu, alıcıların güçlü ve büyük olmadığını ve alıcıların söz konusu pazarda kendi arzlarını yaratmasının mümkün olmadığını ortaya koymaktadır.
- (85) Son olarak, kurumsal üyelerin nihai tüketiciye ulaşmadan önce SAHİBİNDEN'e bir ücret/bedel ödediği, bu durumun kurumsal üyelerin ellerinde bulundurduğu envanteri öncelikle SAHİBİNDEN gibi portföyü geniş olan platform üzerinden satışa sunmasına ve ancak burada tatmin olmaması durumunda diğer çevrim içi ilan yeri sağlama platformlarına yönelmesine sebep olduğu unutulmamalıdır.
- (86) Yukarıda yapılan tüm açıklamalar dikkate alındığında; SAHİBİNDEN'in (i) kurumsal üyelerin emlak satış/kiralama faaliyetlerine yönelik çevrim içi platform hizmeti, (ii) kurumsal üyelerin vasıta satış faaliyetlerine yönelik çevrim içi platform hizmeti, (iii) bireysel üyelerin emlak satış/kiralama faaliyetlerine yönelik çevrim içi platform hizmeti ve (vi) bireysel üyelerin vasıta satış faaliyetlerine yönelik çevrim içi platform hizmeti pazarlarında hâkim durumda olduğu değerlendirilmektedir.

### **I.3.2. Hâkim Durumun Kötüye Kullanılması Hali Olarak Aşırı Fiyat**

- (87) Hâkim durumun kötüye kullanılması dışlayıcı, ayrımcı ve sömürücü davranışlar yoluyla olabilmektedir. Sömürücü nitelikteki davranışların temel özelliği, genel olarak hâkim durumda bulunan teşebbüsün pazar gücünü kullanarak doğrudan tüketicilere zarar veren davranışlar olarak görülmesidir. Sömürücü nitelikteki davranışlar içerisinde yer alan aşırı fiyatlandırma davranışı, rekabet hukuku çerçevesinde rekabet ihlali olarak değerlendirilen eylemlerden biri olarak kabul edilmektedir. Öte yandan aşırı fiyatlamaya müdahale bazı tartışmaları da beraberinde getirmekte; bazı rekabet hukuku sistemlerinde ihlal olarak nitelendirilen aşırı fiyatlandırma uygulamasına, bazı rekabet hukuku sistemlerinde müdahale edilmemektedir.
- (88) Aşırı fiyatın tam olarak ne olduğuna yönelik genel kabul görmüş bir tanım bulunmamakla birlikte aşırı fiyat, pazar gücünün kullanılması sonucunda sürekli olarak rekabetçi düzeyin önemli ölçüde üzerinde belirlenen fiyat olarak tanımlanmaktadır<sup>19</sup>. Aşırı fiyatlandırma sonucunda rekabetçi piyasalarda oluşan tüketici fazlasının, bir kısmı pazar gücünü elinde bulunduran firmaya üretici fazlası olarak geçmekte, bir kısmı ise tamamen kaybolmaktadır.
- (89) Kavramsal olarak, tekel gücüne sahip olan veya hâkim durumda bulunan teşebbüslerin fiyat belirleyici konumda oldukları ve fiyatlarını kendi maliyet yapılarına göre belirledikleri yönünde yapılan tanımlamalar dikkate alındığında, aşırı fiyatlandırma tekel gücü ve hâkim durum kavramlarından ayrı düşünülemeyecektir.
- (90) Yukarıda da değinildiği üzere, bazı rekabet hukuku sistemleri aşırı fiyatlandırmayı yasaklamamakta, dolayısıyla aşırı fiyatlamaya yönelik yaklaşımlar rekabet otoritelerinin hukuk sistemlerine göre farklılık gösterebilmektedir. Aşırı fiyatlamaya, rekabet hukuku çerçevesinde; Amerika Birleşik Devletleri'nde (ABD) müdahale edilmezken Avrupa Birliği'nde (AB) müdahale edilebilmektedir. Bunun yasal dayanağı Avrupa Birliği'nin İşleyişine Dair Anlaşma'nın (ABİDA) 102. maddesidir. Bu maddede

<sup>19</sup> Robert O'Donoghue ve Jorge Padilla, "The Law and Economics of Article 102 TFEU", 2006, s. 604.

kötüye kullanma örnekleri arasında sayılan “Doğrudan ya da dolaylı olarak haksız alım ya da satış fiyatları uygulamak veya haksız ticari koşullar öne sürmek” aşırı fiyatlamayı da içine alan bir başlık olarak kabul edilmektedir.

### **Aşırı Fiyata Müdahale İçin Gerekli Pazar Koşulları**

- (91) Piyasa ekonomisi bakımından yüksek fiyatların olumlu etkileri (makul bir süre içinde başarılı yeni girişleri teşvik etmesi) ve rekabet otoritelerinin aşırı fiyatlamaya müdahale etmesindeki pratik zorluklar nedeniyle AB uygulamalarında ve rekabet hukuku literatüründe aşırı fiyatlamaya müdahalenin belli pazar koşullarıyla sınırlandırılması gerektiği görüşü hâkim olmuştur. Aşırı fiyatlamaya müdahale edilebilecek pazar koşullarının ne olması gerektiği konusunda da farklı görüşler söz konusudur. Bu görüşlerden öne çıkan Evans ve Padilla'nın<sup>20</sup> görüşlerine göre, esas olarak rekabet hukuku çerçevesinde tüm fiyatlama davranışlarının yasal kabul edilmesi ve bu davranışlara müdahale edilmemesi gerekmekte ancak bununla birlikte, rekabet otoritelerinin müdahaleyi tercih etmesi durumunda müdahalenin şu üç koşulun birlikte sağlandığı haller ile sınırlandırılması gerekmektedir:
- Teşebbüsün pazarda geçmiş yatırımların veya inovasyonların sonucu olmayan ve aşılmaz yasal giriş engelleriyle korunan tekel ya da tekele yakın konumda bulunması<sup>21</sup> (Pazar gücü derecesi ne kadar yüksekse belli bir zaman içinde pazarın kendi kendini düzeltme olasılığının da o kadar az olacağı<sup>22</sup> ifade edilmektedir. Öyle ki bazı yazarlar, pazar gücünün mevcut veya geçmişteki münhasır veya özel hakların veya ortaya çıkarılmamış geçmiş dışlayıcı rekabete aykırı uygulamaların sonucu olmasını da şart koşmaktadır<sup>23</sup>.),
  - Teşebbüsün uyguladığı fiyatların ortalama toplam maliyetleri büyük ölçüde aşması,
  - Bu fiyatların komşu pazarlarda yeni mal ve hizmetlerin ortaya çıkmasını engelleme riski bulunması.
- (92) Evans ve Padilla'ya göre söz konusu koşulların karşılanması durumunda aşırı fiyata rekabet hukuku araçlarıyla müdahale haklı bir müdahale teşkil edecektir. Ancak bu koşulların tamamının gerçekleşmesi güç olduğundan bu yorum katı bir yaklaşım olarak da kabul edilmektedir.
- (93) Aşağıdaki koşullar ise ekonomistler arasında yaygın olarak kabul görmüş koşullardır<sup>24</sup>:
- Yüksek ve geçici olmayan giriş engellerinin varlığı: Ekonomistler, rekabet politikası ile yalnızca yüksek ve istikrarlı giriş engelleri ile karakterize edilen pazarlarda aşırı fiyata müdahale edilmesi gerektiği görüşündedirler. Giriş engelleri yapısal (ağ etkilerinin varlığı gibi) veya yasal (münhasır bir tekel hakkı gibi) olabilir.
  - Tekele yakın hâkim durumun varlığı: Yüksek giriş engelleri göz önünde bulundurulduğunda, hâkim durumdaki teşebbüs, ilgili pazarda tekele yakın bir konumda olmalıdır. Ekonomistler genel olarak, dışlayıcı uygulamalara karşı

<sup>20</sup> D.S. Evans ve A.J. Padilla “Excessive Prices: Using Economics to Define Administrable Legal Rules”, Journal of Law and Economics 1(1), 97-122.

<sup>21</sup> Bu koşul OECD Policy Roundtables Excessive Prices, 2011, s. 50 [2]'de de belirtilmektedir.

<sup>22</sup> OECD Policy Roundtables Excessive Prices, 2011, s. 50 [2].

<sup>23</sup> Massimo Motta, Alexandre de Streel, Excessive Pricing in Competition Law: Never say Never?, in The Pros and Cons of High Prices, Swedish Competition Authority, 2007, s. 24-29.

<sup>24</sup> Marco Botta, Unfair Pricing and Standard Essential Patents, 2020, s. 24.

rekabet hukuku müdahalesini haklı çıkarmak için geleneksel olarak kabul edilen %40 pazar payı eşiğinin aşırı fiyatlara müdahale için oldukça düşük kalacağını belirtmektedir.

- Sektörel düzenlemenin yokluğu: Ulusal regülasyon otoritesi bir ağ endüstrisinde erişimi veya perakende fiyatı düzenlediği durumlarda, rekabet otoriteleri aşırı fiyata müdahale etmemelidir.
- İnovasyon teşviklerinin engellenmesi: Yukarıda da değinildiği üzere Evans ve Padilla, rekabet hukuku müdahalesinin ancak aşırı fiyatlandırmanın piyasaya yeni bir ürünün girişine engel olması durumunda haklı çıkacağını savunmaktadır. Benzer şekilde O'Donoghue ve Padilla<sup>25</sup>, patent sahibinin yenilik yapma güdülerini korumak için, rekabet politikasının patent kapsamındaki bir ürünün aşırı fiyatına yaptırım uygulamaması gerektiğini savunmaktadır.

### **Aşırı Fiyatın Tespitinde Kullanılan Testler**

- (94) Uygulamada fiyatın aşırı olup olmadığına ilişkin genel yaklaşım ürün veya hizmetin "ekonomik değeri" ile "fiyatı" arasındaki ilişkinin makul (*reasonable*) olmaktan uzaklaşmasına ilişkin yapılan değerlendirmelerden oluşmaktadır. Bu çerçevede Avrupa Adalet Divanı'nın (AAD) *United Brands Company* kararında<sup>26,27</sup> "*hâkim durumdaki teşebbüsün bu durumdan kaynaklanan, normal ve yeterli derecede etkin rekabetin olması halinde elde edemeyeceği ticari faydaları elde edebileceği imkânlardan faydalanıp faydalanmadığının belirlenmesi*"nin önemine vurgu yapılmış ve "*sunulan ürünün ekonomik değerine kıyasla aşırı*" fiyat uygulamanın bir kötüye kullanma hali olduğu belirtilmiştir. Buradan yola çıkarak hâkim durumda bulunan bir teşebbüsün rekabetçi şartlarda uygulayamayacağı ve sunduğu ürünün/hizmetin ekonomik değerinin önemli ölçüde üzerinde olan fiyatların rekabet hukuku anlamında aşırı fiyat olarak değerlendirileceği değerlendirilmektedir.
- (95) Aşırı fiyatın tespitine yönelik yapılan değerlendirmelerde ekonomik değer testinin (EDT) uygulamaların temelini oluşturduğu, daha sonra geliştirilen yöntemlerin ise EDT ile çizilen temel çerçeveye dayandığı görülmektedir. Alternatif yaklaşımlar içerisinde ise *aşırı kârlılık yaklaşımı, kanıtların sayıca fazlalığı yaklaşımı, giriş sonrası fiyat düşüşleri yaklaşımı ve yapısal yaklaşım* bulunmaktadır.
- (96) İki aşamalı bir test olan EDT'nin ilk aşamasında incelemeye konu ürünün/hizmetin fiyatı ile maliyeti karşılaştırılmakta; ikinci aşamada ise incelenen fiyat kendi içinde ya da rakip ürünlerin/hizmetlerin fiyatları ile kıyaslanmaktadır. Fiyat-maliyet karşılaştırmasında, bir ürünün/hizmetin sunulması için katlanılan maliyetler ile satış fiyatı arasındaki fark değerlendirilmekte ve bir teşebbüsün ne oranda kâr elde ettiği tespit edilmektedir. Bu yaklaşımda maliyetin ve üzerine eklenen makul kâr marjının toplamını aşan fiyatların aşırı olduğu kabul edilmektedir. Ancak ekonomik değer

<sup>25</sup> Robert O'Donoghue ve Jorge Padilla, "The Law and Economics of Art. 102 TFEU" (3rd edition, Hart Publishing), 2020, s. 742.

<sup>26</sup> Case 27/76 *United Brands Company v. Commission* (1978) ECR 207.

<sup>27</sup> *United Brands* kararında, Komisyon'un Chiquita kararına karşı yapılan temyiz başvurusu değerlendirilmiştir. Komisyon, söz konusu kararında, Chiquita markalı muzların sağlayıcısı olan ve Belçika, Lüksemburg, Danimarka, Almanya, İrlanda ve Hollanda'dan oluşan ilgili pazarda hâkim durumda olduğu tespit edilen *United Brands*'in hâkim durumunu yeniden satış koşullarını belirlemek, fiyat ayrımcılığı yapmak, mal vermeyi reddetmek ve haksız satış fiyatları uygulamak suretiyle kötüye kullandığına hükmetmiştir. AAD, Komisyon kararının haksız satış fiyatlarına ilişkin kısmını delil yetersizliğinden dolayı bozmuş, diğer üç ihlale ilişkin kısmını onamıştır.

yalnızca katlanılan maliyetler gibi arz yönlü faktörlerle hesaplanması durumunda, talep gibi maliyet dışı unsurların göz ardı edilmesi eksik değerlendirmelere yol açabilmektedir. Doğru maliyet kavramının belirlenmesine ilişkin bu zorluklar yanında, maliyetin hesaplanmasına ve makul kâr oranının belirlenmesine ilişkin zorluklar<sup>28</sup> bu yöntem ile aşırı fiyat tespitinin objektif olarak yapılmasını imkânsızlaştırmaktadır<sup>29</sup>.

- (97) Bu noktada, katlanılan maliyetlerin tamamının üretilen tüm ürünlere dağıtılması esasına dayanan muhasebe temelli ölçütler, aşırı fiyatlandırma ihlallerinin tespit edilebilmesi için daha uygun ölçütler olarak görülmektedir. Uygulamada ise muhasebe temelli ölçütler içerisinde yer alan, "ortalama toplam maliyet" (OTM) ile AAD'nin ve Avrupa Komisyonu'nun (Komisyon) bazı kararlarında<sup>30</sup> "tam dağıtılmış maliyet" (TDM) ölçütünün kullanıldığı görülmektedir. OTM, gerek değişken maliyetler gerekse yüksek sabit maliyetler dikkate alınarak hesaplanan toplam maliyetin üretim miktarına bölünmesiyle elde edilmektedir. TDM'de ise ürünün maliyeti, doğrudan ilişkilendirilebilir sabit ve değişken maliyetlerin tamamı ile doğrudan ürünle ilişkilendirilemeyen ortak ve genel maliyetlerden ürüne düşen paydan oluşmaktadır. Yapılan hesaplamalarda öncelikle doğrudan ilişkilendirilebilir maliyetler ilişkili oldukları ürünlere yüklenirken ortak maliyetler ve genel maliyetler ise belirli dağıtım yöntemleri aracılığı ile dağıtılmaktadır.
- (98) EDT'nin ilk aşamasında yaşanan zorluklardan bir diğeri ise ne ölçüde bir kâr marjının aşırı olacağı belirlenmesidir. Faaliyet gösterilen sektörün özellikleri, yatırım miktarı, batık maliyetler ve fırsat maliyetleri gibi faktörler makul kâr marjının hesaplanmasında göz önünde bulundurulmalıdır. Ancak tüm bu hususlar göz önünde bulundurulduğunda, fiyat-maliyet karşılaştırmasının her zaman ve her sektör için doğru sonuçlar veremeyeceği açıktır. Bu nedenle, aşırı fiyat tespitinde ilk aşamada ulaşılan sonuçların tek başına yeterli olamaması nedeniyle ikinci aşamada elde edilen bulgularla birlikte fiyatların değerlendirilmesi gerekmektedir.
- (99) Fiyat kıyaslamasının konu olduğu ikinci aşamada, ürün/hizmet fiyatı teşebbüsün hem kendi fiyatı ile hem rakip teşebbüslerin fiyatları ile karşılaştırılmaktadır. Bu kapsamda rakipler/pazarlar arasında fiyat karşılaştırması, coğrafi fiyat karşılaştırması ve zaman içerisinde fiyat karşılaştırması yöntemleri uygulanmaktadır. Bu aşamada fiyat düzeylerinin kıyaslanması esas olmakla birlikte, kâr marjlarının kıyaslanması da söz konusu olabilmektedir. Kendi fiyatları ile yapılan kıyaslamada, teşebbüsün farklı coğrafi bölgelerde, farklı müşteri gruplarına ve farklı zaman dilimlerinde uyguladığı fiyatlar karşılaştırılabilmektedir.

### **Aşırı Fiyatlamaya İlişkin Kurul Yaklaşımı**

- (100) Türk rekabet hukukunda 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesi kapsamında hâkim durumun kötüye kullanılması davranışlarından biri olarak ele alınan aşırı fiyatlandırma davranışının tespitine yönelik Kurul kararlarında; hâkim durumda bulunan bir teşebbüsün rekabetçi şartlarda uygulayamayacağı ve sunduğu ürünün/hizmetin ekonomik değerinin önemli ölçüde üzerinde olan fiyatlar rekabet hukuku anlamında aşırı fiyat olarak değerlendirilmektedir. Kurulun bugüne kadar izlediği yaklaşım, aşırı fiyata ancak sınırlı bazı koşullar altında rekabet hukuku çerçevesinde müdahale edilmesi gerektiğini işaret etmektedir. Bu yaklaşımın altında yatan gerekçe, müdahale sonucunda teşebbüslerin kârlarının sınırlanacak olması nedeniyle pazara yeni girişlerin ve pazardaki yatırımların

<sup>28</sup> O'Donoghue ve Padilla, Chapter 14, 'Excessive Pricing', 2020, s. 734.

<sup>29</sup> Evans ve Padilla, s. 109.

<sup>30</sup> Case 66/86 Ahmed Saeed v. Zentrale (1989) ECR 83, Scandlines Sverige AB v Port of Helsingborg, COMP/A 36.568/D3, 2004.

engellenmesi gibi pazarın işleyişine ilişkin sakıncaların ortaya çıkması riski ve rekabet otoritelerinin aşırı fiyatlamaların tespiti ve aşırı fiyatlamaya müdahale yönteminde hata barınması riskidir.

- (101) Kurulun aşırı fiyatlamaya yaklaşımını tüm hatlarıyla ortaya koyan 06.04.2001 tarihli ve 01-17/150-39 sayılı *Belko* kararı<sup>31</sup>, aşırı fiyatlamaların soruşturma konusu yapıldığı ve ihlal tespit edilerek cezai yaptırım uygulanan ilk karardır. Anılan kararda aşırı fiyatlamaların 4054 sayılı Kanun kapsamında ele alınmasına yönelik şu değerlendirme yapılmıştır:

*“Uygulamada Kanun'da öngörülenlerden başka bir takım kötüye kullanma halleri benimsenebileceğine göre, tekelci fiyatın da bunlardan biri olmaması için bir sebep bulunmamaktadır.*

*... tekelci fiyat tekelden kaynaklanan sosyal maliyetin temel sebeplerinden biridir ve eğer anti-tekelleme hükmüyle izlenen amaç tekelden kaynaklanan olumsuzlukların bertaraf edilmesi ise, bu uygulamanın yasaklama kapsamında kabul edilmesi doğal bir netice olarak karşımıza çıkmaktadır. Nitekim anlamı itibarıyla kötüye kullanma kavramına tekellemeden belki de daha uygun bir örnek davranış biçimi bulmak güçtür ...*

*Her ne kadar fiyatlara müdahale mercii olmasa da Rekabet Kurumu, gerek sömürücü gerekse dışlayıcı sonuçlar doğursun hâkim durumdaki teşebbüslerin bu tür uygulamaları karşısında önlem alma zorunluluğunda olan yegâne Kurum olarak karşımıza çıkmaktadır.”*

- (102) Yapılan bu değerlendirme ile aşırı fiyat uygulamasının 4054 sayılı Kanun kapsamında ele alınması gereken bir kötüye kullanma hali olarak kabul edildiği görülmektedir. İlgili kararda aşırı fiyatın tespitinde farklılık göstergede EDT esas alınmış, diğer coğrafi pazarlardaki rakiplerin satış fiyatları ile karşılaştırarak BELKO'nun fiyatlarının %50-60 oranında daha yüksek olduğu tespit edilmiş ve yapılan değerlendirme sonucunda BELKO'nun *aşırı yüksek fiyat uygulayarak hâkim durumunu kötüye kullandığına* karar verilmiştir. Kurulun *Belko* kararı, Danıştay'ın 2001/4817 E., 2003/4770 K. sayılı kararı ile onanmış ve kararda aşırı fiyat uygulamasının Kanun'un 6. maddesi kapsamında ele alınabileceğine hükmedilerek, *“rekabet koşullarının bulunmadığı, piyasanın kendi kendini düzeltilmediği, aşırı fiyatlandırmanın yeni girişleri teşvik etmediği, giriş engellerinin bulunduğu, bilgi akışının tam ve homojen olmadığı bir ekonomide... bu gibi [aşırı fiyat gibi] istismar edici eylemlere rekabet kuralları aracılığıyla müdahale edilebileceği”* ifade edilmiştir. Söz konusu karar, Danıştay İdari Dava Daireleri Kurulunun (İDDK) 02.12.2004 tarihli E:2004/2540, K:2004/1927 sayılı kararıyla, dava dilekçesinde duruşma istemi bulunmasına karşın, duruşma yapılmaksızın esas hakkında karar verildiği gerekçesiyle bozulmuştur. İDDK'nin bozma kararından sonra konuyu inceleyen Danıştay 13. Dairesi, 30.12.2008 tarihli ve E:2008/6492, K:2008/8399 sayılı kararıyla soruşturmayı yürüten Kurul üyesinin, nihai kararın verileceği Kurul toplantısına katılıp oy kullanmasının tarafsızlık ilkesine aykırı olduğu gerekçesiyle, BELKO hakkındaki dava konusu Kurul kararını iptal etmiştir. Bu karar üzerine incelemeye konu olay, Kurulun 08.07.2009 tarihli ve 09-32/703-163 sayılı kararıyla yeniden değerlendirilmiş ve aynı gerekçelerle BELKO'nun *aşırı yüksek fiyat uygulayarak hâkim durumunu kötüye kullandığına* karar verilmiştir. Kurulun bu kararı Danıştay 13. Dairesi'nin 21.10.2011 tarihli ve E:2009/6978, K:2011/4589 sayılı

<sup>31</sup> Söz konusu kararda, Ankara ilinde kömür ithalatı ve satışı hakkını münhasıran elinde bulunduran bir belediye teşebbüsü olan BELKO'nun Ankara ısınma amaçlı kömür pazarındaki hâkim durumunu aşırı fiyat uygulayarak kötüye kullandığı iddiası incelenmiştir.



kararıyla onanmıştır. Danıştay kararı ise İDDK'nin 05.11.2014 tarihli ve E:2012/120, K:2014/3615 sayılı kararıyla onanarak kesinleşmiştir.

- (103) Benzer şekilde, 03.01.2008 tarihli ve 08-01/5-4 sayılı *Havaş* kararında da “ürünün ekonomik değeriyle kabul edilebilir bir ekonomik bağı bulunmayan aşırı fiyat” hâkim durumun kötüye kullanılması olarak değerlendirilmiştir. Yapılan değerlendirmede, Ankara'dan çevre illere yapılan karayolu taşımacılığı ücretleri ile HAVAŞ'ın sunduğu hizmetin bedeli karşılaştırılmış ve HAVAŞ tarafından km başına alınan ücretin oldukça yüksek kaldığı görülmüştür. Hâkim durumdaki bir firmanın aşırı fiyatlarına rekabet hukuku kapsamında müdahale edilebilmesi için söz konusu fiyatların alınan malın ya da hizmetin değerine göre makul sınırların üzerinde olması ve ilgili ürünün katma değerinde olmamakla birlikte haksız yere alıcının kazancından satıcıya karşılıksız para aktarımı sonucunu doğuran istismar edici bir nitelik arz etmesi gerektiği belirtilerek HAVAŞ'ın hizmet verdiği pazarda tekel olması sebebiyle aşırı fiyat uygulayabildiği, pazarın rekabetçi olması halinde bunun mümkün olmayacağı, sonuç olarak HAVAŞ'ın pazardaki hâkim durumunu, hizmetin ekonomik değerinin makul sınırları üzerinde satmak suretiyle haksız avantajlar elde ederek kötüye kullandığı kanaatine varılmıştır.
- (104) Kurulun 15.07.2009 tarihli ve 09-33/739-176 sayılı *İzmir Jeotermal* kararında ise birim maliyet ve kârlılık oranlarına bakılarak aşırı fiyat değerlendirmesi yapılırken genel kabul görmüş bir kuraldan bahsetmek mümkün olmamakla birlikte, en az %100 oranındaki bir kâr marjının aranması gerektiği yönünde görüşlerin var olduğu, dosya özelinde yapılan hesaplamalar çerçevesinde İzmir Jeotermal'in gerek birim kâr oranlarının, gerekse de dönem kârlılığının %20'yi aşmadığı, bu oranda bir kâr düzeyinin aşırı fiyatın göstergesi olabileceğini söylemenin mümkün olmadığı ifade edilmiştir. Aşırı fiyatın tespitinde kullanılan zamanlar arası fiyat kıyaslaması yöntemi kapsamında İzmir Jeotermal'in 2005-2006 ve 2008-2009 sezonu arasında uyguladığı çıplak ısınma bedellerinde 2006- 2007 döneminde kalori esasına göre tarifede bir artış söz konusu olmadığına görüldüğü belirtilmiştir. Teşebbüsler arası fiyat kıyaslamasının mümkün olmadığı, yine de fikir oluşturması bakımından yapılan karşılaştırmada İzmir Jeotermal'in uyguladığı ısınma bedellerinin jeotermal konut ısıtması yapılan bazı bölgelerde uygulanan fiyatlardan düşük iken bazılarında yüksek olduğu, dolayısıyla bölgeler arası fiyat kıyaslaması sonucunda aşırı fiyatlamamanın göstergesi olabilecek bir fiyat farkından bahsetmenin mümkün olmadığı belirtilmiştir.
- (105) Kurulun aşırı fiyatlama yoluyla ihlal tespitinde bulunarak cezai yaptırım uyguladığı 17.01.2014 tarihli ve 14-03/60-24 sayılı *Tüpraş* kararında yapılan değerlendirmede ise; TÜPRAŞ tarafından uygulanan fiyatlar, en yakın erişilebilir dünya serbest piyasa fiyat oluşumu olarak kabul edilen Platts İtalya CIF MED fiyatları ile ve ayrıca TÜPRAŞ'ın ihracat fiyatları ile karşılaştırılmıştır. Karşılaştırma sonucunda, TÜPRAŞ rafineri satış fiyatlarına (RSF) ilişkin olarak 2008-2012 yıllarının tamamını kapsayacak şekilde bir aşırı fiyatlama tespitinin mümkün olmadığı, ancak özellikle 2008 yılının son üç ayında RSF'lerin Platts İtalya CIF MED fiyatlarının önemli ölçüde üzerinde olduğunun görüldüğü, 11.10.2008 - 01.01.2009 tarihleri arasında ortalama RSF'lerin, ortalama Platts İtalya CIF MED fiyatlarından benzinde %14,5 ve motorinde %15 oranında daha yüksek gerçekleştiği belirtilmiştir. Bununla birlikte RSF değişim oranlarında yıllık bazda yapılan karşılaştırmada %5 civarındaki farkın 11.10.2008 ila 01.01.2009 tarihleri arasında üç katına çıktığı vurgulanmış ve TÜPRAŞ'ın aşırı fiyat uyguladığı sonucuna ulaşılmıştır.
- (106) Yukarıda yer verilen kararlarda, aşırı fiyatın tespiti bakımından; ürünün ekonomik değeri ile fiyatı arasındaki ilişkinin belirlenmesinde fiyat karşılaştırması ve fiyat-maliyet

analizinden oluşan iki aşamalı bir test benimsediği; ancak AB yaklaşımından farklı olarak fiyat karşılaştırmasına öncelik verildiği ve fiyat-maliyet analizine maliyetlerin kesin olarak hesaplanabildiği durumlarda yer verildiği görülmektedir. Kararlarda gerek fiyat-maliyet analizinin hesaplanabilirliğinin gerekse de kıyaslanmanın hangi yöntemle/yöntemlerle yapılacağı incelenen olayın özelliklerine göre değişmekte ve hatalı değerlendirme riskinin azaltılması adına birden fazla yöntem uygulanabilmektedir. Kurulun *Tüpraş* kararına yönelik Danıştay'ın 2014/2458 E., 2017/2511 K. sayılı kararında da aşırı fiyatlamanın değerlendirilmesinde olayın özelliklerine göre uygun yöntemlerin seçilebileceğini gösteren aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

*“...Diğer taraftan, TÜPRAŞ'ın Türkiye rafinaj pazarında tek oyuncu olması, farklı coğrafi pazarlarda faaliyet gösteren rakip teşebbüslerin ise ham petrol temin kaynaklarının, lojistik koşullarının, tabii oldukları yasal düzenlemelerinin farklı olması gibi nedenlerde sağlıklı sonuç vermeyeceği değerlendirilerek coğrafi fiyat karşılaştırmasının yapılmaması, bunun yerine, dünya çapında fiyat belirleme yetkisi olan ve dünyadaki fiziki petrol ticaretinde fiyatları referans fiyat olarak kullanılan bir şirket olan Platts İtalya CIF Med fiyatları ile karşılaştırma yapılmasının, 5015 sayılı Petrol Piyasası Kanunu'nun 10. maddesinde yer alan, “...fiyatlar en yakın erişilebilir dünya serbest piyasası koşulları dikkate alınarak belirlenir...” hükmü ve TÜPRAŞ'ın EPDK'ya sunduğu fiyat tarifesinde, Akdeniz bölgesi fiyatlarının referans alınacağına belirtilmesi hususları birlikte değerlendirildiğinde, karşılaştırmanın en yakın uluslararası fiyatlara göre yapılmasında mevzuata aykırılık görülmemiştir. [...] ATAD'ın bu kararında yapılacak kıyaslamalar sınırlandırılmamış, aksine aşırı fiyatın tespitine yönelik başka yolların bulunabileceği ifade edilmiştir. Bu itibarla, dava konusu uyuşmazlıkta aşırı fiyatın tespitine yönelik olarak TÜPRAŞ'ın iç piyasa RSF'leri ile ihracat piyasası fiyatlarının karşılaştırılmasında hukuka aykırılık bulunmamaktadır.”*

- (107) Danıştay'ın Kurulun *Tüpraş* kararına yönelik kararında da aşırı fiyat uygulamasına ilişkin olarak standart bir süre veya kâr marjı olmadığı belirtilerek incelenen her olayın, kendine özel koşulları çerçevesinde değerlendirilmesi gerektiği vurgulanmıştır. Bunun yanında aşırı fiyat analizinde hâkim durumdaki teşebbüsün kâr/zarar edip etmediğinden ziyade fiyatın tüketiciler açısından aşırı olup olmadığının önemli olduğuna dikkat çekilmiştir. Kararda fiyatın aşırılığı değerlendirilirken tüketicilerin fiyata olan duyarlılığının oldukça yüksek olduğu dikkate alınarak %14,5-%15'lik fiyat farkları aşırı fiyat kapsamında değerlendirilmiştir:

*“Avrupa Birliği uygulaması ve Rekabet Kurumu uygulamasına bakıldığında, aşırı fiyat uygulamasına ilişkin olarak standart bir süre veya kâr marjı belirlemesine gidilmediği, dahası içtihatlar arasında da yol gösterici olabilecek bir tutarlılığın bulunmadığı görülmektedir. Bu kapsamda, her somut olayın kendi özel koşullarına göre değerlendirilmesi gerektiğinden ve somut olaya ilişkin olarak tüketicinin petrol fiyatlarına duyarlılığının had safhada olduğu görüldüğünden, 11.10.2008-01.01.2009 tarihleri arasındaki dönemde TÜPRAŞ RSF'lerinin Platts İtalya CIF Med fiyatlarının önemli ölçüde üzerinde seyrettiği, bu dönemde ortalama RSF'nin ortalama Platts İtalya CIF Med fiyatlarından benzinde %14,5, motorinde %15 oranında daha yüksek gerçekleştiği, yıllık bazda yapılan karşılaştırmada en yüksek %5 civarında olan farkın 11.10.2008-01.01.2009 tarihleri arasında yaklaşık 3 katına çıktığı tespitlerinden hareketle ihlâl kararı verilmesinde hukuka aykırılık görülmemiştir... Aşırı fiyata ilişkin*

*incelemelerin sömürücü davranışlar kapsamında tüketici refahı odaklı olarak yapılması gerektiği göz önüne alındığında, aşırı kâra yol açmasa dahi aşırı fiyatın da kötüye kullanma olarak kabul edilmesi gerekmektedir. Başka bir anlatımla, fiyatın tüketici açısından aşırı olup olmadığı araştırılmalıdır. [...] Bu açıklamalar çerçevesinde, aşırı fiyat incelemelerinde teşebbüsün kâr ya da zarar ediyor olmasından ziyade somut olayın koşullarına göre fiyatın aşırı olup olmadığının tespit edilebiliyor olmasının önemli olduğu değerlendirildiğinden, davacı şirketin inceleme konusu dönemde zarar ettiğine yönelik iddiasına itibar edilmemiştir.”*

(108) Son olarak Kurulun aşırı fiyatlama yoluyla ihlal tespitinde bulunduğu en güncel karar olan *Port Akdeniz* kararında<sup>32</sup>, Port Akdeniz tarafından Antalya Limanı'nda yükleme boşaltma hizmetlerine ilişkin aşırı fiyat uygulandığı iddiası incelenmiş ve “konteyner elleçleme hizmetleri”, “dökme katı yük elleçleme hizmetleri” ve “genel kargo elleçleme hizmetleri” olarak tanımlanan ilgili pazarlar bakımından ayrı ayrı olmak üzere gerçekleştirilen değerlendirmede, Port Akdeniz tarafından yıllar itibarıyla konteyner yükleri için uygulanan birim fiyatlara, katlanılan birim maliyetlere ve söz konusu hizmetlere ilişkin olarak kaydedilen kârlılık göstergelerine; ardından bilgi talep edilen limanlar ile Port Akdeniz'in her bir yük türü için yapılan birim fiyat ve kârlılık karşılaştırmalarına yer verilmiştir. Yapılan değerlendirme sonucunda;

- *Port Akdeniz tarafından 2014-2019/6 döneminde konteyner hizmetleri için uygulanan fiyatların, söz konusu dönemde gözlem grubuna dâhil bütün limanlar için hesaplanan birim fiyatların ortalamalarının % (.....) - % (.....) arasında olduğu; bu fiyatlar anılan dönem için geriye kalan limanların her biri tarafından uygulanan birim fiyatların sürekli olarak üzerinde gerçekleşirken, en yakın fiyat uygulayan limanla olan farkın özellikle 2016 ve 2017 yıllarında % (.....)'un üzerine ulaştığı,*
- *Port Akdeniz tarafından 2014-2019/6 döneminde konteyner hizmetlerinden sağlanan ve bu dönem için % (.....) ile % (.....) arasında değişen kârlılığın da, 2019 yılı hariç olmak üzere, konteyner hizmeti için ayrıştırılmış maliyet bilgisi sunabilen limanlar için hesaplanan kâr marjları ortalamasının üzerinde olduğu; bu farkın özellikle 2016-2018 yılları arasında ortalamadan (.....) ile (.....) puan arasında yüksek olduğu,*
- *Analiz döneminde 2015 ve 2019 yılı haricinde gözlem grubu içerisinde Port Akdeniz'e kıyasla daha yüksek kârlılık elde eden bir liman bulunmadığı; Port Akdeniz'in konteyner hizmetlerinden sağladığı kârın, en yakın kârlılığa sahip limandan özellikle 2017 ve 2018 yılları için sırasıyla (.....) ve (.....) puan yüksek olduğu*

görülmüştür.

(109) Ayrıca ilgili karara esas dosyada gerçekleştirilen ekonomik analiz kapsamında, gerek Port Akdeniz gerekse inceleme kapsamında bilgi talep edilen çeşitli limanlar bakımından üç ayrı ölçüte göre kârlılık karşılaştırmalarına yer verilmektir. Söz konusu ölçütler faiz, amortisman ve vergi öncesi kâr (FAVÖK) oranı, net kâr oranı ve gelir-gider marjı olarak belirlenmiştir. Buna göre;

- *Port Akdeniz FAVÖK oranının, inceleme döneminde genel itibarıyla artan bir seyir izlediği, söz konusu oran 2014 yılında yaklaşık % (.....) iken, 2015 yılı hariç*

<sup>32</sup> 05.11.2020 tarihli ve 20-48/666-291 sayılı Kurul kararı.

olmak üzere kademeli olarak artarak, 2018 yılında %(.....)'ye ulaştığı, 2014-2018 dönemi için ortalamasının %(.....) olduğu,

- Port Akdeniz gelir-gider marjının da 2015-2018 döneminde sürekli olarak artarak %(.....)'ten %(.....)'e yükseldiği, 2019 yılının ilk altı aylık döneminde ise %(.....)'e gerilediği, söz konusu marjin 2014-2019/6 dönemi için ortalamasının %(.....) olarak hesaplandığı,
- Port Akdeniz'in 2014-2018 yılları için hesaplanan net kâr oranlarının ise diğer iki ölçüte kıyasla daha dalgalı bir seyir izlediği, 2014 yılı için %(.....) düzeyinde olan bu oranın 2015 yılında %(.....)'e gerilediği, daha sonra ise iki yıl üst üste artarak 2017 yılında %(.....)'ye ulaştığı, analiz döneminin geneli için hesaplanan ortalama net kâr oranının %(.....) olduğu

tespit edilmiştir. Sektöre ilişkin kârlılık istatistikleri Port Akdeniz verileri ile karşılaştırıldığında ise Port Akdeniz'in analiz dönemine ilişkin ortalama kârlılığının, her üç ölçüte göre de sektör ortalamalarının üzerinde olduğu anlaşılmıştır. Yapılan tüm bu analizler sonucunda ise Port Akdeniz'in 2016-2018 döneminde konteyner elleçleme hizmetleri bakımından aşırı fiyatlama yaptığı kanaatine ulaşılmıştır.

- (110) Yukarıda yer verilen açıklamalar ışığında, mevcut dosya kapsamında SAHİBİNDEN'in çevrim içi platform hizmetleri pazarındaki ilan listeleme faaliyetlerinde uygulamış olduğu fiyatların aşırı olup olmadığı ve bu suretle 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesini ihlal edip etmediğinin tespitine yönelik yapılan çalışmalara aşağıda yer verilmektedir.

### **I.3.3. Aşırı Fiyatlama Kapsamında SAHİBİNDEN Fiyatlarına İlişkin Yapılan İnceleme, Tespit ve Değerlendirmeler**

- (111) Aşırı fiyatlama iddialarının değerlendirilmesi amacıyla soruşturma kapsamında yapılan analizde AB ve Kurul içtihatları ile uyumlu olarak EDT yaklaşımı tercih edilmiştir. Daha önce de belirtildiği üzere; EDT'nin ilk aşamasında incelemeye konu ürünün/hizmetin fiyatı ile maliyeti karşılaştırılmakta, ikinci aşamada ise incelenen fiyat kendi içinde ya da rakip ürünün/hizmetin fiyatları ile kıyaslanmaktadır.
- (112) Söz konusu karşılaştırmaların yapılabilmesi için SAHİBİNDEN'e ve rakiplerine ait satış ve maliyet bilgilerini temin etmek amacıyla SAHİBİNDEN'den ve SAHİBİNDEN'in rakibi konumundaki dört ayrı teşebbüsten Ocak 2018 ile Eylül 2022 tarihleri arasını kapsayan 57 aylık dönem için,
- Bireysel/kurumsal üyeler tarafından satın alınan ilan ve ilan paketlerine ilişkin ilan/paket tipi, paket içeriği, bölge ve taahhüt durumu detaylarında; i) satılan toplam ilan/paket sayısı, ii) satılan paketlerin içerdiği toplam ilan hakkı sayısı, iii) ilan/paket satışı karşılığı elde edilen gelir, iv) ek hizmetler karşılığı elde edilen gelirler v) fiilen yayımlanan ilan sayısı, vi) yayımlanan ilanların detay sayfalarına ait kullanıcı (user) bazlı görüntülenme sayıları ve vii) ziyaretçi sayıları,
  - Brüt satışlar, net satışlar, satılan hizmet maliyeti ve faaliyet giderleri gibi gelir tablosu kalemlerine ilişkin bilgiler

talep edilmiştir.

- (113) Öncelikle, emlak ve vasıta ilanlarına yönelik olarak SAHİBİNDEN'e ve rakiplerine ait platformlarda ürün fiyatlarının; ilan/paket tipi, bölge, taahhüt durumu, üye tipi ve paketin içerdiği ilan hakkı gibi kriterlere göre oldukça farklılaşabildiği görüldüğünden yapılan analizlerde daha güvenilir ve sağlıklı bir kıyaslama yöntemi olması sebebiyle ağırlıklı ortalama fiyatlar dikkate alınmıştır. Ağırlıklı ortalama fiyatlar ise paket ve ilan

satışından elde edilen gelirler toplamı, paketlerin içerdiği toplam ilan hakkı sayısına oranlanarak hesaplanmıştır.

- (114) Teşebbüslerce satışı gerçekleştirilen ilan ve ilan paketlerine ait maliyet hesaplamalarında ise tam dağıtılmış maliyet ölçütü benimsenmiştir. İlanlarla doğrudan ve dolaylı olarak ilişkilendirilen ortak ve genel giderler; (i) ilanların ciro payına, (ii) ilanının bulunduğu kategoriye gelen ziyaretçi payına ve (iii) ilgili platformdaki toplam ilan sayısı payına göre olmak üzere üç farklı dağıtım esası benimsenerek dağıtılmıştır. Bu sayede, üç farklı maliyet hesabı yapılarak özellikle dosya konusu iddialar bakımından büyük önem arz eden kârlılık oranlarının hesaplanmasında olası en düşük kâr marjının göz ardı edilmemesi amaçlanmıştır.
- (115) Analizlere geçmeden önce SAHİBİNDEN'in faaliyet gösterdiği farklı kategorilerden elde etmiş olduğu ilan ve paket satış gelirlerinin dağılımına yer verilmesinin, kategoriler ve üye tipleri arasındaki ayırımın anlaşılması noktasında faydalı olacağı değerlendirilmektedir.

Grafik 1: SAHİBİNDEN'in Kategori ve Üye Tipi Bazlı Gelir Dağılımı (İlan ve Paket Satışları, Milyon TL)

(.....TİCARİ SİR.....)

Kaynak: Raportör Hesaplamaları.

- (116) Yukarıda yer verilen grafikten de görülebileceği üzere; 2020, 2021 ve 2022 yıllarında, SAHİBİNDEN'in ilan ve paket satışlarından elde ettiği gelirler içinde emlak ve vasıta kategorilerinin toplam payı yaklaşık %(.....)'tir. Bu iki kategorinin üye tipi ayırımına bakıldığında ise emlak kategorisinden elde edilen gelirlerin büyük çoğunluğunun kurumsal üyelere yapılan satışlardan kaynaklandığı, vasıta kategorisinde ise bireysel ve kurumsal üyelere yapılan satışlardan elde edilen gelirlerin hemen hemen eşit pay aldığı anlaşılmaktadır. Aşağıda bu kategoriler özelinde kurumsal ve bireysel üyelere uygulanan fiyatlara ilişkin değerlendirmelere yer verilecektir.

### **I.3.3.1. Aşırı Fiyatlama Kapsamında SAHİBİNDEN'in Kurumsal Üyelere Uyguladığı Fiyatlara İlişkin Değerlendirme**

- (117) Bu başlık altında öncelikle kurumsal emlak kategorisi için ekonomik değer testinin ilk aşamasını oluşturan fiyat ve maliyet karşılaştırmalarına yer verilecek, daha sonra kurumsal vasıta kategorisine yönelik karşılaştırmalara değinilecektir. Devamında ise SAHİBİNDEN'in ilgili pazarlarda rakibi konumundaki teşebbüslerle fiyat kıyaslamalarına ve SAHİBİNDEN'in kendi platformundaki kategoriler arası fiyat kıyaslamalarına yönelik değerlendirmeler yapılacaktır.
- (118) Hizmet sektörlerindeki maliyet hesaplamaları, mamul üretimi gerçekleştiren sektörler nazaran daha karmaşıktır. Mamul üretiminde kullanılan malzemelerin maliyetleri, işçi ücretleri ve üretim sürecinde ortaya çıkan diğer maliyetler çoğunlukla doğrudan hesaplanabilirken hizmet sektöründe üretilen hizmetin niteliği, türü ve kalitesi gibi faktörlerin mamul üretimine kıyasla daha soyut kalması bu hesaplamaların yapılmasını zorlaştırmaktadır. Özellikle mevcut dosya kapsamında SAHİBİNDEN'in faaliyetlerini gerçekleştirirken katlandığı maliyetlerin satılan her bir ilana/pakete doğrudan atfedilememesi nedeniyle, birim ilan maliyetlerinin hesaplanması noktasında maliyetlerin belirli kıstaslara göre dağıtılması bir zorunluluk olarak ortaya çıkmaktadır.

Bu noktada en fazla tercih edilen yöntem olan ciro payına göre dağıtım yöntemi<sup>33</sup> benimsenebileceği gibi SAHİBİNDEN açısından maliyetleriyle ilişkili olabilecek diğer parametreler de dikkate alınabilecektir.

- (119) Bu bağlamda, SAHİBİNDEN'in maliyetleriyle ilişkili olduğu düşünülen ve internet sitesiyle mobil platformlarına yönelen kullanıcı trafiğini yansıtan ziyaretçi sayıları ile platformda yayımlanan toplam ilan sayısının alternatif maliyet dağıtım yöntemleri için kullanılabilirliği değerlendirilmiştir. Ciro payına göre dağıtım yöntemine benzer şekilde ziyaretçi ve toplam yayımlanan ilan sayılarının kategori payı her bir ilgili kategori özelinde aylık olarak hesaplanmıştır.
- (120) Bununla birlikte, ziyaretçi sayılarının kurumsal ve bireysel olarak üye tipine göre sunulmaması nedeniyle bu aşamada maliyet dağıtım yöntemleri üye tipi ayrımı olmaksızın karşılaştırılacaktır. Maliyetlerin hesaplanmasında; satılan hizmet maliyeti, pazarlama, satış ve dağıtım giderleri, AR-GE giderleri, genel yönetim giderleri ve finansman giderleri kalemleri dikkate alınmış olup bu giderlerin dönemsel arz ettiği hususu hesaplamada göz önünde bulundurulmuştur. Bu kapsamda, satılan hizmet maliyeti kalemi hariç olmak üzere yukarıda sayılan diğer giderler her bir yıl özelinde yıllık toplamı üzerinden 12 aya eşit dağıtılacak şekilde hesaplanmıştır.
- (121) Aşağıdaki grafiklerden de anlaşılacağı üzere emlak ve vasıta kategorileri için yapılan maliyet dağıtımları arasında ciro payına göre yapılan dağıtım yöntemiyle hesaplanan maliyetler, ziyaretçi sayısı ve yayımlanan toplam ilan sayısına göre yapılan maliyet dağıtım yöntemiyle hesaplanan maliyetlere göre daha yüksek çıkmaktadır. Dolayısıyla, bu maliyet dağıtımına göre yapılacak kâr marjı hesabı, söz konusu yöntemler arasında olabilecek en düşük kâr marjını vereceğinden fiyat-maliyet kıyaslamaları bakımından teşebbüs lehine olan ciro payına göre maliyet dağıtım esası benimsenmiştir<sup>34</sup>. Buna ek olarak, aşağıdaki grafiklerde SAHİBİNDEN'e ait iki farklı gelir türüne ilişkin seri yer almaktadır. Bunlardan ilki, yalnızca ilan ve paket satışından elde edilen gelirlerden oluşurken diğeri bu satışların yanında ek olarak sunulan diğer hizmet gelirlerini de içermektedir. Yapılacak fiyat kıyaslamalarında, aksi belirtilmedikçe, yalnızca ilan ve paket satışlarından elde edilen gelirler dikkate alınmış olup tarih aralığı olarak ise Ocak 2018 ile Eylül 2022 arası dönem incelenmiştir.

Grafik 2: Kurumsal Emlak Kategorisinde SAHİBİNDEN'in Aylık Bazda Gelir ve Maliyetleri (KDV Hariç, TL)

(.....TİCARİ SIR.....)

Kaynak: Raportör Hesaplamaları.

- (122) Yukarıda belirtildiği üzere, kurumsal emlak kategorisi bakımından hazırlanan Grafik 2'de teşebbüse ait en yüksek maliyete, ciro payına göre maliyet dağıtım yöntemiyle ulaşıldığı görülmektedir. Benzer bir durum aşağıda yer verilen grafikteki kurumsal vasıta kategorisi için de geçerli olmuştur.

<sup>33</sup> Görelî gelir yöntemi olarak da bilinen ciro payına göre dağıtımda, paylaşılan maliyetler, ürünlerin toplam gelir içindeki payına göre dağıtılmaktadır. Dağıtım toplam veya net gelir üzerinden gerçekleştirilebilmektedir.

<sup>34</sup> Ciro olarak net satışlar dikkate alınmıştır.



Grafik 3: Kurumsal Vasıta Kategorisinde SAHİBİNDEN'in Aylık Bazda Gelir ve Maliyetleri (KDV Hariç, TL)

(.....TİCARİ SIR.....)

Kaynak: Raportör Hesaplamaları.

### I.3.3.1.1. Kurumsal Emlak ve Kurumsal Vasıta Kategorilerine İlişkin Fiyat-Maliyet Karşılaştırması Analizi

- (123) Dosya kapsamında SAHİBİNDEN ve rakip teşebbüslerce satışa sunulan ilan paketlerinin; bölge, paket tipi, taahhüt durumu, paketin içerdiği ilan hakkı sayısı gibi çeşitli kriterlere göre farklılaşabildiği, dolayısıyla sayılan her bir kriter özelinde farklı fiyatların uygulanabildiği tespit edilmiştir. Bu nedenle birim ilan fiyatlarının hesaplanmasında ağırlıklı ortalama fiyat yöntemi tercih edilmiştir. Söz konusu yöntemle göre fiyatlar, ilgili ayda ilgili paket türünden elde edilen toplam satış gelirlerinin satılan tüm paketlerin içerdiği toplam ilan hakkı sayısına oranlanmasıyla elde edilmiştir. Bu kapsamda, kurumsal emlak kategorisindeki ilanlar için hesaplanan ağırlıklı ortalama fiyat, ciro payına göre dağıtılmış maliyetler ve kârlılık oranlarına aşağıdaki grafikte yer verilmektedir:

Grafik 4: Kurumsal Emlak Kategorisinde Fiyat-Maliyet Karşılaştırması

(.....TİCARİ SIR.....)

Kaynak: Raportör Hesaplamaları.

- (124) Yukarıdaki grafik incelendiğinde, Ocak 2018 tarihinden Eylül 2022 tarihine kadar geçen süre zarfında kurumsal emlak kategorisindeki birim ilan fiyatlarının (.....) TL civarlarından (.....) TL'ye yükseldiği görülmektedir. Beş yıllık ortalama mark-up<sup>35</sup> ve kâr marjlarına<sup>36</sup> bakıldığında ise bu oranların sırasıyla ortalama %(.....) ve %(.....) olduğu anlaşılmaktadır. 2020 ve 2021 yıllarının Mayıs aylarında istisnai şekilde yapılan yaklaşık %(.....)'lik fiyat indirimlerinde<sup>37</sup> mark-up'ın %(.....) seviyelerinde, kâr marjının ise %(.....) seviyelerinde seyrettiği tespit edilmiştir.
- (125) SAHİBİNDEN'in kurumsal emlak kategorisine ilişkin kâr marjının 2018-2022 yılları arasındaki seyri incelendiğinde ise 2018 yılında %(.....) seviyesinde iken devam eden yıllarda azalarak %(.....) seviyesine indiği gözlenmektedir. 2018 yılında %(.....) olan

<sup>35</sup> Mark-up; ürünün satış fiyatı ile maliyeti arasındaki farkın ürünün maliyete oranlanması sonucu elde edilmektedir.

<sup>36</sup> Kâr marjı; ürünün satış fiyatı ile maliyeti arasındaki farkın ürünün satış fiyatına oranlanması sonucu elde edilen orandır.

<sup>37</sup> Teşebbüse her iki yılda gerçekleşen düşüşün nedeni sorulmuş olup teşebbüs ilgili yıllarda bir kereye mahsus olmak üzere ilan fiyatlarında indirim uyguladığını bildirmiştir.



mark-up'ın da kâr marjındaki düşüğe paralel şekilde 2022 yılına gelindiğinde % (.....) seviyesine indiği görülmektedir.

- (126) Benzer bir şekilde, kurumsal vasıta kategorisine ilişkin fiyat ve maliyet seyirleri ile kârlılık oranlarına aşağıdaki grafikte yer verilmektedir. Özellikle belirtmelidir ki, bu kategoriye ilişkin fiyat ve maliyetler ile kârlılık oranları kurumsal emlak kategorisiyle oldukça benzerlik göstermektedir. Bununla birlikte aşağıdaki grafikte, Grafik 4'ten farklı olarak iki farklı birim ilan fiyatı bulunmaktadır. Bunun nedeni SAHİBİNDEN tarafından 2022 Nisan ayı itibarıyla uygulamaya alınan kademeli ilan fiyatlandırma sistemidir. Bu sisteme göre, ilan fiyatı 1.000.000 TL'nin üzerinde olan araçlar için söz konusu seviyenin üzerinde kalan kısmın %0,03'ü kadarlık bir tutar, ilan verenlerden ek ilan ücreti olarak alınmaktadır. Bu uygulamaya göre alınan ek ücretler SAHİBİNDEN tarafından "4. Kademe İlan Ücretleri" olarak ifade edilmektedir. Dolayısıyla, 4. Kademe İlan Ücretleri dâhil olmak üzere hesaplanan birim ilan fiyatı, paket satışlarına ek olarak ilgili ilanlardan elde edilen oransal ek ücretleri de içerecek şekilde hesaplanmıştır.

Grafik 5: Kurumsal Vasıta Kategorisinde Fiyat-Maliyet Karşılaştırması

(.....TİCARİ SIR.....)

Kaynak: Raportör Hesaplamaları.

- (127) Yukarıda yer verilen grafik incelendiğinde, bu kategoride satışa sunulan ilanların fiyat ve maliyetleri arasındaki farkın görece yüksek olduğu ve mark-up'ın yaklaşık % (.....), kâr marjının ise % (.....) civarlarında bir seyir izlediği anlaşılmaktadır<sup>38</sup>. Kurumsal vasıta kategorisinde Nisan 2022 itibarıyla uygulamaya konulan kademeli ilan fiyatlandırma sisteminin birim ilan fiyatları üzerindeki etkisinin yaklaşık (.....) TL olduğu tespit edilmekle birlikte zaman içerisinde ilan fiyatı uygulamasındaki üst sınır olan 1.000.000 TL üzerindeki araç sayısının artması halinde bu farkın da giderek artabileceği değerlendirilmektedir. Nitekim bu oran beklenti doğrultusunda yükseliş göstermiş, Aralık 2022 itibarıyla % (.....), Şubat 2023 tarihi itibarıyla ise % (.....) seviyelerine gelmiştir<sup>39</sup>.
- (128) Diğer taraftan kurumsal emlak kategorisine benzer şekilde kurumsal vasıta kategorisindeki kâr marjı ve mark-up'ların ilgili dönemdeki seyri incelendiğinde, kâr marjının 2018'den 2022 yılına kadar % (.....) seviyesinden % (.....) seviyesine, mark-up'ın ise % (.....)'den % (.....)'e indiği gözlenmektedir. Her iki kategoriye ilişkin yapılan fiyat maliyet karşılaştırmaları birlikte değerlendirildiğinde, SAHİBİNDEN'in yıllar itibarıyla bu iki kategoriye ait mark-up ortalamasının % (.....), kâr marjı ortalamasının ise % (.....) civarında bir seyir izlediği ortaya konmaktadır. Öte yandan, her iki kategori kapsamında elde edilen kâr marjı ve mark-up'ın 2021 yılından itibaren azalış eğilimine girdiği söylenebilmektedir.
- (129) Kurul ve AB yaklaşımında, yukarıda yer verilen kâr marjı ve mark-up değerlerinin hangi seviyeden sonra makul olamayacağına ilişkin genel kabul görmüş bir kural

<sup>38</sup> Kurumsal vasıta kategorisindeki ilanlar bakımından hesaplanan kâr marjı 4. Kademe ilan gelirlerinin dâhil olduğu fiyat üzerinden hesaplanmıştır.

<sup>39</sup> SAHİBİNDEN, sağladığı yanıtta, kiralık araç ve motosiklet hariç vasıta ilanlarını dikkate aldığını belirtmiştir.

bulunmamakla birlikte Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (TCMB) tarafından yayımlanan sektörel bilanço ve gelir tablosu istatistiklerine bakıldığında, 2021<sup>40</sup> yılında en yüksek kâr marjına sahip sektörün kâr marjının %46,49, mark-up değerinin ise %86,87 olduğu, en yüksek kâr marjına sahip ilk 10 sektörün<sup>41</sup> ortalama kâr marjı ve mark-up değerlerinin sırasıyla %28,44 ve %41,90 olduğu tespit edilmiştir. İlgili oranlar SAHİBİNDEN'in kârlılık oranlarıyla kıyaslandığında, SAHİBİNDEN'in söz konusu iki kategoriye ilişkin faaliyetleri kapsamında uyguladığı fiyatları ile katlandığı maliyetleri arasındaki farkın ve dolayısıyla kâr marjının görece yüksek olduğu değerlendirilmektedir. TCMB istatistikleri üzerinden yapılan hesaplamada SAHİBİNDEN'in kâr marjı ve mark-up hesaplamalarında kullanılan maliyet ve gider kalemleri dikkate alınmış olup söz konusu sektörlerin 2018-2021 yılları arasındaki kâr marjı ve mark-up değerlerine aşağıdaki tabloda yer verilmektedir.

Tablo 10: 2021 Yılında En yüksek Kâr Marjına Sahip Sektörlerin Ortalama Kârlılık Seviyeleri

NACE Kodu	Sektör	Kâr Marjı (%)				Mark-Up (%)			
		2018	2019	2020	2021	2018	2019	2020	2021
0710	Demir cevherleri madenciliği	23,82	34,14	38,84	46,49	31,26	51,83	63,50	86,87
0729	Diğer demir dışı metal cevherleri madenciliği	24,89	31,15	39,45	38,08	33,13	45,24	65,15	61,51
7211	Biyoteknolojiyle ilgili araştırma ve deneysel geliştirme faaliyetleri	7,77	-9,68	42,76	28,57	8,42	-8,82	74,70	39,99
2651	Ölçme, test ve seyrüsefer amaçlı alet ve cihazların imalatı	24,31	25,01	27,34	27,93	32,11	33,35	37,63	38,76
7740	Fikri mülkiyet haklarının ve benzer ürünlerin leasingi (Telif hakkı alınmış olan çalışmalar hariç)	21,42	24,61	16,72	31,05	27,26	32,65	20,08	45,04
2540	Silah ve mühimmat (cephane) imalatı	19,75	22,53	23,93	22,65	24,62	29,08	31,46	29,29
2053	Uçucu yağların imalatı	15,20	20,74	26,10	22,66	17,92	26,16	35,32	29,29
1712	Kâğıt ve mukavva imalatı	23,24	6,18	14,46	29,94	30,28	6,59	16,90	42,74
6201	Bilgisayar programlama faaliyetleri	17,33	16,83	18,93	20,71	20,96	20,24	23,36	26,11
2020	Haşere ilaçları ve diğer zirai-kimyasal ürünlerin imalatı	18,17	20,79	19,84	16,28	22,20	26,24	24,75	19,45
	Ortalama	19,59	19,23	26,84	28,44	24,82	26,26	39,29	41,90

Kaynak: TCMB Sektörel Bilanço ve Gelir Tablosu İstatistikleri Üzerinden Yapılan Raportör Hesaplamaları.

- (130) Aşırı fiyat teorisi kapsamında SAHİBİNDEN tarafından sunulan hizmetler için uygulanan söz konusu fiyatlama stratejisinin aşırı olup olmadığının ortaya konulabilmesi için, ekonomik değer testinin ikinci adımına geçilerek inceleme konusu fiyatlar, teşebbüsün kendi fiyatları ve/veya rakiplerinin fiyatları ile karşılaştırılmalıdır. Söz konusu karşılaştırmalara ilerleyen bölümlerde yer verilmektedir.

### I.3.3.1.2. Kurumsal Emlak ve Kurumsal Vasıta Kategorilerine İlişkin Rakipler ile Fiyat Karşılaştırması Analizi

- (131) Fiyat karşılaştırması kapsamında yapılacak değerlendirmelerde öncelikle SAHİBİNDEN ile rakiplerinin kurumsal emlak kategorisinde uyguladıkları fiyatların karşılaştırmasına yer verilecektir. Daha sonra, kurumsal vasıta kategorisine ilişkin

<sup>40</sup> TCMB tarafından 2022 yılına ilişkin istatistikler henüz yayımlanmadığı için hesaplamalar 2021 yılı üzerinden gerçekleştirilmiştir.

<sup>41</sup> Söz konusu sektörlerle Tablo 10'da yer verilmektedir.

yapılan kıyaslamalara değinilecek ardından da bu iki kategorideki fiyatlar, SAHİBİNDEN'in diğer kategorilerde uyguladığı kendi fiyatları ile karşılaştırılacaktır. Bu bölümde hesaplanan birim ilan fiyatları, üyelerin satın almış oldukları paketleri ne oranda kullandığından bağımsız olarak satın alınan paketlerdeki ilan haklarının %100'ünün kullanıldığı varsayımı ile hesaplanmıştır<sup>42</sup>.

- (132) İlk olarak, kurumsal emlak kategorisinde SAHİBİNDEN'in rakibi konumundaki HEPSİEMLAK, EMLAKJET ve ZİNGAT'ın uygulamış olduğu birim ilan fiyatları aşağıdaki grafikte gösterilmektedir. Ayrıca, grafikte incelenen dönemin büyük bir kısmında SAHİBİNDEN'den sonra en yüksek fiyatı uygulayan ve bu kategoride SAHİBİNDEN'in en yakın rakibi olarak değerlendirilebilecek (.....) ile SAHİBİNDEN arasındaki fiyat farkı "kat" cinsinden gösterilmiştir.

Grafik 6: Kurumsal Emlak Kategorisinde Birim İlan Fiyatı Karşılaştırması

(.....TİCARİ SİR.....)

Kaynak: Raportör Hesaplamaları.

- (133) Yukarıdaki grafikten de görüleceği üzere, incelenen dönemin tamamında, birbirine benzer hizmetler sunan teşebbüsler arasında SAHİBİNDEN'in uygulamış olduğu birim ilan fiyatı, rakiplerine kıyasla yüksek bir seyir izlemektedir. SAHİBİNDEN'in kendisine en yakın rakibi konumundaki (.....) ile arasındaki fiyat farkının ortalama olarak (.....) kat civarında olduğu anlaşılmaktadır. Diğer taraftan inceleme dönemini kapsayan 57 aylık süre içinde ilgili pazarda faaliyet gösteren teşebbüslerin hepsinin fiyatlarını artırma eğiliminde olduğu izlenirken, SAHİBİNDEN'in en yakın rakibi (.....) ile fiyat farkının giderek azaldığı görülmektedir. Nitekim 2018 Eylül ayında aralarındaki fiyat farkı yaklaşık (.....) kat iken 2022 Eylül ayında bu fark (.....) kata inmiştir. Bu kapsamda SAHİBİNDEN ile (.....) uyguladığı fiyatlar arasındaki farkın inceleme dönemini kapsayan süreçte büyük ölçüde azaldığı değerlendirilmektedir.
- (134) Rekabet hukuku kapsamında bir ürünün maliyeti yanında fiyatı makul değilse ya da ürünün ekonomik değeri yanında fiyatı makul değilse, fiyatın aşırı olduğu söylenebilecektir. Bir ürünün veya hizmetin değerini; maliyetler, talep, rekabet, firmanın itibarı/ünü, fiyat stratejileri, ürünün sahip olduğu özellikleri/kalitesi, kâr marjları ve uygulanan promosyonlar gibi pek çok farklı unsur belirlemektedir. Bu kapsamda, ilgili hizmetin ekonomik değeri belirlenirken farklı ölçütlerin dikkate alınması gerekmektedir.
- (135) İlan listeleme hizmeti, temelde bir pazarlama ve reklam türüdür. İlan verenler bakımından satın alınan ilan listeleme hizmetinin en önemli değer ölçütü, yayımlanan ilanların kısa sürede kaç kişi tarafından görüntülenme aldığıdır. Nitekim yayımlanan ilanın görüntülenmesi arttıkça hedef kitleye ulaşma imkânı artacaktır. Dolayısıyla, teşebbüslerin ilan listeleme hizmetlerinin birim ilan fiyatları değerlendirilirken ödenen bu fiyat karşılığında ilgili platformlarda yayımlanan ilanların ortalama ne kadar görüntülenme aldığı bilgisi, fiyat seviyeleri hakkında farklı bir perspektif sunulmasına olanak sağlayacaktır. Bu bağlamda, teşebbüslerin uygulamış oldukları fiyatlar ile ilgili

<sup>42</sup> Ne kadar kullanılırsa kullanılsın ilgili paketin ücreti her halükarda ödendiğinden ve Mevcut kararın konusunu ödenen ilan ücretlerinin aşırı olup olmadığı hususu oluşturduğundan paketlerin kullanım oranları değerlendirmede dikkate alınmamıştır.

## 23-31/604-204

teşebbüslerin platformlarında yayımlanan ilanların 30 günlük süre içinde aldıkları ortalama görüntülenmeler de dikkate alınarak görüntülenme bazlı fiyatlar hesaplanmıştır. Aşağıdaki grafikte kurumsal emlak kategorisine ilişkin teşebbüslerce uygulanan birim ilan fiyatlarının 100 görüntülenme karşılığı gösterilmektedir:

Grafik 7: Kurumsal Emlak Kategorisinde Görüntülenme Bazlı Birim İlan Fiyatı Karşılaştırması

(.....TİCARİ SIR.....)

Kaynak: Raportör Hesaplamaları.

- (136) Yukarıdaki grafikten de görüleceği üzere; SAHİBİNDEN'in uygulamış olduğu fiyatlar ortalama görüntülenme sayıları ile birlikte değerlendirildiğinde, SAHİBİNDEN ile (.....) arasındaki fiyat farkının (.....) kat seviyelerine düştüğü, SAHİBİNDEN ile diğer iki rakibi<sup>43</sup> arasındaki fiyat farkının ortalama görüntülenme sayılarındaki dönemsel değişkenlikle birlikte önemli ölçüde azaldığı, hatta zaman zaman (.....) ve (.....) fiyatlarının SAHİBİNDEN'in fiyatlarının üzerine çıktığı anlaşılmaktadır.
- (137) Kurumsal vasıta kategorisinde ise öncelikle görüntülenme sayısının dikkate alınmadığı fiyatlar üzerinden yapılan karşılaştırmada 2018-2020 yılları arasında SAHİBİNDEN ile ARABAMCOM arasındaki fiyat farkının ortalama (.....) kat civarında olduğu, 2020 yılından sonra bu farkın azalarak (.....) kat seviyelerine düştüğü tespit edilmiştir. Uygulanan fiyatlar ilan başına ortalama görüntülenme sayılarıyla birlikte karşılaştırıldığında ise SAHİBİNDEN ile ARABAMCOM arasındaki fiyat farkının zaman zaman kapandığı hatta bazı dönemlerde ARABAMCOM fiyatlarının SAHİBİNDEN fiyatlarının da üzerine çıkabildiği görülmektedir. Söz konusu grafiklere aşağıda yer verilmiştir:

Grafik 8: Kurumsal Vasıta Kategorisinde Birim İlan Fiyatı Karşılaştırması

(.....TİCARİ SIR.....)

Kaynak: Raportör Hesaplamaları.

Grafik 9: Kurumsal Vasıta Kategorisinde Görüntülenme Bazlı Birim İlan Fiyatı Karşılaştırması

(.....TİCARİ SIR.....)

Kaynak: Raportör Hesaplamaları.

---

<sup>43</sup> (.....)

### I.3.3.1.3. Kurumsal Emlak ve Kurumsal Vasıta Kategorilerinin Diğer Kategoriler ile Fiyat Karşılaştırması Analizi

- (138) Bu bölümde SAHİBİNDEN'in incelemeye konu iki kategoride uygulamış olduğu fiyatlar yine SAHİBİNDEN'e ait ve kurumsal ayrımı bulunan, i) iş makineleri ve sanayi, ii) yedek parça, aksesuar, donanım ve tuning, iii) ikinci el ve sıfır alışveriş kategorileri ile karşılaştırılmıştır. Ancak söz konusu karşılaştırmaya tabi tutulacak diğer kategorilerde satılan ilanlar bakımından paket bilgisi bulunmadığı için birim ilan fiyatı, platformda yalnızca ilgili ayda yayımlanmış olan ilan sayıları üzerinden hesaplanmıştır. Birim ilan fiyatlarının, paketlerin içerdiği ilan hakkına göre değil de yayımlanan ilanlara göre hesaplanması durumunda, tüm üyelerin satın aldıkları paketlerin her zaman %100'ünü kullanmamasından<sup>44</sup> kaynaklı olarak bu fiyatlar kurumsal emlak ve kurumsal vasıta kategorileri için bir önceki bölümde hesaplanan fiyatlardan daha yüksek olmaktadır. Ancak aynı yöntem diğer kategorilerdeki ilan fiyatlarının hesaplanmasında da kullanıldığı için bu durum, karşılaştırma yapılmasına engel teşkil etmemektedir. Bir önceki bölümde hesaplanan fiyatlar ile karışıklık oluşmaması için yayımlanan ilanlara göre hesaplanan fiyatlar bu bölümde "fiili birim ilan fiyatı" olarak ifade edilmiştir.
- (139) Kategoriler arasındaki fiyat karşılaştırmasına bakıldığında; en yüksek fiili birim ilan fiyatına sahip kurumsal vasıta ve kurumsal emlak kategorilerinden sonraki kategorinin "iş makineleri ve sanayi" kategorisi olduğu, ilgili kategori ile kurumsal vasıta kategorisi arasında (.....) kat, kurumsal emlak kategorisi ile (.....) kata yaklaşan oranlarda fiyat farklarının olduğu tespit edilmiştir. Yedek parça, aksesuar, donanım ve tuning kategorisi ile ikinci el ve sıfır alışveriş kategorilerindeki fiili birim ilan fiyatlarının ise (.....) TL civarında bir seyir izlediği anlaşılmaktadır.

Grafik 10: Kategoriler Arası Fiili Birim İlan Fiyatı Karşılaştırması (TL)

(.....TİCARİ SİR.....)

Kaynak: Raportör Hesaplamaları.

- (140) İncelemeye konu kategorilerdeki fiili birim ilan fiyatlarının (.....) TL arasında olduğu bir durumda en düşük birim ilan fiyatına sahip iki kategoride fiili birim ilan fiyatlarının (.....) TL civarında olmasının ilana konulan ürünlerin kendi fiyatlarından kaynaklanabileceği değerlendirilmektedir. Bu çıkarımın yapılmasının temel nedeni, SAHİBİNDEN'in fiyatlama stratejisini oluştururken satıcılar/müşteriler/üyeler tarafından ilana konulan ürünlerin fiyatından bağımsız bir ilan ücreti belirlemesinin ticari açıdan mümkün olmayacağıdır. Söz gelimi 1.000 TL satış fiyatına sahip bir aksesuar için satıcı tarafından ödemeye razı olunacak ilan ücreti ile 500.000 TL satış ücretine sahip bir vasıta için ödemeye razı olunacak ilan ücreti aynı düzeylerde olmayacaktır. Bu bağlamda, 13.03.2023 tarihinde SAHİBİNDEN platformu üzerinden yapılan sorgulamalardan elde edilen ilgili kategorilerdeki ilan sayıları ile satışa konulan ürünlerin medya satış fiyatları aşağıdaki tabloda gösterilmektedir:

<sup>44</sup> Kurul tarafından karara bağlanmış ancak gerekçeli kararı henüz yayımlanmamış olan 2020-1-070 dosya numaralı *Sahibinden* soruşturması için hazırlanan Soruşturma Raporu'nda da tespit edildiği üzere, en çok satın alınan iki ilan paketi fiiliyatta sırasıyla yıllık 121-300 arası ilan (aylık 10-25 arası ilan) paketi için %(.....); yıllık en fazla 120 ilan (aylık en fazla 10 ilan) içeren paket için %(.....) oranında kullanılmıştır.

Tablo 11: Farklı Kategorilerde İlan Konulan Ürünlerin Medyan Satış Değeri

Kategori	Sorgunun Yapıldığı Andaki İlan Sayısı	Medyan Satış Değeri (TL)
Emlak	1.014.314	~1.800.000
Vasıta	686.419	~400.000
İş Makineleri ve Sanayi	105.671	~65.000
İkinci El ve Sıfır Alışveriş	2.436.147	~1.500
Yedek Parça, Aksesuar, Donanım ve Tuning	2.147.881	~1.300
Kaynak: SAHİBİNDEN İnternet Sitesi.		

- (141) Rakipler ile yapılan fiyat karşılaştırmalarına benzer şekilde ilgili kategorilerdeki ilanların almış oldukları görüntülenme sayıları da dikkate alınarak yapılan hesaplama sonucu ulaşılan görüntülenme bazlı fiyatlar aşağıdaki grafikte gösterilmektedir. Grafikten de anlaşılacağı üzere görüntülenme sayılarının dikkate alındığı durumda kurumsal vasıta kategorisi ve kurumsal emlak kategorisi ile diğer kategoriler arasındaki fiyat farkları büyük ölçüde ortadan kalkmakta, hatta zaman zaman diğer kategorilerdeki birim ilan fiyatları incelemeye konu kategorilerdeki birim ilan fiyatlarının üzerine çıkabilmektedir.

Grafik 11: Kategoriler Arası Görüntülenme Bazlı Fiyat Karşılaştırması (100 Görüntülenme)

(.....TİCARİ SİR.....)

Kaynak: Raportör Hesaplamaları.

- (142) Yukarıda SAHİBİNDEN'in kârlılık oranlarına, rakipleri ile ve kendi içinde yapılan fiyat karşılaştırmalarına yönelik olarak sunulan tüm bilgiler ışığında inceleme dönemi kapsamında;
- SAHİBİNDEN'in kurumsal emlak kategorisine ilişkin 5 yıllık ortalama mark-up ve kâr marjlarının sırasıyla %(.....) ve %(.....) olduğu, 2018'den 2022 yılına kadar kâr marjının %(.....) seviyesinden %(.....), mark-up'ının ise %(.....)'dan %(.....) seviyesine indiği,
  - SAHİBİNDEN'in kurumsal vasıta kategorisine ilişkin mark-up ve kârlılık oranları seyrinin kurumsal emlak kategorisiyle hemen hemen aynı olduğu, 2018'den 2022 yılına kadar kâr marjının %(.....) seviyesinden %(.....), mark-up'ının ise %(.....)'den %(.....) seviyesine indiği,
  - SAHİBİNDEN'in kurumsal emlak kategorisinde kendisine en yakın rakibi konumundaki (.....) ile arasındaki fiyat farkının ortalama olarak (.....) kat civarında olduğu bununla birlikte fiyat farkının yıllar içinde azalarak (.....) kattan (.....) kata düştüğü, uygulanan fiyatlar ortalama görüntülenme sayıları ile birlikte değerlendirildiğinde ise SAHİBİNDEN ile (.....) arasındaki fiyat farkının (.....) kat seviyelerine düştüğü,
  - SAHİBİNDEN ile diğer iki rakibi arasındaki fiyat farkının ortalama görüntülenme sayılarındaki dönemsel değişkenlikle birlikte önemli ölçüde azaldığı, hatta zaman zaman zaman zaman (.....) ve (.....) fiyatlarının SAHİBİNDEN'in fiyatlarının üzerine çıktığı,



- Kurumsal vasıta kategorisinde SAHİBİNDEN ve ARABAMCOM arasındaki fiyat farkının yaklaşık (.....) kat seviyelerinde olduğu, uygulanan fiyatlar ortalama görüntülenme sayıları ile birlikte değerlendirildiğinde ise SAHİBİNDEN ile ARABAMCOM arasındaki fiyat farkının zaman zaman kapandığı hatta bazı dönemlerde ARABAMCOM fiyatlarının SAHİBİNDEN fiyatlarının da üzerine çıkabildiği,
- Kategoriler arası fiyat karşılaştırması kapsamında; kurumsal vasıta ve kurumsal emlak kategorilerinden sonraki kategorinin iş makineleri ve sanayi kategorisi olduğu, ilgili kategori ile kurumsal vasıta kategorisi arasında (.....) kat, kurumsal emlak kategorisi ile (.....) kata yaklaşan oranlarda fiyat farklarının olduğu, yedek parça, aksesuar, donanım ve tuning kategorisi ile ikinci el ve sıfır alışveriş kategorilerindeki fiili birim ilan fiyatlarının ise (.....) TL civarında bir seyir izlediği, ancak bu fiyatların ilana konulan ürünlerin kendi fiyatlarının düşüklüğünden kaynaklanabileceği,
- İncelenen kategorilerdeki ilanların almış oldukları görüntülenme sayıları da dikkate alınarak yapılan hesaplamada ulaşılan görüntülenme bazlı fiyatların dikkate alındığı durumda kategoriler arasındaki fiyat farklarının büyük ölçüde ortadan kalktığı, hatta zaman zaman diğer kategorilerdeki birim ilan fiyatlarının incelemeye konu kategorilerdeki birim ilan fiyatlarının da üzerine çıkabildiği

tespit edilmiştir.

- (143) Yukarıda yer verilen fiyat karşılaştırmaları birlikte değerlendirildiğinde, incelenen dönemin tamamında SAHİBİNDEN'in hem kurumsal emlak hem de kurumsal vasıta kategorilerindeki fiyatlarını, rakiplerinin fiyatlarından ortalamada (.....) kat fazla bir seviyede konumlandırabildiği, görüntülenme bazlı fiyatlar dikkate alındığında bu farkın önemli ölçüde azaldığı ve zaman zaman bazı rakiplerine göre fiyat farkının kapandığı görülmektedir. Görüntülenme bazlı fiyatların ilgili hizmetin ekonomik değerini yansıtmadaki önemi ve rolü göz önüne alındığında, SAHİBİNDEN'in fiyatlarının rakiplerine kıyasla önemli ölçüde yüksek olmadığı değerlendirilmektedir.

### **I.3.3.2. Aşırı Fiyatlama Kapsamında SAHİBİNDEN'in Bireysel Üyelere Uyguladığı Fiyatlara İlişkin Değerlendirme**

- (144) Emlak satış/kiralama ve vasıta satış hizmetlerine yönelik çevrim içi platform hizmeti sunan teşebbüsler, satış ve fiyatlandırma yöntemlerini üye tiplerine göre farklılaştırmaktadır. Bireysel üyeler genellikle verdikleri her bir ilan için ayrı ayrı ücretlendirilmekte veya söz konusu hizmetten ücretsiz olarak yararlanmaktadır. Emlak satış/kiralama hizmetlerine yönelik çevrim içi platform hizmeti sunan ve SAHİBİNDEN'in rakibi konumunda bulunan teşebbüslerden ZİNGAT'ın yalnızca kurumsal üyelere hizmet sunduğu, EMLAKJET'in ise bireysel üyelere ilan ücreti almadığı görülmektedir. Bu sebeple emlak kategorisinde bireysel üyelere sunulan hizmete ilişkin karşılaştırma yalnızca HEPSİEMLAK ile gerçekleştirilebilmektedir. Vasıta kategorisindeki kıyaslamalar ise kurumsal vasıta kategorisinde olduğu gibi ARABAMCOM ile gerçekleştirilmiştir.
- (145) Bu çerçevede, öncelikle emlak kategorisinde bireysel üyelere sunulan hizmete ilişkin olarak SAHİBİNDEN ile HEPSİEMLAK'ın fiyat karşılaştırmalarına yer verilecek, ardından vasıta kategorisinde SAHİBİNDEN ile ARABAMCOM'un fiyat karşılaştırmalarına değinilecektir. İlgili kategoriler sırasıyla bireysel emlak ve bireysel vasıta olarak adlandırılacaktır.



Grafik 12: Bireysel Emlak Kategorisinde Birim İlan Fiyatı Karşılaştırması

(.....TİCARİ SIR.....)

Kaynak: Raportör Hesaplamaları.

- (146) Yukarıda yer verilen grafikteki bireysel üyelere uygulanan fiyatlar incelendiğinde, 2018 ile 2022 yılları arasında SAHİBİNDEN ile HEPSİEMLAĞ arasındaki fiyat farkının dalgalı bir seyir izlemekle birlikte ortalama (.....) kat civarında olduğu görölmektedir. İlgili hizmetin ekonomik değerinin dikkate alınabilmesi bakımından aşığıdaki grafikte bireysel emlak kategorisinde görüntülenme bazlı fiyat farkının 2018-2022 yılları arasındaki seyri gösterilmektedir:

Grafik 13: Bireysel Emlak Kategorisinde Görüntülenme Bazlı Fiyat Karşılaştırması

(.....TİCARİ SIR.....)

Kaynak: Raportör Hesaplamaları.

- (147) Bireysel emlak kategorisindeki görüntülenme bazlı fiyat karşılaştırmasına ilişkin yukarıdaki grafik incelendiğinde, SAHİBİNDEN ile HEPSİEMLAĞ arasındaki birim fiyata ilişkin (.....) katlık farkın ortadan kalktığı görölmektedir. 2018-2022 yılları arasındaki dönemde görüntülenme bazlı fiyatlar bakımından dönem dönem SAHİBİNDEN'in, dönem dönem de HEPSİEMLAĞ'ın fiyatları birbirine kıyasla daha yüksek kalmaktadır.

Grafik 14: Bireysel Vasıta Kategorisinde Birim İlan Fiyatı Karşılaştırması

(.....TİCARİ SIR.....)

Kaynak: Raportör Hesaplamaları.

- (148) Bireysel vasıta kategorisinde uygulanan fiyatlara bakıldığında ise bu kategorideki görünümün bireysel emlak kategorisindeki görünüme oldukça benzer olduğu tespit edilmiştir. 2018 ile 2022 yılları arasında SAHİBİNDEN ile ARABAMCOM arasındaki fiyat farkının ortalama yaklaşık (.....) kat civarında seyrettiği anlaşılmaktadır. Ancak aşığıdaki grafikte yer verilen görüntülenme bazlı fiyatlar dikkate alındığında bu fiyat farkının ortadan kalktığı, incelenen dönemin büyük çoğunluğunda ARABAMCOM'a ait görüntülenme bazlı fiyatların, SAHİBİNDEN'in uyguladığı fiyatların da üzerinde seyrettiği görölmektedir.

(.....TİCARİ SIR.....)

Kaynak: Raportör Hesaplamaları.

(149) Yukarıda yer verilen değerlendirmeler çerçevesinde;

- Bireysel emlak kategorisinde 2018-2022 yılları arasında SAHİBİNDEN'in sunduğu hizmetin fiyatının, kendisinden sonra en yüksek fiyatı uygulayan rakibi HEPSİEMLAK'tan ortalama (.....) kat civarında daha fazla olduğu,
- Yapılan analizde görüntülenme bazlı fiyatlar temel alındığında söz konusu fiyat farkının ortadan kalktığı ve hatta dönem dönem HEPSİEMLAK'ın fiyatlarının SAHİBİNDEN'in fiyatlarının üzerinde kaldığı,
- Benzer şekilde, bireysel vasıta kategorisinde 2018-2022 yılları arasında SAHİBİNDEN ile ARABAMCOM arasındaki fiyat farkının ortalamada (.....) kat civarında olduğu ancak görüntülenme bazlı fiyatlar dikkate alındığında bu fiyat farkının ortadan kalktığı, incelenen dönemin büyük çoğunluğunda ARABAMCOM'a ait görüntülenme bazlı fiyatların SAHİBİNDEN'in uyguladığı fiyatların da üzerinde seyrettiği

tespit edilmiştir.

(150) Bu doğrultuda, bireysel emlak ve bireysel vasıta kategorileri bakımından 2018-2022 yılları arasında SAHİBİNDEN'in fiyatlarının rakiplerine kıyasla önemli ölçüde yüksek olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

(151) Daha önce de değinildiği üzere, soruşturma kapsamında yapılan analizlerde Ocak 2018 ile Eylül 2022 tarihleri arasını kapsayan dönem incelenmiştir. SAHİBİNDEN'in 2018-2020 yılları arasındaki fiyatlandırma politikaları, Kurul tarafından daha önce de ele alınmış ve 05.08.2021 tarihli ve 21-37/540-263 sayılı kararla SAHİBİNDEN'in 2018-2020 döneminde ilgili pazarlarda aşırı fiyatlandırma yoluyla 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesini ihlal etmediğine hükmedilmiştir. Yukarıda yer verilen analizlerde de belirtildiği üzere SAHİBİNDEN'in mark-up ve kâr marjı ile rakipleriyle oluşan fiyat farkının 2020-2022 arasındaki dönemde 2018-2020 yılları arasındaki döneme göre önemli ölçüde farklılaşmadığı ve hatta bazı dönemlerde daha düşük seyrettiği görülmektedir.

(152) Bunun yanı sıra Kurulun 30.09.2021 tarihli ve 21-46/655-M sayılı kararı uyarınca SAHİBİNDEN'in çevrim içi platform hizmetleri bakımından veri taşımanın engellenmesi ve diğer yollarla 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesini ihlal edip etmediğinin tespitine ilişkin olarak 4054 sayılı Kanun'un 41. maddesi uyarınca resen açılan soruşturma hâlihazırda devam etmektedir. Bilindiği üzere rekabet hukuku kapsamında aşırı fiyatlamaya müdahale noktasında daha sınırlı bir yaklaşım tercih edilmektedir. Genel kabul ise yüksek giriş ve büyüme engellerinin olduğu pazarlarda aşırı fiyata müdahale edilebileceği noktasındadır. Kurulun aşırı fiyatlandırma yoluyla 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesini ihlal edildiğine hükmettiği kararlarında<sup>45</sup> ele alınan pazarlar genel olarak

<sup>45</sup> Bkz. Kurulun 06.04.2001 tarihli ve 01-17/150-39 sayılı *Belko* kararı, 03.01.2008 tarihli ve 08-01/5-4 sayılı *Havaş* kararı, 17.01.2014 tarihli ve 14-03/60-24 sayılı *Tüpraş* kararı.

piyasada tek el bir teŖebbüsün bulunduğu pazarlardır. Dijital pazarlar yasal bir giriŖ engeli barındırmasa da baŖta ađ etkileri olmak üzere, ölçek ve kapsam ekonomileri, veri temelli iŖleyiŖ gibi temel pazar dinamikleri sebebiyle yoğunlaŖmaya meyilli bir yapı sergilemektedir. Öte yandan geçiŖ maliyetlerinin düşmesi ve çoklu eriŖim imkânı, ađ etkileri ile karakterize edilen platformların tek el gücü oluŖturabilme kabiliyetleri üzerinde baskı oluŖturabilecektir. Veri taŖınabilirliđinin engellenmesi pek çok raporda geçiŖ maliyeti oluŖturarak çoklu eriŖimi sınırlandıran hususlar arasında sayılmaktadır<sup>46</sup>. Kurulun yürütölen soruŖtırma neticesinde veri taŖınabilirliđinin sağlanmasına hükmetmesi halinde üyelerin, rakip platformlarla çalıŖmasının, eŖ deyiŖle rakiplere geçiŖinin önünün açılacağı, pazardaki giriŖ ve büyüme engellerinin azalacağı değerlendirilmektedir. GiriŖ engellerinin bulunmadığı, daha rekabetçi pazarlarda uygulanan yüksek fiyatlar, pazarın kârlılığı hakkında olumlu izlenim yaratmakta ve pazara giriŖleri teŖvik etmektedir. OluŖacak yeni giriŖler sayesinde hâkim durumdaki teŖebbüsün pazar gücünün azalması ve fiyatların kendiliğinden rekabetçi bir düzeye düşmesi beklenebilecektir. Böylelikle piyasadaki rekabetçi süreç korunduğu takdirde sömürücü davranıŖların kendiliğinden sona ermesi söz konusu olabilecektir. Bu kapsamda, aşırı fiyata müdahale noktasındaki riskler ve pratik zorluklar da göz önüne alındığında ilgili kararın pazarda doğuracağı etkilerin de izlenmesi makul görönmektedir. Sektörde faaliyette bulunan rakip teŖebbüsler tarafından da piyasadaki aksaklıkların çözümlü için veri aktarımı gibi yöntemlerle rakiplerin önünün açılabilereği ve rakiplerin bu yolla büyüyebileceği, rekabeti desteklemek için fiyatlara müdahale dıŖında sečeneklerin değerlendirilmesi ve küçük rakiplerin geliŖimi için gerekli ortamların sağlanması gerektiği, fiyatlara müdahale etmek yerine, pazardaki rekabeti ve müşteri akıŖkanlıđını artıracak önlemlerin hedeflenmesi gerektiği ifade edilmiŖtir.

- (153) Diğer taraftan her ne kadar Türk rekabet hukuku ve mehaz AB rekabet hukuku uyarınca tüketici kavramı hem nihai tüketicileri hem de ara kullanıcılar olan teŖebbüsleri kapsasa da her iki kullanıcı grubunun aynı değerlendirmeye tabi tutulmasını güçleŖtiren faktörler bulunmaktadır<sup>47</sup>. Diğer taraftan, emlak ve vasıta satıŖ/kiralama faaliyetleri yürüten kurumsal üyelerden alınan ücretlerin ilgili pazarın dinamikleri göz önüne alındığında önemli ölçüde sömürücü etki doğurmadığı değerlendirilmektedir. İlerleyen bölümde detaylı bir Ŗekilde yer verilecek olmakla birlikte, soruŖtırma kapsamında gerçekeŖtirilen anket çalıŖmasında SAHİBİNDEN üzerinde yapılan harcamaların toplam giderler içerisindeki payının yıllar itibarıyla kurumsal emlak üyeleri için %30'un, kurumsal vasıta üyeleri için ise %20'nin altında kaldığı ortaya konmuŖtur.

### 1.3.3.3. Ek Ücret Uygulamasına İliŖkin Değerlendirme

- (154) Yukarıda yer alan 1.1.1. SAHİBİNDEN'in ÇalıŖma Modeli ve Fiyatlandırma Politikası Hakkında Genel Bilgi isimli baŖlık altında da aktarıldığı üzere, SAHİBİNDEN ilk olarak 17.08.2021 tarihinde, bireysel üyelerin yayımladığı ücretli ilanlar için vasıta satıŖ fiyatını dikkate alan ücretlendirme politikasını uygulamaya geçirmiŖtir. Akabinde, 03.02.2022 tarihindeki güncelleme ile uygulamaya yeni bir fiyat aralığı eklenmiŖ,

<sup>46</sup> Alt Komite Raporu 2020, s. 321, [https://judiciary.house.gov/uploadedfiles/competition\\_in\\_digital\\_markets.pdf](https://judiciary.house.gov/uploadedfiles/competition_in_digital_markets.pdf), EriŖim Tarihi: 20.03.2023; Furman Raporu 2019, s. 36, [http://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment\\_data/file/785547/unlocking\\_digital\\_competition\\_furman\\_review\\_web.pdf](http://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/785547/unlocking_digital_competition_furman_review_web.pdf), EriŖim Tarihi: 20.03.2023.

<sup>47</sup>Türk Ticaret Kanunu'nun 18 maddesi uyarınca tacirlere "basiretli iŖ adamı gibi hareket etme yükümlölüğü" getirilmiŖtir. Bu kapsamda tacir ile tüketici; bilgi, deneyim, ekonomik güç bakımından eŖit konumda bulunmamakta, tacirin sektörel uzmanlığı sayesinde tarafı olduğu ekonomik iliŖkide doğabilecek riskleri değerlendirmesi ve buna göre aksiyon alması beklenmektedir.

bireysel üyeler özelinde 1.000.000 TL üzeri fiyatlandırılan vasıtalara ilişkin ilanlar için Tablo 3'te belirtildiği üzere (.....) TL'lik bir ücret belirlenmiştir. Tablo 4'te yer verildiği üzere, Nisan 2022 itibarıyla ise bireysel üyeler tarafından tercih edilen ilan türüne göre 1.000.000 TL üzeri fiyatlandırılan vasıtalara uygulanan ilan ücretlerinin (.....) TL ile (.....) TL aralığında olduğu görülmektedir.

- (155) Kurumsal üyelere yönelik olarak vasıta satış fiyatını dikkate alan ücretlendirme politikası ise 01.02.2022 tarihinde getirilmiştir. Dosyaya konu teşkil eden bu ücretlendirme politikası çerçevesinde, SAHİBİNDEN tarafından ilan yayımlanırken kara taşıtlarına ilişkin ilan fiyatlarının 1.000.000 TL'yi aşan kısmının %0,03'ü oranında ek ücret alındığı, bu uygulamanın, taahhüdü devam eden kurumsal üyeler için mevcut taahhüt döneminin sona ermesinin ardından yürürlüğe gireceği ve ek ücretin en çok (.....) TL ile sınırlandırıldığı belirtilmiştir. Ayrıca ilgili ilan için daha önce ilan ek ücreti ödendi ise bu ilanın tekrar yayıma alındığı durumlarda ilandaki araç fiyatı artırılmadığı sürece tekrar ilan ek ücreti alınmadığı, deniz ve hava araç ilanlarının ise bu uygulamadan etkilenmediği açıklanmıştır.
- (156) İlgili politika çerçevesinde ilanların fiyatlarının güncellenmesi durumunda, başka bir deyişle vasıtanın fiyatı 1.000.000 TL'nin altındayken yeni fiyatının 1.000.000 TL'nin üstüne çıkarılması durumunda, 1.000.000 TL'nin üzerinde kalan tutarın %0,03'ünün ilan ek ücreti olarak yansıtıldığı; vasıta fiyatı 1.000.000 TL üzerindeyken fiyatı arttırıldığında, yeni fiyat ile bir önceki fiyat arasındaki farkın %0,03'ünün ek ilan ücreti olarak yansıtıldığı, fiyat güncellemelerine uygulanacak ek ücretlerin yine (.....) TL ile sınırlandırıldığı anlaşılmaktadır.
- (157) Vasıta kategorisinde kurumsal üyeler için araç fiyatını da dikkate alan ilave<sup>48</sup> bir faktör şeklinde özetlenebilecek bu uygulamanın gerekçesi SAHİBİNDEN'e sorulmuş olup<sup>49</sup> SAHİBİNDEN tarafından bu uygulamanın hayata geçirilmesindeki başlıca motivasyonun; üst segment araç satan galerilerin küçük ve orta segment galerilere oranla daha fazla kazanıp ilan başına SAHİBİNDEN'e daha az ücret ödediklerinin tespit edilmesi olduğu belirtilmiştir. SAHİBİNDEN tarafından sunulan bilgilere göre; örneğin, ortalama ilan fiyatı (medyan değeri<sup>50</sup>) yaklaşık (.....) TL olan büyük bir galerinin ilan başına ortalama maliyeti (.....) TL olarak ölçülmekte ve bu rakam ilan fiyatının %(.....) seviyesine karşılık gelmektedir. Diğer taraftan medyan değeri yaklaşık (.....) TL olan orta büyüklükteki bir galerinin ilan başına ortalama maliyeti ise (.....) TL olarak ölçülmekte ve bu rakamın ilan fiyatına oranı ise %(.....) seviyesine tekabül etmektedir.
- (158) Dolayısıyla SAHİBİNDEN'in üst segment araç satan galerilerin küçük ve orta ölçekli galerilere kıyasla ilan başına daha düşük ücret ödememesi gerektiği varsayımı ile ilan ücretlerinde ilana konu vasıtanın değerini dikkate aldığı yeni uygulamasının, ilan sahipleri arası eşitliğe katkı sağlayacağı anlaşılmaktadır.
- (159) SAHİBİNDEN, paket fiyatlarındaki artışın ve/veya ek ücret uygulamasının diğer bir gerekçesi olarak maliyetlerindeki artışı ileri sürmüştür. SAHİBİNDEN'e göre 2022 yılı Ocak ayı toplam maliyetleri Ocak 2020 maliyetlerinin yaklaşık (.....) katı olarak

<sup>48</sup> Fiyatlandırma modelinde ek ücretin yanında önceden beri dikkate alınan unsurlar aylık ilan sayısı, taahhüt yapısı, faaliyet ili ve mağaza yaşı gibi parametrelerdir.

<sup>49</sup> Soruşturma kapsamında SAHİBİNDEN'e benzer şekilde, ilana konu vasıtanın satış değerini dikkate alan ek ücretlendirme politikasını benimseyen başka bir platform bulunmamaktadır.

<sup>50</sup> 2021 yılında SAHİBİNDEN aracılığı ile ilan yayımlayan oto galerilerin 2021 yılında yayımladıkları ilanların fiyat ortalaması alınarak mağazalar bazında ortalama ilan fiyatları hesaplanmıştır. Mağaza bazındaki ortalama ilan fiyatlarının medyan değeri, ilgili segmentte bulunan mağazaları temsil etmek üzere belirlenmiştir.

gerçekleşmiştir. SAHİBİNDEN'in tüm kategorilerde sunduğu hizmete ilişkin toplam maliyeti 2020 yılından 2021 yılına geçerken %(.....) artış gösterirken emlak ve vasıta kategorisinde kurumsal üyelere elde ettiği gelir %(.....) artışla maliyetteki artışın gerisinde kalmıştır. Buna ek olarak SAHİBİNDEN, araç fiyat endeksinin<sup>51</sup> Şubat 2020'den Nisan 2022'ye kadar (.....) kat arttığını, 2 yılı aşkın bu döneme ilişkin fiyat artışlarının ise araç fiyat artışlarının altında kalarak (.....) kat olarak gerçekleştiğini belirtmiştir.

- (160) SAHİBİNDEN iki seneyi aşkın süre boyunca gerçekleştirdiği (.....) katlık fiyat artışına ilişkin olarak TCMB enflasyon verilerine göre Şubat 2020'de 100 TL'lik bir mal sepetinin fiyatının Nisan 2022'de 201,95 TL olduğu, dolayısıyla SAHİBİNDEN fiyat artışlarının iki yıllık sürece ilişkin enflasyon oranlarının altında kaldığı açıklamasında bulunmuştur.
- (161) Bu kapsamda TCMB ve Türkiye İstatistik Kurumu'nun (TÜİK) ilgili tarih aralığındaki tüketici fiyat endeksi (TÜFE) ve üretici fiyat endeksi (ÜFE) verileri incelenmiştir. TÜİK verilerine göre ÜFE 2022 yılı Ocak ayında bir önceki aya göre %10,45 bir önceki yılın Aralık ayına göre %10,45, bir önceki yılın aynı ayına göre %93,53 ve on iki aylık ortalamalara göre %49,93 artış göstermiştir<sup>52</sup>. TCMB verilerine göre TÜFE'nin yıllık değişim oranı 2021 yılı Aralık ayında %36,08 ve 2022 yılı Nisan ayında %69,97 olarak gerçekleşmiştir<sup>53</sup>.
- (162) Teşebbüse son olarak ek komisyon uygulamasına karşılık olarak herhangi bir yatırım veya AR-GE çalışması yürütüp yürütmediği sorulmuştur. SAHİBİNDEN, bu kapsamda;

(.....TİCARİ SIR.....)

ifade etmiştir.

- (163) Özetle teşebbüs, ek ücret uygulamasından elde edeceği gelirleri ürün ve hizmetlerini geliştirmek kapsamında yukarıda sayılan şekillerde kullanacağını ifade etmiştir. Ek ücret uygulamasının piyasadaki etkisine bakıldığında, Grafik 5'ten de görüleceği üzere, uygulamaya konulan kademeli ilan fiyatlandırma sisteminin birim ilan fiyatları üzerindeki etkisinin yaklaşık (.....) TL olduğu tespit edilmiştir. Bu noktada, zaman içerisinde ilan fiyatı uygulamasındaki üst sınır olan 1.000.000 TL üzerindeki araç sayısının artması halinde bu etkinin de giderek artabileceği düşünülebilir. SAHİBİNDEN platformu üzerinden ilanı yayımlanan 1.000.000 TL üzerindeki araçların toplam araç sayısına oranının Aralık 2022 itibarıyla %(.....), Şubat 2023 tarihi itibarıyla ise %(.....) seviyelerine geldiği görülmektedir. Bu kapsamda, her ne kadar incelenen ek ücret uygulaması üyeler üzerine bir maliyet yüklese de incelenen yıllar bakımından uygulamada, üzerinde bu yönde etki doğabilecek üye sayısının sınırlı olduğu söylenebilecektir. Ancak bu etki, ileride üzerine maliyet yüklenen popülasyonun genişlemesi ve/veya bu popülasyon üzerindeki etki miktarının artması durumuna göre

<sup>51</sup> SAHİBİNDEN tarafından hesaplanan bu endeks SAHİBİNDEN'de yayımda olan otomobil ilanlarının, aykırı gözlem temizliği yapıldıktan sonra ortalama fiyatlarının zaman içindeki değişimini ölçen fiyat endeksidir.

<sup>52</sup> Bkz. <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Yurt-%C4%B0%C3%A7i-%C3%9Cretici-Fiyat-Endeksi-Ocak-2022-45850&dil=1>, Erişim tarihi: 20.06.2022.

<sup>53</sup> <https://www.tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/TR/TCMB+TR/Main+Menu/Istatistikler/Enflasyon+Veriler/i/Tuketici+Fiyatlarj>, Erişim tarihi: 20.06.2022.

farklılaşabilecektir. Dolayısıyla bu noktada, ilgili uygulamanın -üst sınırının da olduğu dikkate alındığında- mevcut koşullar altında piyasadaki etkisinin sınırlı olduğu ve üyeler üzerinde önemli düzeyde bir etkisinin bulunmadığı değerlendirilmektedir.

- (164) İlâveten gerçekleştirilen anket sonuçları incelendiğinde, ek ücret uygulamasının üye davranışlarını etkileme potansiyelinin bulunduğu gözlemlenmiş olup ulaşılan sonuçlar söz konusu uygulamanın tüketici refahına olan etkisi de dikkate alınarak I.3.5. numaralı başlıkta ayrıca değerlendirilmiştir.

#### **I.3.4. Yakın Coğrafi Bölgelerdeki Kurumsal Üyelerin Emlak ve Vasıta Satış/Kiralama Hizmetlerine Yönelik Çevrim İçi Platform Hizmetleri Sunan Teşebbüslerin Fiyatları**

- (165) Mevcut soruşturma kapsamında kurumsal emlak, kurumsal vasıta, bireysel emlak ve bireysel vasıta kategorilerinde SAHİBİNDEN tarafından uygulanan fiyatların rakiplerine kıyasla önemli ölçüde yüksek olmadığı değerlendirilmekle birlikte SAHİBİNDEN'in uyguladığı fiyatlandırma politikasının yurt dışında benzer hizmet sunan rakipleri karşısındaki durumu da incelenmiştir. Bu kapsamda SAHİBİNDEN'den, faaliyet gösterdiği pazarlarda yurt dışındaki rakiplerinin fiyatlama stratejilerine yönelik bir pazar araştırması yapması talep edilmiştir<sup>54</sup>. Çalışma 2019 ila 2022 yılları arasındaki dönemi kapsamakta olup çalışmada vasıta ve emlak ilanları bakımından ülkelerinde lider ilan sitelerinin bin ilan görüntülenme maliyetlerinin (bin görüntülenme başına fiyat) karşılaştırması yapılmaktadır.

Şekil 1: Ekim 2022 İtibarıyla Emlak İlan Sitelerindeki Global Oyuncularla SAHİBİNDEN'in İlan Görüntülenme ve Ortalama Maliyet Karşılaştırması

(.....TİCARİ SIR.....)

Kaynak: SAHİBİNDEN Cevabi Yazısı.

- (166) Yukarıdaki şekilde Ekim 2022 itibarıyla SAHİBİNDEN dâhil olmak üzere ilan görüntüleme hizmeti sunan 15 ilan görüntüleme sitesinin emlak ilanları fiyatları karşılaştırılmaktadır. Türkiye'de SAHİBİNDEN'in maliyet hesaplamaları gerçekleşen ortalama fiyata ve 35'lik paket fiyatına göre hesaplanmıştır. Bu çerçevede, Hollanda'da "Funda" sitesi en düşük, Malezya'da "Propertyguru" sitesi ise en yüksek fiyatlama ile grafikte yer almaktadır. Bin ilan görüntülenme maliyetleri arasında en düşük fiyatlama ile Hollanda'da faaliyet gösteren "Funda"dan sonra SAHİBİNDEN'in yer aldığı görülmektedir. SAHİBİNDEN gerçekleşen ortalama fiyata göre (.....) ABD Doları, 35'lik paket fiyatına göre ise (.....) ABD Doları ile bin görüntülenme başına fiyat karşılaştırmasında en düşük fiyatlama ile Hollanda'dan sonra ikinci sırada yer almaktadır.

<sup>54</sup> SAHİBİNDEN tarafından, söz konusu çalışmanın küresel bağımsız stratejik danışmanlık şirketi olan EY-Parthenon tarafından yapıldığı, çalışmada kullanılan verilerin elde edilmesinde başvuru kaynaklarının SimilarWeb, şirket internet siteleri, internet araştırması, IMF World Economic Outlook, Google Analytics ve SAHİBİNDEN şirket verisinden oluştuğu bildirilmiştir. Bununla birlikte, maliyet hesabında gerçekleşen ortalama fiyat ve 35'lik paket fiyatı baz alınmıştır.



Şekil 2: Ekim 2022 İtibarıyla Vasıta İlan Sitelerindeki Global Oyuncularla SAHİBİNDEN'in İlan Görüntülenme ve Ortalama Maliyet Karşılaştırması

(.....TİCARİ SIR.....)

Kaynak: SAHİBİNDEN Cevabi Yazısı.

- (167) Şekil 2'de Ekim 2022 itibarıyla vasıta ilan sitelerindeki global oyuncuların alım gücüne göre endekslenmiş bin ilan görüntülenme maliyetlerinin ABD Doları cinsinden değeri yer almaktadır. Başka bir ifade ile on beş ülkenin vasıta bakımından lider ilan sitelerinin bin görüntülenme başına fiyat karşılaştırmaları görülmektedir.
- (168) Türkiye'de SAHİBİNDEN'in maliyet hesaplamaları gerçekleşen ortalama fiyata ve 25'lik paket fiyatına göre hesaplanmıştır. Şekil 2'den de görüldüğü üzere, vasıta ilanı verenler için SAHİBİNDEN, gerçekleşen ortalama fiyata göre (.....) ABD Doları, 25'lik paket fiyatına göre ise (.....) ABD Doları ile en düşük bin ilan görüntülenme maliyetine sahip çevrim içi ilan sitesi olmuştur. Vasıta ilanı verenler için en yüksek bin ilan görüntülenme maliyetinin ise Portekiz'de faaliyet gösteren çevrim içi ilan sitesine ait olduğu görülmektedir.

Şekil 3: 2019-2022 Yılları Arasında Emlak Ofisi Gelirleri İçerisinde Lider Emlak Sitelerine Gerçekleştirilen Harcamaların Payı

(.....TİCARİ SIR.....)

Kaynak: SAHİBİNDEN Cevabi Yazısı.

- (169) Şekil 3'te 2019 ila 2022 yılları arasında emlak ofislerinin emlak ilanları bakımından lider ilan sitelerine yaptığı harcamaların gelirleri içindeki payına ilişkin bir karşılaştırma yer almaktadır. Analizde SAHİBİNDEN dâhil olmak üzere yedi ülkenin emlak ilanları bakımından lider ilan sitelerinin karşılaştırılmasına yer verilmiştir. 2019 ve 2020 yılları arasında emlak ofislerinin SAHİBİNDEN'de ilan vermek için yaptığı harcamaların gelirleri içindeki payı %(.....) ile sabit kalmış, 2021 ve 2022 yıllarında sırasıyla %(.....) ve %(.....) gerilemiştir. Türkiye dışındaki diğer ülkelerin lider ilan sitelerinde 2021-2022 yılları arasında yaşanan değişime bakıldığında ise bu payın arttığı gözlemlenmiş olup en büyük artış; %64,7 ile Birleşik Krallık'ın en büyük çevrim içi emlak portalı olan "Rightmove" şirketi için yapılan harcamalar özelinde gerçekleşmiştir. Bu artışı %51,3'lük artış ile Norveç'te faaliyet gösteren "Finn", %44,7'lik artış ile İsveç'te faaliyet gösteren "Hemnet" takip etmektedir. SAHİBİNDEN'e yapılan harcamaların emlak ofislerinin gelirleri içindeki oranı 2019 yılından 2020 yılına geçildiğinde sabit kalmakla birlikte 2020 yılından 2021 yılına geçildiğinde %(.....) oranında azalış göstermiş, 2021 yılından 2022 yılına geçildiğinde ise %(.....) oranında azalış göstermiştir.



Şekil 4: Oto Galerilerin Gelirleri İçerisinde Lider Vasıta İlan Sitelerine Yapılan Harcamaların Payı, 2019-2022 (%)

(.....TİCARİ SIR.....)

Kaynak: SAHİBİNDEN Cevabi Yazısı.

- (170) Çalışma emlak ilanları ile sınırlı tutulmamış, çalışmada yukarıda yer verilen Şekil 4'ten de görüleceği üzere 2019 ile 2022 yılları arasında oto galerilerin gelirleri içerisinde lider vasıta ilan sitelerine yapılan harcamaların payına ilişkin karşılaştırmalara da yer verilmiştir. 2019 yılında galerilerin, SAHİBİNDEN'de ilan vermek için yaptığı harcamaların toplam gelirleri içindeki payı %(.....) iken bu oran 2020-2022 yıllarında sırasıyla %(.....), %(.....) ve %(.....) olarak gerçekleşmiştir. Şekilde 2021-2022 yılları arasında galeri gelirleri içerisinde lider vasıta ilan sitelerine yapılan harcamaların paylarındaki değişiklik incelendiğinde yüzdesel olarak en büyük artışın 2022 yılında %67,57 artış oranı ile Romanya'da çevrim içi vasıta ilan platformu pazarında lider olan "Autovit.ro" özelinde gerçekleştiği dikkat çekmektedir. "Autovit.ro"yu %42,94'lük bir artış ile Birleşik Krallık'taki "Autotrader" sitesi takip etmektedir. SAHİBİNDEN'e yapılan harcamaların galerilerin gelirleri içindeki oranı 2019 yılından 2020 yılına geçildiğinde %(.....) oranında azalış göstermekle birlikte 2020 yılından 2021 yılına geçildiğinde %(.....) oranında artmış ve son olarak 2021 yılından 2022 yılına geçildiğinde %(.....) oranında azalış göstermiştir.
- (171) Sonuç itibarıyla, yakın coğrafi pazardaki rakipleriyle yapılan karşılaştırmada; hem emlak hem de vasıta kategorilerinde, üye gelirleri içerisinde SAHİBİNDEN'de ilan vermek için yapılan harcama oranlarının rakiplerine kıyasla düşük kaldığı görülmektedir. Benzer bir şekilde emlak ilanlarında emlakçılar nezdinde en düşük ikinci görüntülenme maliyetine sahip teşebbüsün ve vasıta ilanlarında ise en düşük görüntülenme maliyetine sahip teşebbüsün SAHİBİNDEN olduğu anlaşılmaktadır.

### **1.3.5. Soruşturma Kapsamında Gerçekleştirilen Anket Çerçevesinde SAHİBİNDEN Tarafından Yapılan Fiyat Artışının Tüketici Refahına Etkisine İlişkin Değerlendirme**

- (172) Soruşturma kapsamında i) üyeliğini iptal ettiren kurumsal vasıta kullanıcıları, ii) üyeliğini iptal ettiren bireysel vasıta kullanıcıları, iii) bireysel vasıta üyeleri, iv) kurumsal emlak üyeleri ve v) kurumsal vasıta üyeleri olmak üzere beş farklı SAHİBİNDEN kullanıcı grubu ile anket çalışması yürütülmüştür. İlgili anket çalışması kapsamında, bağımsız bir anket şirketi tarafından SAHİBİNDEN üzerinden bireysel olarak vasıta ilanı vermiş olup SAHİBİNDEN üyeliğini iptal ettiren 500 kullanıcıya, kurumsal olarak vasıta ilanı vermiş olup SAHİBİNDEN üyeliğini iptal ettiren 500 kullanıcıya, bireysel olarak vasıta ilanı veren 1.000 üyeye, kurumsal olarak vasıta ilanı veren 1.000 üyeye ve kurumsal olarak emlak ilanı veren 1.000 üyeye e-posta yoluyla ulaşılması amaçlanmıştır. Söz konusu kullanıcılar farklı illerde ikamet eden kullanıcılar arasından seçilmiş, SAHİBİNDEN üzerinden yayımlanmış oldukları ilan büyüklüklerine göre küçük-orta-büyük olarak sınıflandırılmış ve mümkün olan en geniş çapta üyeye/kullanıcıya ulaşılması hedeflenmiştir. Anket kapsamında yer alan kullanıcı gruplarına ve her bir gruba ait anket sonuçlarına ilişkin bilgiler aşağıda aktarılmaktadır:

### **Üyeliğini İptal Ettiren Kurumsal Vasıta Kullanıcıları**

- (173) Mevcut dosya kapsamında soruşturmanın açılmasına dayanak teşkil eden temel şikâyetlerden birisini SAHİBİNDEN'in belirli bir değeri aşan vasıtaların ilanları için ek ücret talep etmesi oluşturduğundan, ilk olarak bu uygulama neticesinde SAHİBİNDEN üyeliğini sonlandıran kullanıcıların bulunup bulunmadığının ortaya konması amaçlanmıştır.
- (174) Bu bağlamda, SAHİBİNDEN üyeliğini iptal ettiren kurumsal vasıta kullanıcıları<sup>55</sup> ile yapılan çevrim içi anket neticesinde, her ne kadar bu kullanıcıların %35,7'si SAHİBİNDEN platformundan ayrılma sebebi olarak belirli bir değeri aşan vasıtalar için ek ücret alınmasını sebep göstermiş olsalar da 10 kullanıcıdan 7'sinin üyeliği süresince ek ücret maliyetini ilan fiyatına yansıtmayı tercih etmediği görülmüştür. Söz konusu katılımcıların üyeliklerini iptal ettirdikleri yılda SAHİBİNDEN'e ödedikleri ilan ücretlerinin, toplam giderleri içerisindeki ortalama payı %24,7, toplam gelirleri içindeki ortalama payı ise %17,7 olarak gerçekleşmiştir.
- (175) Ankete katılan tüm kullanıcıların yarısı SAHİBİNDEN'i kullanırken diğer platformlarda da ilan verdiğini belirtirken, %71,4'ü<sup>56</sup> SAHİBİNDEN'deki üyeliklerini sonlandırdıktan sonra SAHİBİNDEN'e göre daha uygun ücret politikasına sahip olan platformlarda ilan vermeyi tercih ettiklerini belirtmiştir. SAHİBİNDEN üyeliklerini sonlandıran kullanıcıların %90,9'u da günümüzde alternatif olarak ARABAMCOM'u tercih ettiklerini belirtmişlerdir. Dolayısıyla SAHİBİNDEN'in fiyat artışına karşılık olarak katılımcıların en çok yöneldikleri platform ARABAMCOM olmuştur.

### **Üyeliğini İptal Ettiren Bireysel Vasıta Kullanıcıları**

- (176) İkinci olarak, SAHİBİNDEN üyeliğini iptal ettiren bireysel vasıta kullanıcıları ile yapılan çevrim içi anket sonucunda ise<sup>57</sup> katılımcıların %44,1'i üyeliklerini iptal ettirme hususunda satılacak/kiralanan araçlarının bulunmamasını sebep olarak sunmuştur. Katılımcıların %14,7'si ise SAHİBİNDEN tarafından alınan ek ücreti yüksek bulduklarından üyeliklerini sonlandırdıklarını ifade etmiştir. 10 katılımcıdan 8'i ise SAHİBİNDEN tarafından alınan ek ücreti ilan fiyatına yansıtmadığını belirtmiştir. Bu katılımcıların tamamı SAHİBİNDEN üyeliklerini sonlandırdıkları sırada başka bir platforma üye olmadıklarını belirtirken günümüzde on katılımcıdan üçünün alternatif platform olarak ARABAMCOM'u tercih ettiği görülmektedir.

### **Bireysel Vasıta Üyeleri**

- (177) Hâlihazırda SAHİBİNDEN'i kullanmakta olan bireysel vasıta üyeleri<sup>58</sup> ile gerçekleştirilen çevrim içi ankette, ilan verilen dönemde SAHİBİNDEN'in bu ilanlar içindeki toplam payının ortalama %50,8 olduğu, ilan ücretlerini yüksek bulmakla birlikte, SAHİBİNDEN üzerinden ulaştıkları müşteri sayısını da yeterli buldukları görülmektedir. Benzer şekilde, katılımcılara yalnızca SAHİBİNDEN üzerinden ilan verme gerekçeleri sorulduğunda, ulaştıkları müşteri sayısını yeterli buldukları ifade

<sup>55</sup> SAHİBİNDEN üyeliğini iptal ettiren kurumsal vasıta üyelerinin e-posta adresini hâlihazırda kullanmayabilecekleri dikkate alındığında bu ankete yüksek katılımın beklenmediği belirtilmelidir. Katılımın düşük olmasının bir diğer nedeninin de, her ne kadar deprem bölgesinde ikamet eden kullanıcılar ilgili anket kapsamından hariç tutulmuş olsa da, 06.02.2023 tarihinde 11 ilde gerçekleşen deprem olduğu tahmin edilmektedir. Bu anket kapsamında toplam 14 görüşme gerçekleştirilebilmiştir.

<sup>56</sup> 10 katılımcı içinden 7 adedi bu yanıtı vermiştir.

<sup>57</sup> Bu anket kapsamında toplam 34 kullanıcı ile görüşme gerçekleştirilmiştir.

<sup>58</sup> Bu anket kapsamında toplam 144 üye ile görüşme yapılmıştır.

edilmiştir. Bununla birlikte, katılımcıların SAHİBİNDEN haricinde en çok tercih ettikleri platform ARABAMCOM olmuştur.

- (178) 2020-2022 yılları arasında bireysel vasıta üyelerinin SAHİBİNDEN'de yayımlanan ilanlarının satış/kiralama ile sonuçlanma oranlarının her sene arttığı gözlemlenmektedir. Zira bu oran 2020 yılında %47,4, 2021 yılında %49 ve 2022 yılında ise %56,2 olarak gerçekleşmiştir. Ancak kullanıcıların ilanlarının satışa dönüşme oranı artış gösterse de, yıllar itibarıyla SAHİBİNDEN için ayırmış oldukları bütçe 1.030 TL ile 1.100 TL arasında seyretmiştir. Bu noktada, bireysel vasıta üyelerinin %69,1'i SAHİBİNDEN'e ödenen ilan ücretlerini maliyet olarak ilan fiyatına yansıtmadığını ifade ederken %30,9'u ise bu maliyetlerin ilan fiyatlarına yansıtıldığını belirtmiştir. Anket kapsamında, ilan ücretine yansıtılan maliyet oranı, ortalama %44 olarak hesaplanmıştır.
- (179) Bireysel vasıta üyeleri SAHİBİNDEN ilan ücretlerini yüksek bulduklarını ifade etseler de katılımcıların %40,3'ü ilan ücretlerindeki artışa rağmen portföyünü değiştirmedini belirtmiştir. Buna karşılık SAHİBİNDEN'in ilan ücretlerini düşürmesi halinde bireysel vasıta üyelerinin %25'i rakip platformlardaki üyeliklerini sonlandırarak sadece SAHİBİNDEN ile çalışacağını, %25,7'si rakip platformlardaki ilan sayılarını azaltarak SAHİBİNDEN'e ağırlık vereceklerini, %18'i ise rakip platformlardaki portföylerini korumalarına karşılık SAHİBİNDEN'de daha fazla ilan yayımlayacaklarını ifade etmiştir.
- (180) Bireysel vasıta üyelerine aynı zamanda ek ücret uygulaması hakkındaki görüşleri de sorulmuştur. Ek ücret uygulaması neticesinde katılımcıların %42,4'ünün SAHİBİNDEN üyeliğini sonlandırmayı, %28,5'inin de rakip platformlara ağırlık vermeyi düşündüğü belirtilmiştir.
- (181) Buradan hareketle, SAHİBİNDEN ile aralarında fiyat farkı oldukça rakiplerin, üye ve dolayısıyla ilan elde edebileceği ancak SAHİBİNDEN'in fiyatlarında düşüş yaşandığı olası bir senaryoda, bu fiyat düşüşü karşısında bireysel vasıta üyelerinin SAHİBİNDEN'deki ilan sayılarını arttırmayı tercih edecekleri, bunun sonucunda rakip platformların ilan sayılarının düşeceği/azalacağı ve üye elde etmelerinin güçleşeceği öngörülmektedir.

### **Kurumsal Emlak Üyeleri**

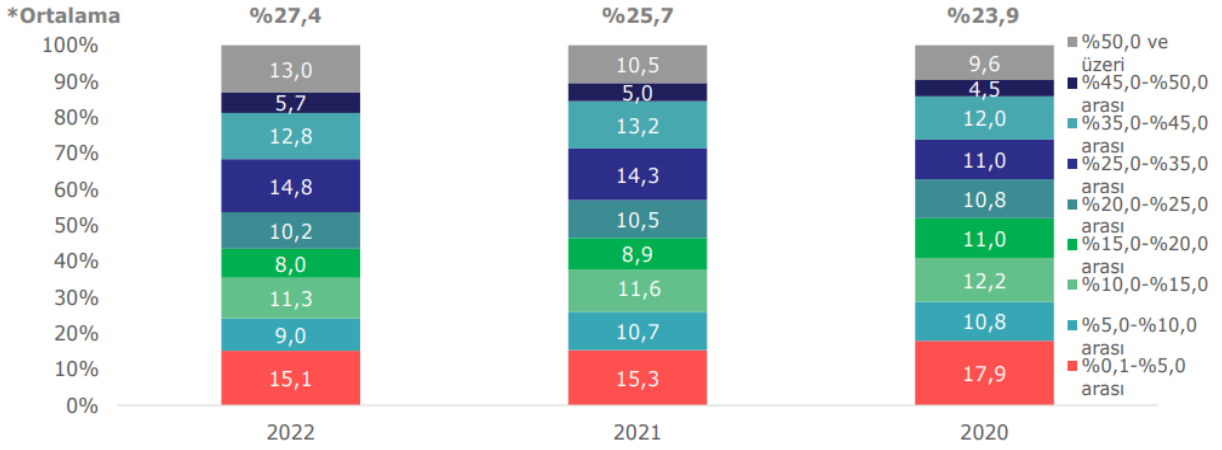
- (182) En çok katılımcı sayısına ulaşılan kurumsal emlak üyeleri<sup>59</sup> ile yapılan çevrim içi anket kapsamında, ilk olarak teşebbüslerin gelir ve giderleri içerisinde SAHİBİNDEN'e ödedikleri yıllık ilan paketi ücretlerinin ortaya konması amaçlanmıştır.

---

<sup>59</sup> Bu anket kapsamında toplam 536 üye ile görüşme yapılmıştır.

## 23-31/604-204

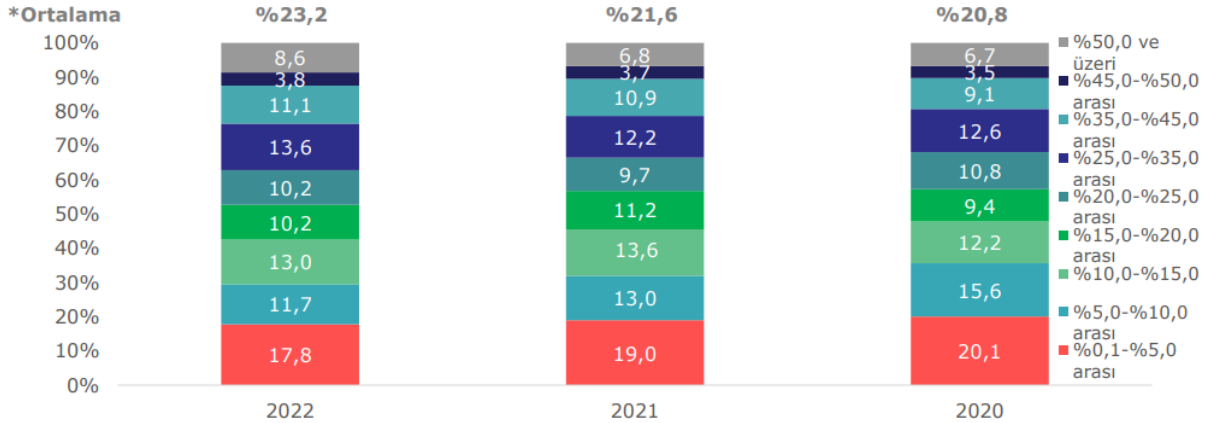
Grafik 16: Kurumsal Emlak Üyelerinin SAHİBİNDEN'e Ödedikleri Yıllık İlan Paket Ücretinin Yıllık Toplam Giderler İçerisindeki Payı



Kaynak: Rekabet Kurumu Anketi.

- (183) Kurumsal emlak üyeleri bakımından SAHİBİNDEN'e ödenen yıllık paket ücretinin yıllık toplam giderler içindeki payı 2020 yılında ortalama %23,9 iken 2021 yılında %25,7'ye ve 2022 yılında %27,4'e ulaşmıştır. SAHİBİNDEN'e ödenen yıllık paket ücretinin, yıllık toplam gelirler içindeki payı ise aşağıdaki grafikte sunulmaktadır:

Grafik 17: Kurumsal Emlak Üyelerinin SAHİBİNDEN'e Ödedikleri Yıllık İlan Paket Ücretinin Yıllık Toplam Gelirler İçerisindeki Payı



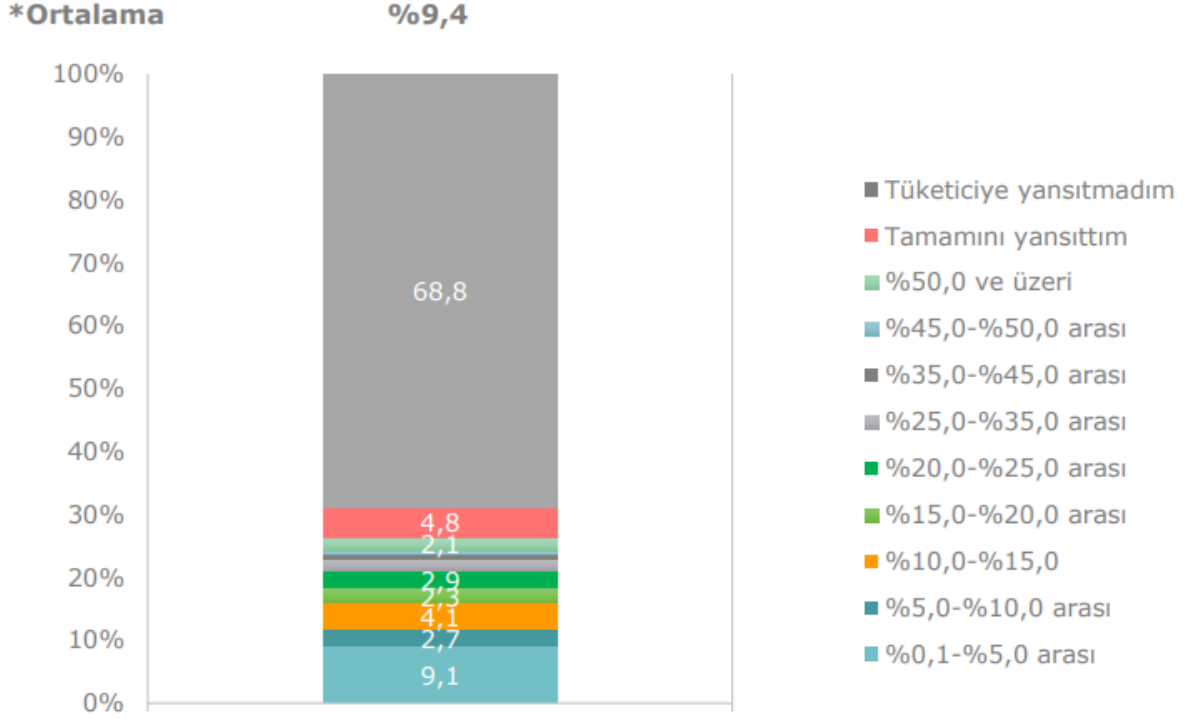
Kaynak: Rekabet Kurumu Anketi.

- (184) Kurumsal emlak üyeleri bakımından SAHİBİNDEN'e ödenen yıllık paket ücretinin yıllık toplam gelirler içindeki payı 2020 yılında ortalama %20,8 iken 2021 yılında %21,6'ya ve 2022 yılında %23,2'ye ulaşmıştır. Bu noktada mevcut kararın 1.3.4. numaralı başlığı altında Şekil 3'te yer alan ve SAHİBİNDEN tarafından sunulan analiz kapsamında ulaşılan oranlar ile Grafik 17'de yer alan oranların farklı olduğu görülse de soruşturma kapsamında gerçekleştirilen anketi yanıtlayan kurumsal emlak üyelerinin sayısının sınırlı olduğu ve ilgili pazarın yalnızca bir kısmını temsil ettiği, eş deyişle, SAHİBİNDEN tarafından gerçekleştirilen analiz ile dosya kapsamında gerçekleştirilen anket sonucunda elde edilen oranlar arasındaki farklılığın örneklemelerin aynı olmamasından kaynaklanabileceği vurgulanmalıdır. SAHİBİNDEN'e ödenen ücretlerin emlakçı gelirleri içindeki payı her iki analiz bakımından farklılık arz etmekle birlikte, her iki analizin de temelde ve sonuç olarak emlakçıların gelirleri içinde SAHİBİNDEN'in önemli düzeyde bir büyüklüğe sahip olmadığını ve etkisinin bulunmadığını ortaya koyar nitelikte olduğu değerlendirilmektedir.

## 23-31/604-204

(185) Anket kapsamında ayrıca kurumsal emlak üyelerinin artan maliyetlerini ne oranda ilan ücretlerine yansıttığı da incelenmiştir:

Grafik 18: Kurumsal Emlak Üyelerinin\_SAHİBİNDEN'e Ödedikleri İlan Ücretlerinin Maliyetini Tüketicie Yansıtma Oranı

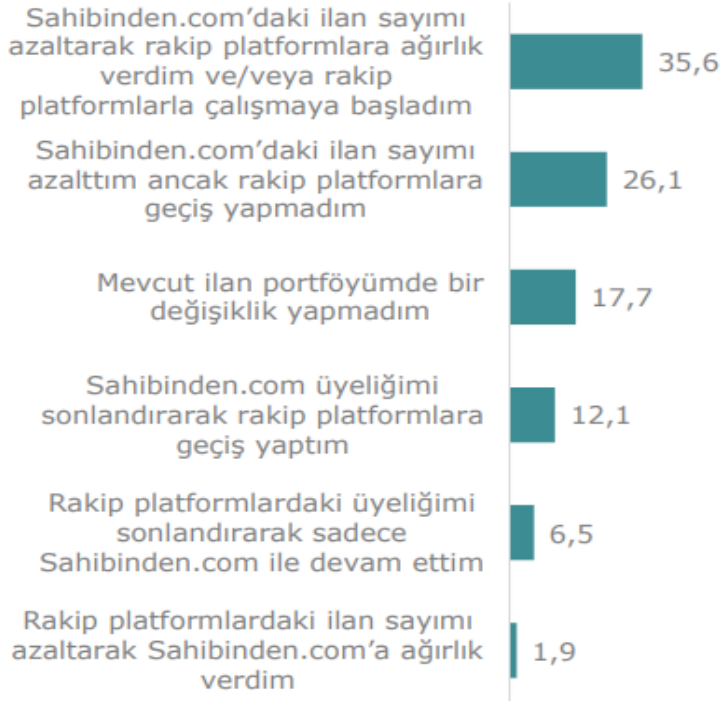


Kaynak: Rekabet Kurumu Anketi.

(186) Grafikten de görüleceği üzere, kurumsal emlak üyelerinin %68,8'i SAHİBİNDEN'e ödedikleri ilan ücretlerinin maliyetini tüketiciye yansıtmadığını belirtmektedir. İlan ücretine yansıtılan ortalama maliyet oranının ise %9,4 olduğu görülmektedir. Aşağıda SAHİBİNDEN'in ilan ücretlerini artırması halinde kurumsal emlak üyelerinin ilan portföylerinde alabilecekleri aksiyonlara yer verilmektedir:

## 23-31/604-204

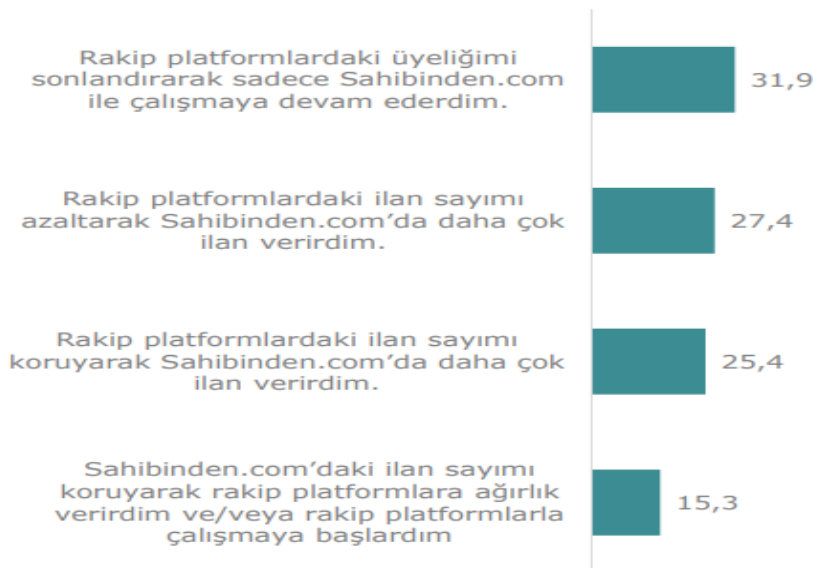
Grafik 19: SAHİBİNDEN'in İlan Ücretlerini Artırması Halinde Kurumsal Emlak Üyelerinin İlan Portföylerinde Yapabilecekleri Değişiklikler



Kaynak: Rekabet Kurumu Anketi.

(187) SAHİBİNDEN'in ilan ücretlerini artırması halinde kurumsal emlak üyelerinin %61,7'sinin SAHİBİNDEN'deki ilan sayılarını azaltmayı tercih edeceği, ankete katılanların %35,6'sının ise SAHİBİNDEN'deki ilan sayısını azaltmak ile birlikte rakip platformlara ağırlık vereceği ya da rakiplerle de çalışmaya başlayacağı, ankete katılanların %12,1'inin de SAHİBİNDEN üyeliklerini sonlandırarak rakip platformlara geçiş yapacakları anlaşılmaktadır. Öte yandan SAHİBİNDEN'in ilan ücretlerini düşürmesi halinde kurumsal emlak üyelerinin ilan portföylerinde alabilecekleri aksiyonlara ise aşağıda yer verilmektedir:

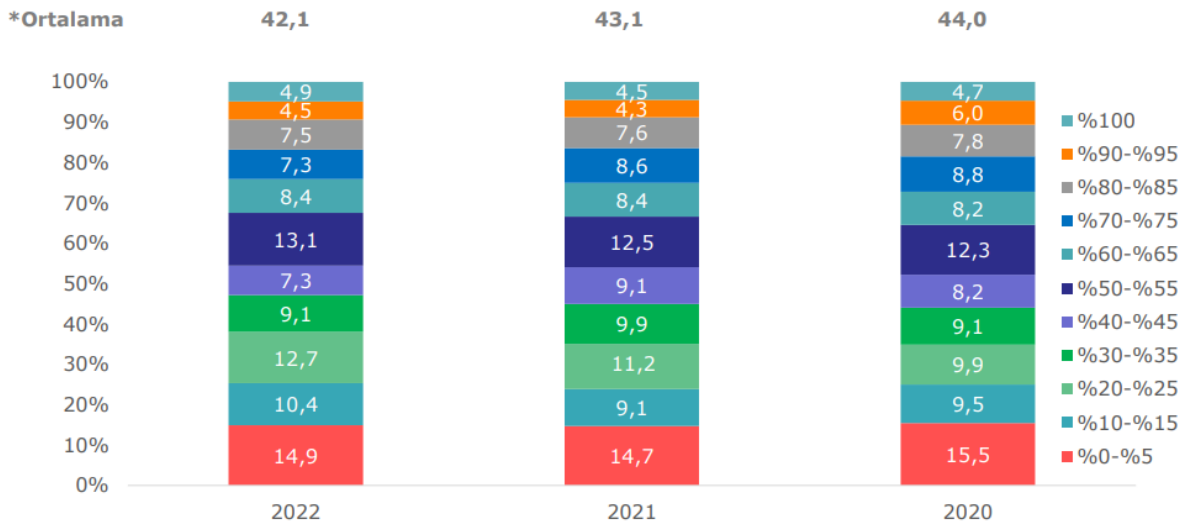
(188) Grafik 20: SAHİBİNDEN'in İlan Ücretlerini Düşürmesi Durumunda Kurumsal Emlak Üyelerinin İlan Portföylerinde Yapabilecekleri Değişiklikler



Kaynak: Rekabet Kurumu Anketi

- (189) SAHİBİNDEN'in ilan ücretlerini düşürmesi durumunda kurumsal emlak üyelerinin %31,9'u rakip platformlardaki üyeliklerini sonlandırarak sadece SAHİBİNDEN ile çalışacağını, %27,4'ü ise rakip platformlardaki ilan sayısını azaltarak SAHİBİNDEN'de daha fazla ilan vereceğini belirtmiştir. İlâveten %25,4'lük bir kesim de rakip platformlardaki ilan sayılarını korumalarına karşın SAHİBİNDEN'e daha fazla ilan vereceklerini aktarmıştır. Söz konusu yanıtlardan SAHİBİNDEN'in ilan paketi ücretlerini düşürmesi halinde kurumsal emlak üyelerinin tekli erişim (*single homing*) davranışında bulunacağı, SAHİBİNDEN'in rakiplerindeki üyeliklerini sonlandıracağı, rakip platformlarda yayımladıkları ilanların sayısını azaltacağı ya da rakip platformlarda daha fazla ilan yayımlama yoluna gitmeyeceği öngörülmektedir. Nitekim ZİNGAT'la gerçekleştirilen görüşmede de, SAHİBİNDEN'in fiyatları düşürmesinin özellikle kurumsal üyelere fayda sağlayacağı, ancak ZİNGAT'ı olumsuz etkileyeceğinden rekabete çok güçlü bir katkı sağlamayacağı belirtilmektedir. İlâveten EMLAKJET tarafından, SAHİBİNDEN'in fiyatlarının düştüğü bir senaryoda SAHİBİNDEN ile EMLAKJET fiyatları arasındaki makasın daralacağı ve EMLAKJET'in bundan olumsuz etkilenebileceği, fiyat rekabetinde bulunamayacağı, bu durumda üyelerin ilan platformunun paket fiyatları ile sağladığı internet trafiğini kıyaslayarak karar verecekleri ve SAHİBİNDEN fiyatlarının EMLAKJET ile benzer seviyeye inmesi durumunda daha çok trafik sağladığı için üyelerin SAHİBİNDEN'e geçiş yapacakları ifade edilmiştir. Son olarak SATIŞGARANTİ tarafından da SAHİBİNDEN'e rakip olabilmek için daha ucuz ve iyi hizmet vermeleri gerektiğinin bilincinde oldukları belirtilmiştir.
- (190) Kurumsal emlak üyelerinin yayımladıkları ilanların ne kadarının satış/kiralama ile neticlendiği de anket kapsamında incelenen hususlar arasında yer almaktadır. Aşağıda ilgili anket sonuçlarına yer verilmektedir:

Grafik 21: Kurumsal Emlak Üyelerinin SAHİBİNDEN'de Yayımladıkları İlanlarının Satış/Kiralama ile Sonuçlanma Oranı



Kaynak: Rekabet Kurumu Anketi .

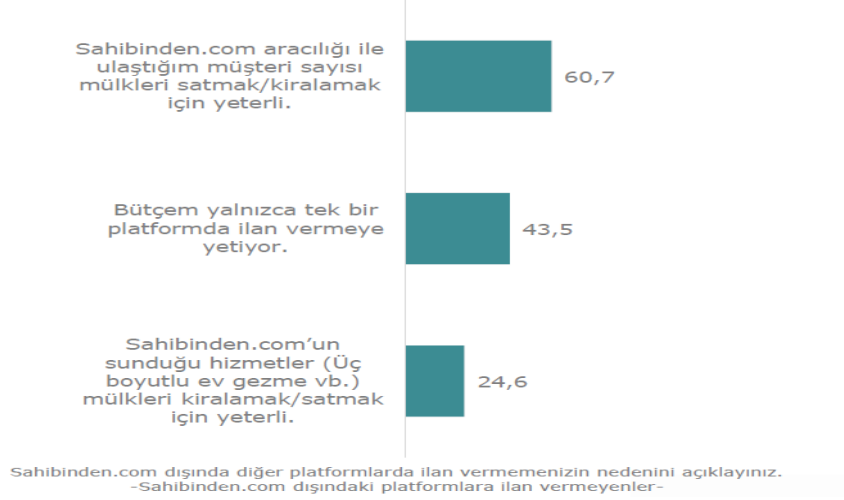
- (191) Ankete katılan SAHİBİNDEN üyeleri SAHİBİNDEN'de yayımlanan ilanlarının 2020 yılında %44'ünün, 2021 yılında %43,1'inin ve 2022 yılında %42,1'inin satış/kiralama ile sonuçlandığını belirtmiştir. Dolayısıyla SAHİBİNDEN'de ilan yayımlayan kurumsal emlak üyeleri ilana koydukları varlıklarının yaklaşık yarısını satabilmekte veya kiralayabilmektedir.



- (192) Üyelere aynı zamanda SAHİBİNDEN haricinde herhangi bir platformda ilan yayımlamıyorlarsa bunun gerekçeleri sorulmuştur:

Grafik 22: Kurumsal Emlak Üyelerinin SAHİBİNDEN Dışındaki Platformlara İlan Vermeme Gerekçeleri

### Sahibinden.com Dışındaki Platformlara İlan Vermeme Gerekçeleri



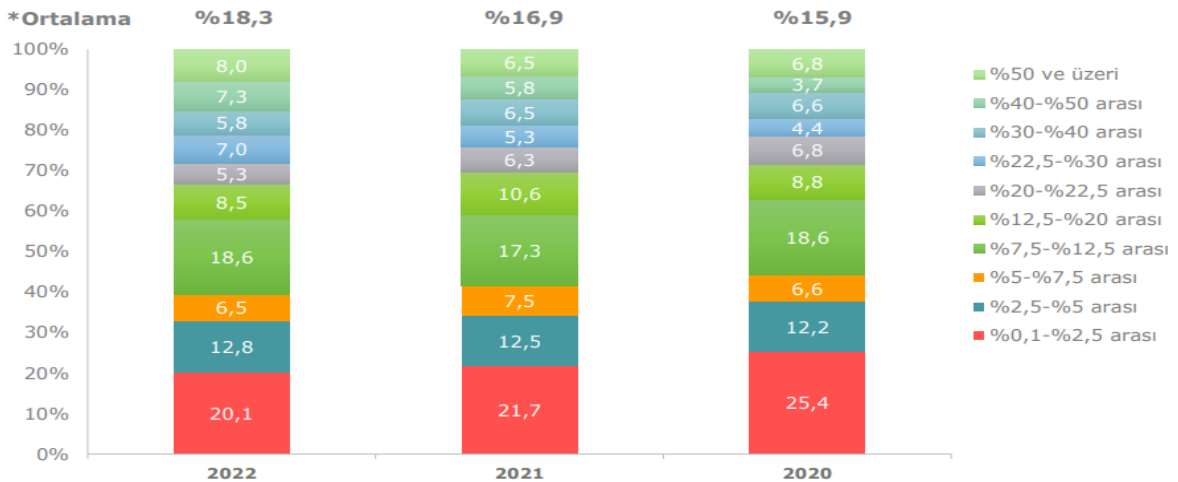
Kaynak: Rekabet Kurumu Anketi.

- (193) Grafikten görüleceği üzere, SAHİBİNDEN dışında başka bir platformda ilan yayımlamayan kurumsal emlak üyelerinin %60,7'si SAHİBİNDEN aracılığı ile ulaştığı müşteri sayısının portföyünü yönetmek açısından yeterli olduğunu, %43,5'i ise bütçesinin yalnızca tek bir platformda ilan vermeye yettiğini ifade etmiştir. Dolayısıyla anketi yanıtlayan üyelerin yarısından fazlasının, SAHİBİNDEN için ayırdığı bütçenin karşılığını aldığını düşündüğü söylenebilecektir.

### Kurumsal Vasıta Üyeleri

- (194) Son olarak kurumsal vasıta üyeleri<sup>60</sup> ile yapılan çevrim içi anket kapsamında, ilk olarak teşebbüslerin gelir ve giderleri içerisinde SAHİBİNDEN'e ödedikleri yıllık ilan paketi ücretlerinin payının ortaya konması amaçlanmıştır:

Grafik 23: Kurumsal Vasıta Üyelerinin SAHİBİNDEN'e Ödedikleri Yıllık İlan Paket Ücretinin Yıllık Toplam Giderleri İçerisindeki Payı

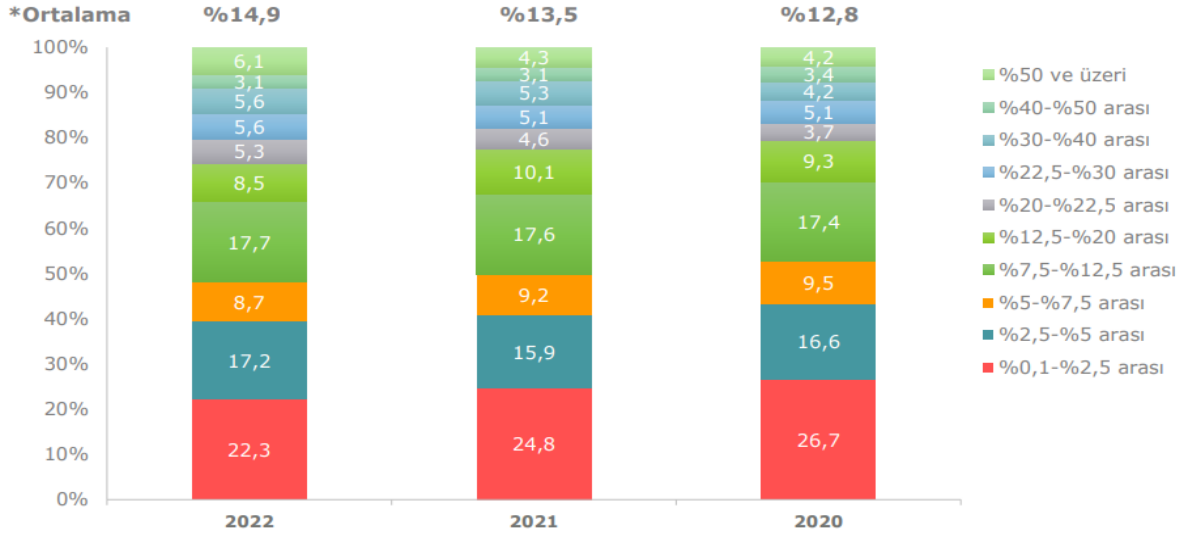


Kaynak: Rekabet Kurumu Anketi

<sup>60</sup> Bu anket kapsamında toplam 421 üye ile görüşme yapılmıştır.

- (195) SAHİBİNDEN'e ödenen yıllık paket ücretinin yıllık toplam giderler içindeki payı 2020 yılında ortalama %15,9 iken 2021 yılında bu oran %16,9'a ve 2022 yılında %18,3'e ulaşmıştır. SAHİBİNDEN'e ödenen yıllık paket ücretinin, yıllık toplam gelirler içindeki payı ise aşağıdaki grafikte sunulmaktadır:

Grafik 24: Kurumsal Vasıta Üyelerinin SAHİBİNDEN'e Ödedikleri Yıllık İlan Paket Ücretinin Yıllık Toplam Gelirler İçerisindeki Payı



Kaynak: Rekabet Kurumu Anketi.

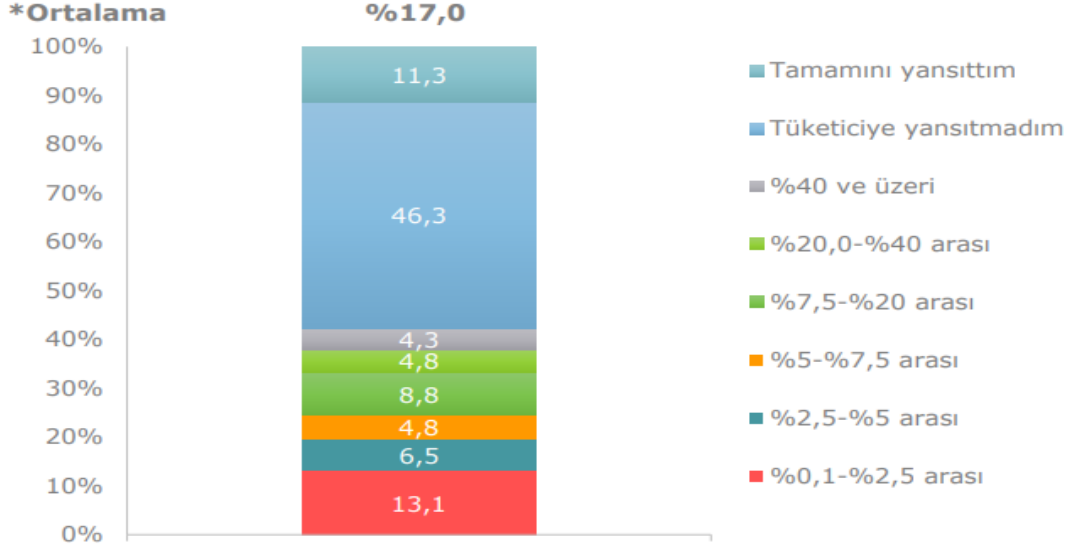
- (196) Kurumsal vasıta üyeleri tarafından SAHİBİNDEN'e ödenen yıllık paket ücretinin yıllık toplam gelirler içindeki payı 2020 yılında ortalama %12,8 iken 2021 yılında bu oran %13,5'e ve 2022 yılında %14,9'a ulaşmıştır. Bu noktada mevcut kararın 1.3.4. numaralı başlığı altında Şekil 4'te yer alan ve SAHİBİNDEN tarafından sunulan analiz kapsamında ulaşılan oranlar ile Grafik 24'te yer alan oranların farklı olduğu düşünülebilecekse de soruşturma kapsamında gerçekleştirilen anketi yanıtlayan kurumsal vasıta üyelerinin sayısının sınırlı olduğu ve ilgili pazarın yalnızca bir kısmını temsil ettiği, eş deyişle, SAHİBİNDEN tarafından gerçekleştirilen analiz ile dosya kapsamında gerçekleştirilen anket sonucunda elde edilen oranlar arasındaki farklılığın örneklemelerin aynı olmamasından kaynaklanabileceği vurgulanmalıdır<sup>61</sup>. SAHİBİNDEN'e ödenen ücretlerin galeri gelirleri içindeki payı her iki analiz bakımından farklılık arz etmekle birlikte, her iki analizin de temelde ve sonuç olarak galericilerin gelirleri içinde SAHİBİNDEN'in önemli düzeyde bir büyüklüğe sahip olmadığını ve etkisinin bulunmadığını ortaya koyar nitelikte olduğu değerlendirilmektedir.

<sup>61</sup> Öneri kapsamında da 2. ve 3. Aşırı Fiyat Kararlarında benimsenen yöntem çerçevesinde, bilgi talebine yanıt sağlayan 36 oto galericinin SAHİBİNDEN'e ödediği ücretlerin bu galericilerin toplam giderleri içindeki payı hesaplanmıştır. Buna göre, 2020 yılında oto galericilerin yaklaşık % (.....)'inde, 2021 yılında ve 2022 yılının ilk 4 ayında ise oto galericilerin yaklaşık % (.....)'sında bu payın % (.....) arasında değiştiği tespit edilmiştir. Öte yandan oto galericilerin SAHİBİNDEN'e ödedikleri ücretlerin toplam gelirleri içindeki payına ilişkin olarak 2020 yılında oto galericilerin yaklaşık % (.....)'inde, 2021 yılında oto galericilerin yaklaşık % (.....) ve 2022 yılının ilk 4 ayında oto galericilerin yaklaşık % (.....) bu payın % (.....) arasında değiştiği gözlemlenmiştir. Buna karşılık, Mevcut soruşturma kapsamında düzenlenen ankette daha yüksek oranlara ulaşılmamasının sebeplerinin, anketin daha geniş bir kesim tarafından yanıtlanmasından, anketi yanıtlayan üyelerin yaklaşık oranlar sunmasından ve öneri kapsamında ilgili analizin yaklaşık veri üzerinden değil gelir ve gider kalemleri özelinde bakılarak yapılmasından kaynaklanabileceği değerlendirilmektedir.

## 23-31/604-204

(197) Kurumsal emlak üyelerinde olduğu gibi kurumsal vasıta üyeleri bakımından da SAHİBİNDEN kaynaklı maliyetlerinin ne kadarını ilan ücretlerine yansıttıkları sorgulanmıştır.

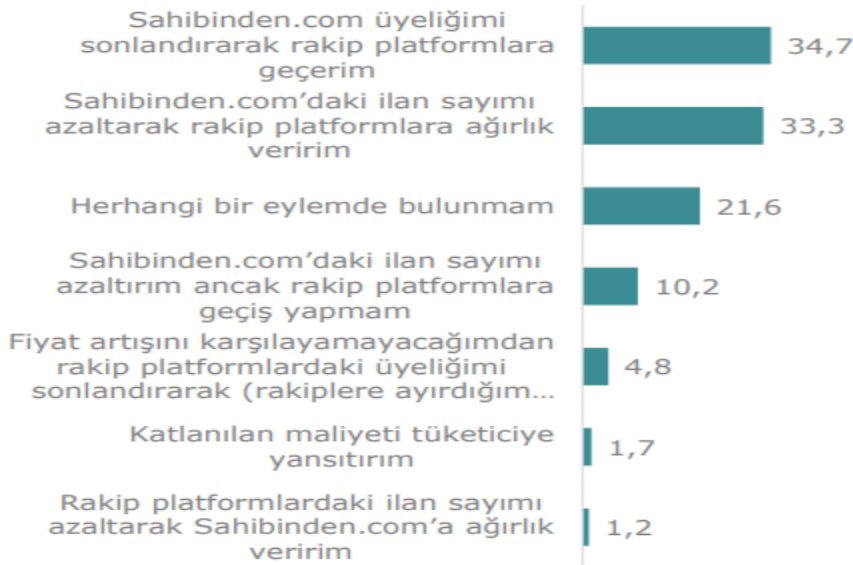
Grafik 25: Kurumsal Vasıta Üyelerinin SAHİBİNDEN'e Ödedikleri İlan Ücretlerinin Maliyetini Tüketiciye Yansıtma Oranı



Kaynak: Rekabet Kurumu Anketi.

(198) Grafikten görüleceği üzere, kurumsal vasıta üyelerinin %46,3'ü SAHİBİNDEN'e ödedikleri üyelik ücretlerini tüketiciye yansıtmadığını belirtmektedir. İlan ücretine yansıtılan ortalama maliyet oranının ise %17 olduğu görülmektedir. Bununla birlikte anket kapsamında kurumsal vasıta üyelerinin ek ücret uygulaması neticesindeki yaklaşımları incelenmiştir:

Grafik 26: Kurumsal Vasıta Üyelerinin SAHİBİNDEN Tarafından Belirli Bir Fiyatın Üstündeki Araçlar İçin Getirilen Ek Ücret Sonrasındaki Davranışları



Kaynak: Rekabet Kurumu Anketi.

(199) SAHİBİNDEN'in belirli bir fiyatın üstündeki araçlar için getirdiği ek ücret uygulaması neticesinde kurumsal vasıta üyelerinin %68'inin SAHİBİNDEN karşısında rakip

platformlara ağırlık vermeyi tercih ettiği anlaşılmaktadır. Kurumsal vasıta üyelerinin %34,7'lik kesiminin ise ek ücret uygulaması nedeniyle SAHİBİNDEN üyeliklerini sonlandırmayı düşündükleri görülmektedir. İlâveten herhangi bir eylemde bulunmamayı tercih eden üyelerin oranı %21,6'dır. SATIŞGARANTİ'nin de ifade ettiği üzere söz konusu kesimin ek ücret uygulamasına dair şikâyetleri olsa dahi SAHİBİNDEN aracılığıyla elde ettikleri gelirler sebebiyle SAHİBİNDEN'i kullanmaya devam edeceği çıkarımı yapılabilecektir.

- (200) Anket kapsamında ayrıca kurumsal vasıta üyelerinin SAHİBİNDEN'in ilan ücretlerini artırdığı durumdaki muhtemel aksiyonları ele alınmıştır:

Gratik 27: SAHİBİNDEN'in İlan Ücretlerini Artırdığı Durumda Kurumsal Vasıta Üyelerinin İlan Portföylerinde Yapabilecekleri Değişiklikler



Kaynak: Rekabet Kurumu Anketi.

- (201) SAHİBİNDEN'in ilan ücretlerini artırdığı durumda kurumsal vasıta üyelerinin %35,9'unun SAHİBİNDEN'deki ilan sayılarını azaltarak rakip platformlara ağırlık verdiği ya da rakiplerle de çalışmaya başladığı anlaşılmaktadır. Bu nedenle kurumsal vasıta üyelerinin SAHİBİNDEN'in ilan ücretlerinin arttığı durumda rakiplerle de çalıştığı, rakip platformların tercihinde fiyat unsurunun ön plana çıktığı değerlendirilmektedir. Nitekim ARABAMCOM tarafından da kurumsal üyelerin SAHİBİNDEN'in fiyat artışına tepki olarak rakipleri desteklemek ve pazarda rekabeti artırmak amacıyla ARABAMCOM'u kullanmaya devam edebildiği ifade edilmektedir. Bununla birlikte anket kapsamında kurumsal vasıta üyelerinin SAHİBİNDEN'in ilan ücretlerini düşürdüğü bir durumdaki muhtemel eylemleri de incelenmiştir.

Grafik 28: SAHİBİNDEN'in İlan Ücretlerini Düşürmesi Durumunda Kurumsal Vasıta Üyelerinin İlan Portföylerinde Yapabilecekleri Değişiklikler

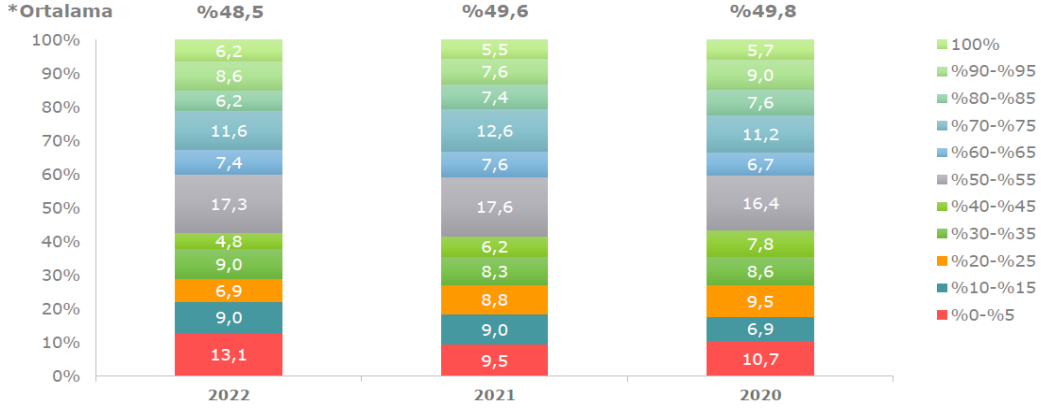


Kaynak: Rekabet Kurumu Anketi.

- (202) SAHİBİNDEN'in ilan ücretlerini düşürmesi durumunda kurumsal vasıta üyelerinin %34,2'si rakip platformlardaki üyeliklerini sonlandırarak sadece SAHİBİNDEN ile çalışacağını, %22,6'sı ise rakip platformlardaki ilan sayısını azaltarak SAHİBİNDEN'de daha fazla ilan vereceğini belirtmiştir. İlaveten %19'luk bir kesim de rakip platformlardaki ilan sayılarını korumalarına karşın SAHİBİNDEN'e daha fazla ilan vereceklerini aktarmıştır. Söz konusu yanıtlardan SAHİBİNDEN'in ilan paketi ücretlerini düşürmesi halinde kurumsal emlak üyeleri gibi kurumsal vasıta üyelerinin de tekli erişim (*single homing*) davranışında bulunacağı, rakip platformlardaki üyeliklerini sonlandıracağı, rakip platformlarda yayımladıkları ilanların sayısını azaltacağı ya da rakip platformlarda daha fazla ilan yayımlama yoluna gitmeyeceği anlaşılmaktadır. Nitekim (.....) tarafından; SAHİBİNDEN'in fiyatlarını düşürmesi durumunda kendilerinin zor durumda kalabileceği, (.....)'un en önemli rekabet aracının fiyat olduğu, dolayısıyla SAHİBİNDEN'den daha ucuza hizmet sunarak SAHİBİNDEN'le rekabet edebildiği belirtilirken (.....) tarafından da paket fiyatlarının SAHİBİNDEN'in fiyatlarına oranla oldukça düşük olduğu ifade edilmiştir.
- (203) Kurumsal vasıta üyelerinin yayımladıkları ilanlarının ne kadarının satış ile neticlendiği de anket kapsamında incelenen hususlar arasında yer almaktadır. Aşağıda ilgili anket sonuçlarına yer verilmektedir:

Grafik 29: Kurumsal Vasıta Üyelerinin SAHİBİNDEN’de Yayımladıkları İlanlarının Satış/Kiralama ile Sonuçlanma Oranı

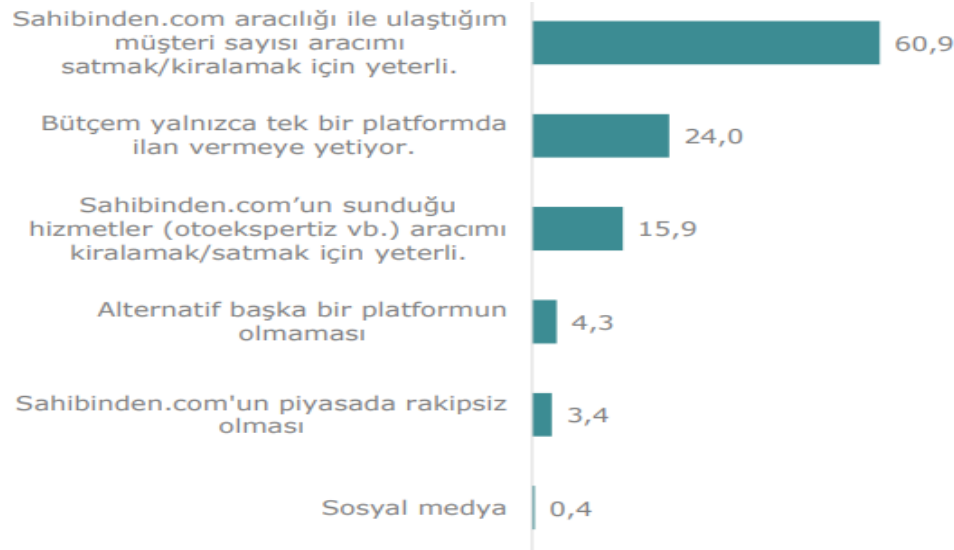
Sahibinden.com’da Yayımlanan İlanların Satış/Kiralama İle Sonuçlanma Oranı



Kaynak: Rekabet Kurumu Anketi.

- (204) Ankete katılan SAHİBİNDEN üyeleri SAHİBİNDEN’de yayımlanan ilanlarının 2020 yılında %49,8’inin, 2021 yılında %49,6’sının ve 2022 yılında %48,5’inin satış/kiralama ile sonuçlandığını belirtmiştir. Dolayısıyla SAHİBİNDEN’de ilan yayımlayan kurumsal vasıta üyeleri ilana koydukları varlıklarının yaklaşık yarısını satabilmekte veya kiralayabilmektedir.
- (205) Üyelere aynı zamanda SAHİBİNDEN haricinde herhangi bir platformda ilan yayımlamıyorlarsa bunun gerekçeleri sorulmuştur:

Grafik 30: Kurumsal Vasıta Üyelerinin SAHİBİNDEN Dışındaki Platformlara İlan Vermeme Gerekçeleri



Kaynak: Rekabet Kurumu Anketi.

- (206) Grafikten görüleceği üzere, SAHİBİNDEN dışında başka bir platformda ilan yayımlamayan kurumsal vasıta üyelerinin %60,9’u SAHİBİNDEN aracılığı ile ulaştığı müşteri sayısının portföyünü yönetmek açısından yeterli olduğunu, %24’ü ise bütçesinin yalnızca tek bir platformda ilan vermeye yettiğini ifade etmiştir. Dolayısıyla anketi yanıtlayan üyelerin yarısından fazlasının, SAHİBİNDEN için ayırdığı bütçenin karşılığını aldığını düşündüğü değerlendirilmektedir.

- (207) Yukarıda aktarılan anket sonuçları ve dosya kapsamında yapılan analizler ile sunulan rakip görüşleri birlikte değerlendirildiğinde, rakiplerin SAHİBİNDEN karşısında rekabet edebilmek adına daha düşük fiyat belirleme stratejisini benimsediği değerlendirilmektedir. 3. Aşırı Fiyat Kararı kapsamında gerçekleştirilen ankette de, rakipler tarafından; SAHİBİNDEN ile ancak daha düşük üyelik ücretleri sunarak rekabet etmeye çalıştıkları, SAHİBİNDEN'in üyelik ücretlerindeki düşüşün kendi üyelik gelirleri, üye sayıları ve platformlarında yayımlanan ilan sayısı açısından olumsuz etkilere neden olacağı ifade edilmiştir. Bu doğrultuda, mevcut dosya kapsamında gerçekleştirilen analizlerin de bu tespitleri destekler nitelikte olduğu değerlendirilmektedir.
- (208) SAHİBİNDEN ile aralarındaki fiyat farkı baki oldukça rakiplerin üye ve dolayısıyla ilan elde edebileceği, bu fiyat farkının çok açılması halinde ise SAHİBİNDEN'in üyelerinin önemli bir kısmının rakiplere geçeceği/rakiplerle de çalışacağı anlaşılmaktadır. SAHİBİNDEN platformu üzerindeki ilan sayısının azalması ve ilanların diğer platformlara kayması, gayrimenkul/vasıta arayan tüketicinin de diğer platformlara yönelmesine neden olacağından orta-uzun vadede platformlar arası rekabeti artıracığı ve bu durumun da tüketici refahında olumlu etkiye neden olacağı değerlendirilmektedir. Dolayısıyla bu aşamada SAHİBİNDEN'in fiyatlarına müdahale etmenin pazardaki rekabetin seyrini olumsuz etkileyeceği değerlendirilmektedir. İlaveten SAHİBİNDEN'in fiyatlamasının aşırı fiyatlama teşkil ederek rekabeti sınırlayıcı sonuç doğurduğuna yönelik herhangi bir bulgu da dosya kapsamında elde edilememiştir.
- (209) İlaveten kurumsal emlak ve kurumsal vasıta kategorilerindeki üyelerin SAHİBİNDEN'e ödedikleri üyelik ücretlerinin hem gelir hem de giderleri içindeki paylarına ilişkin olarak önemli düzeyde bir etkinin gözlemlenmediği dikkate alındığında, SAHİBİNDEN tarafından uygulanan fiyat artışlarının üyelere yüklediği maliyetin, üyeler tarafından ilan fiyatlarına yansıtılma oranlarının düşük seyrettiği değerlendirilmektedir.
- (210) Yukarıda *1.3.3.3. Ek Ücret Uygulamasına İlişkin Değerlendirme* isimli başlığı altında detaylı şekilde ifade edildiği üzere, hâlihazırda sınırlı bir etkisi olduğu gözlemlenen ek ücret uygulamasına yönelik olarak üyelerin çoğunluğunun bu maliyeti ilan fiyatlarına yansıtmadıkları anket sonuçlarından görülebilmektedir. İlan fiyatlarına yansıtılan ek ücret maliyeti bakımından ise ilgili uygulamanın bir üst sınırının olduğu da dikkate alındığında, bu etkinin oldukça sınırlı kaldığı ve mevcut haliyle tüketici refahında olumsuz bir etki oluşturabilecek düzeyde bulunmadığı değerlendirilmektedir.

### **I.3.6. SAHİBİNDEN Tarafından Yapılan Savunmalar ve Değerlendirmeler**

- (211) SAHİBİNDEN'in savunmaları aşağıda içeriklerine göre sınıflandırılarak değerlendirilmektedir.

#### **I.3.6.1. Usule İlişkin Savunmalar ve Buna Yönelik Değerlendirme**

- (212) Savunmada;
- SAHİBİNDEN'in bugüne kadar Kurul tarafından toplamda bir önaraştırma ve dört soruşturma incelemesine muhatap olduğu,
  - Daha önce gerçekleşen incelemelerde 2014-2020 arası dönemin Kurul tarafından araştırıldığı, bunun sonucunda aşırı fiyat iddialarının asılsız olduğuna karar verildiği, bu soruşturmalardan ihlal neticesi çıkmamasına rağmen 2022 yılında yeniden soruşturmaya tabi tutularak 2020-2022 arasındaki faaliyetlerin incelenmeye başlandığı,
  - Söz konusu dönemlerin enflasyonist özelliklere haiz olması sebebiyle ilan ücretlerinin revize edilmesinin doğal bir durum olduğu, teşebbüsün her fiyat



değişiminde Kurul tarafından soruşturmaya tabi tutulmasının ticari faaliyetlerine hanel getirdiği ve emsalinin olmadığı,

- Teşebbüs hakkında alınan önceki Kurul kararlarında yer alan testlerin SAHİBİNDEN tarafından uygulanmasına rağmen halâ soruşturmaya muhatap olmaları sebebiyle fiyat kararları alınırken belirsizlik yaşandığı,
- SAHİBİNDEN'in 2014 yılından itibaren gerçekleştirdiği her fiyat artışı uygulamasının ve benimsediği fiyat politikasının Kurul tarafından aşırı fiyat şeklinde yorumlanmasının veya iddialara konu olmasının 5271 Sayılı Ceza Muhakemesi Kanunu kapsamında yer alan "lekelenmeme hakkı" ile çeliştiği, bu durumun medyada adının "hâkim durumunu kötüye kullandığı gerekçesiyle incelenen şirket" başka bir deyişle "tüketici aleyhine faaliyet yürüten şirket" olarak anılmasına sebep olduğu, bu durumun şirketin itibarına zarar verdiği,
- Son sekiz yıl içerisinde beş kez Kurul tarafından incelemeye muhatap olmalarının potansiyel yerli ve yatırımcı kararlarını etkilediği, örnek olarak 2018 yılında Kurul tarafından SAHİBİNDEN'e verilen ihlal kararı neticesinde teşebbüsün New York borsasına açılma projesini sona erdirdiği

ifade edilmiştir.

- (213) SAHİBİNDEN hakkında aşırı fiyatlama iddiasıyla yürütülen soruşturmalar teşebbüsün de yukarıdaki savunmasında yer verdiği üzere farklı dönemlerdeki fiyatlama uygulamalarına ilişkindir. SAHİBİNDEN'in fiyatlama davranışlarının konu edinildiği en son karar olan 3. Aşırı Fiyat Kararında, SAHİBİNDEN'in 2018-2020 döneminde uygulamış olduğu fiyatlar incelenmiştir. Mevcut soruşturma kapsamında esas olarak 2020-2022 arası dönem ele alınmakla birlikte önceki soruşturmalardan farklı olarak "ilan görüntülenme" sayıları üzerinden de analizler gerçekleştirilmiştir. SAHİBİNDEN ve rakiplerinin uygulamış oldukları fiyatlar ile ilgili teşebbüslerin platformlarında yayımlanan ilanların 30 günlük süre içinde aldıkları ortalama görüntülenmeler de dikkate alınarak gerçekleştirilen analizlerde, değerlendirmelerin bütüncül ve daha sağlıklı yapılabilmesi bakımından 2020 öncesi dönem de bu analize dâhil edilmiştir.
- (214) İlâveten SAHİBİNDEN'in 15.02.2022 tarihinden itibaren ilan fiyatı 1.000.000 TL'yi aşan araçlarda ilgili tutarı aşan kısmın %0,03'ü oranında ek ücret almaya başladığı fiyatlama politikasının da ilk kez hâlihazırda yürütülen soruşturmada incelenen bir husus olduğu hatırlatılmalıdır. Teşebbüs ile ilgili geçmiş Kurul kararlarında herhangi bir ihlal sonucuna ulaşılmamış olmasının, teşebbüs hakkında Kurul tarafından yeni inceleme(ler) başlatılmayacağı anlamına gelmeyeceği değerlendirilmektedir. Sonuç olarak, Kurulun 4054 sayılı Kanun'un inceleme ve araştırmalarındaki usule ilişkin düzenlemeleri içeren 40 ila 48. maddelerine uygun olarak teşebbüs hakkında inceleme yürüttüğü vurgulanmalıdır.

### **I.3.6.2. Esasa İlişkin Savunmalar**

#### **I.3.6.2.1. Hâkim Durum Tespitine İlişkin Yapılan Savunmalar ve Buna Yönelik Değerlendirme**

- (215) Savunmada;
- Kurumsal pazara yönelik hâkim durum analizine ilişkin yapılan değerlendirmede üye sayısı, kurumsal üyelere elde edilen gelirler ve sayfa görüntülenme sayıları göz önünde bulundurulurken ilan sayısının dikkate alınmadığı,
  - Bireysel pazarda ilan sayısı dikkate alınırken kurumsal pazarda ilan sayısının dikkate alınmamasının ilan sayısı bakımından benimsenen yaklaşıma ilişkin tereddüt doğuracağı,

- Kurumsal üye sayısı bazlı bir değerlendirme yapıldığında kurumsal üyelik esaslı çalışmayan teşebbüslerin değerlendirmeye tabi olmaması nedeni ile kurumsal üye sayısı bazlı bir analizin hatalı sonuç vereceği,
- Kurumsal üyelere elde edilen gelirlere dayalı bir değerlendirme yapıldığında, pazarda var olan teşebbüslerin gelirinin üyelik geliri üzerine kurulu olduğunu varsayarak ticari gelir stratejisini reklam ve sair unsurlardan elde edilen gelirlere göre kurgulamış olan teşebbüslerin pazar durumlarının olduğundan düşük, SAHİBİNDEN'in ise olduğundan büyük görünmesine sebebiyet vereceğinden hatalı sonuç vereceği, bu nedenle rakiplerin kurumsal üyelere elde ettiği gelirlerin yanı sıra ilgili hizmet sunumuyla ilişkili olan diğer gelir kalemlerinin de dikkate alınması gerektiği,
- Emlak ve vasıta alanında kurumsal üye sayısı bakımından payların tekel veya tekele yakın bir durumun varlığından uzak paylar olduğu,
- Bireysel üyeliğe ilişkin pazardaki hâkim durum analizinde ise kurumsalda olduğu gibi üyelik gelinine dayalı hesaplamanın analizden çıkarılması gerektiği, sadece üyelik gelinine dayalı bir hesaplamanın SAHİBİNDEN'in ilgili pazarda değil üyelik geliri olan platformların oluşturduğu pazar içerisinde önemli bir paya sahip olduğunu gösteren hatalı bir sonuç ortaya çıkardığı,
- 2015 yılından sonra pazara gerçekleşen girişlerin pazarda giriş engeli olmadığına en önemli göstergesi olduğu, pazara giriş maliyetlerinin herhangi bir pazara girmek isteyen tüm işletmecilerin katlanması gereken maliyetler olduğu, bunların rekabet hukuku kapsamında piyasaya giriş engeli olarak kabul edilemeyeceği

ifade edilmektedir.

- (216) Emlak ve vasıta satış/kiralama faaliyetlerine ilişkin platform hizmeti pazarında faaliyet gösteren teşebbüslerin iş modelleri ve stratejileri birbirinden farklılaşabilmektedir. Bazı teşebbüsler kurumsal üyelere ücretsiz olarak sınırsız sayıda ilan yayımlama hakkı tanımaktadır. Söz konusu politika nedeniyle aynı ilan konulu birden çok ilan yayımlanması, geçerliliği kalmayan (ilana konu ürünün satılması ya da kiralanması) ilanların yayımlanması gibi potansiyel müşterilerin ilgili platforma yönelik ilgisinin azalmasına neden olan durumlar ortaya çıkmaktadır. Açıklanan nedenlerle kurumsal üyeler bakımından ilan sayısı, ilgili pazarın durumu hakkında yanıltıcı bir görüntü ortaya koyabileceğinden kurumsal üyeler bakımından pazar gücü değerlendirmesinde bir parametre olarak dikkate alınmamıştır.
- (217) Öte yandan hâlihazırda devam eden *Veri Taşınabilirliği Soruşturması* kapsamında yine de kurumsal ilan sayısı bakımından inceleme gerçekleştirilmiş olup bu kısımda da SAHİBİNDEN'in pazar payının rakiplerinden önemli ölçüde yüksek olduğu tespiti yapılmıştır. Ancak söz konusu teşebbüs bu sefer de ilan sayısının başarılı olmakta tek unsur olarak varsayamayacağı ve SAHİBİNDEN'in başarısının ilan sayısından bağımsız nitelik arz ettiği yönünde savunmalarda bulunmuştur.
- (218) Bireysel üyelere yönelik hâkim durum analizinde ise ilan sayılarının bir parametre olarak esas alınmış olmasının nedeni yapılan hesaplamalarda tüm teşebbüslerden elde edilen verilerde bireysel ilanlar bakımından tekrarlanan ilanların değil tekil ilan sayısının eksiksiz bir biçimde elde edilmiş olmasıdır.
- (219) Kurulun 3. Aşırı Fiyat Kararında; pazara giriş yapan teşebbüslerin, çok taraflı pazarın kendisine özgü özellikleri nedeniyle başlangıçta, özellikle tanıtım süresi boyunca,

kurumsal üyelerini ücretlendirmelerinin mümkün olmadığı, bu teşebbüslerin ancak kurumsal üyelere hizmet sunan yerleşik teşebbüsler üzerinde rekabetçi baskı oluşturabilecek seviyede bir kullanıcı kitlesine sahip olmaları halinde kurumsal üyelerine ücretli hizmet sunabildikleri dikkate alındığında, SAHİBİNDEN ile birlikte ilgili pazarda faaliyet gösteren diğer teşebbüslere de hâkim durum analizinde yer verildiği belirtilmiştir. Söz konusu yaklaşım mevcut dosya kapsamında da benimsenmiştir. Sonuç olarak, kurumsal üyelik hizmeti sunmayan çevrim içi platformların ilgili pazara dâhil edilmesine yönelik savunmaya itibar edilmemektedir.

- (220) Kurumsal üyelerin emlak ve vasıta satış/kiralama faaliyetlerine yönelik çevrim içi platform hizmetleri pazarının hacmi, kurumsal üyelere elde edilen gelirler ile ölçülmektedir. İlgili pazarda yer alan teşebbüslerin diğer faaliyetlerden elde ettiği gelirlerin kurumsal üyelere yönelik çevrim içi platform hizmetlerine özgülenmesi mümkün olmayıp savunmada bahsi geçen diğer gelirlerden, örneğin; internet reklamcılığında elde ettiği gelirler, ilgili platformun “çevrim içi reklam yayıncılığı” varsayımsal pazarındaki payı için dikkate alınabilecektir. Ayrıca SAHİBİNDEN dışında pazarda faaliyet gösteren diğer teşebbüslerin de ana gelir kaynaklarını üyelerinin çeşitli sayıda ilan yayımlamalarını sağlayan ilan paketleri oluşturduğundan kurumsal üyelere elde edilen gelirlere göre hesaplanan pazar payları açısından hatalı bir analiz yapılmadığı değerlendirilmektedir. İlaveten hâkim durum analizi yapılırken birden fazla değişken dikkate alınmış; kurumsal üyeler bakımından kurumsal üye sayısı, kurumsal üyelere elde edilen gelir ve sayfa görüntülenme sayısı değerlendirilmiş, bireysel üyeler bakımından ise bireysel üye sayısı, bireysel ilan sayısı ve bireysel üyelere elde edilen gelir değerlendirilmiştir.
- (221) Kurulun 3. Aşırı Fiyat Kararında; SAHİBİNDEN’in faaliyet gösterdiği pazarın çok taraflı platform niteliğinde olduğu, pazarda şebeke etkilerinden kaynaklanan giriş engelleri olduğu, çok taraflı platform pazarlarında kullanıcı alışkanlıklarının önemli giriş engeli oluşturduğu, bu pazarlara yeni giriş yapan oyuncuların belli bir süre kazanç sağlamadan faaliyet göstermek durumunda kalabildiği hususlarına detaylı olarak yer verilmiştir. Anılan kararda SAHİBİNDEN’in rakiplerinin bu tespiti destekleyen açıklamalarına da yer verilmiş olup inceleme konusu pazarlara giriş yapan teşebbüslerin finansman yaratma kapasitesi yüksek şirket grupları olduğu vurgulanmıştır.
- (222) Benzer bir şekilde mevcut kararın *1.3.1. Hâkim Durum Değerlendirmesi* isimli başlığı altında pazara giriş ve pazarda büyüme engelleri değerlendirilmiştir. Değerlendirme sonucunda, her ne kadar pazara girişin önünde mutlak bir engel bulunmasa da çevrim içi ilan yeri sağlama hizmetlerinin çok taraflı platform olma özelliğinden kaynaklanan önemli şebeke etkileri, ölçek ekonomileri, kullanıcı alışkanlıkları, SAHİBİNDEN’in sahip olduğu yüksek marka bilinirliği, finansal ve ekonomik gücü gibi hususların piyasadaki teşebbüslerin büyümesinin veya piyasaya yeni teşebbüslerin girmesinin önünde engel oluşturmasının muhtemel olacağı sonucuna ulaşıldığından, SAHİBİNDEN’in “pazara giriş maliyetlerinin herhangi bir pazara girmek isteyen tüm işletmecilerin katlanması gereken maliyetler olduğu, bunların rekabet hukuku kapsamında piyasaya giriş engeli olarak kabul edilemeyeceği” yönündeki savunmasının dikkate alınamayacağı değerlendirilmektedir.

### I.3.6.2.2. Aşırı Fiyat Analizi Hakkında Yapılan Savunmalar

#### Kurumsal Üyelere Sunulan Hizmete İlişkin Fiyat-Maliyet Analizi ve Teşebbüs Kârlılığı Hakkında Savunma

(223) Savunmada;

- Soruşturma Bildirimi'nde teşebbüsün çevrim içi platform hizmeti kapsamında katlandığı tüm maliyetlerin, bu hizmetin sunulduğu kategorilere ait ilan sayısı dikkate alınarak dağıtılması ve oluşan büyüklüğün fiyat (gelir) ile kıyaslanması yoluna gidildiği belirtilmiş olmakla birlikte bu hesaplama ile ilişkin baz rakamlara yer verilmediği,
- Söz konusu değerlendirmenin baz maliyet dağıtımının "ilan sayısına göre" değil "gelir içinden alınan paya göre" yapılması gerektiği, ilan sayısına göre maliyetlerin dağılımının yerleşik muhasebe yöntemlerinden hiçbirine uymadığı, ilan sayısına göre maliyet dağıtımının yanıltıcı seviyede yüksek kârlılık rakamları ortaya koyduğu,
- Soruşturma Bildirimi'nin 28. paragrafı 2022 yılı firma kârlılığında 2020 yılına göre %(...) azalma olduğunu göstermekte iken Kurulun yapmış olduğu bu tespitin aşırı fiyat iddiaları ile çelişmekte olduğu,
- 2020'den 2022'ye kadar olan süreçte SAHİBİNDEN'in maliyetlerinde artış yaşandığı, operasyonel harcamalar ve yatırım harcamaları toplamında 2020-2022 yılları arasında %(...) oranında bir artış olduğu ve dolayısıyla gelirdeki artışın üzerinde bir gider artışı söz konusu olduğu,
- SAHİBİNDEN'in ilgili dönemde emlak ve vasıta kategorisinde kurumsal üyelere elde ettiği gelirden yaşanan artışın oranının maliyetlerdeki artış oranından düşük olduğu,
- Soruşturma Bildirimi'nde sadece 2020'den 2021 yılına geçerken tüm kategorilerde toplam maliyetlerde yaşanan artışa yer verildiği, 2021 yılından 2022 yılına geçerken toplam giderlerin %(...) oranında artış göstermesinin beklendiği ve soruşturma kapsamında söz konusu maliyet artışlarının dikkate alınması gerektiği,
- Soruşturma Bildirimi'nde gerek emlak gerekse vasıta kategorilerinde SAHİBİNDEN'in elde ettiği kârın rakiplerinden önemli ölçüde farklılaştığı ifade edilmiş olmakla birlikte kârlılığın firmadan firmaya değişebileceği gerekçesiyle SAHİBİNDEN ile rakip firma kârlılıklarının karşılaştırılmasının rekabet hukuku açısından anlam ifade etmeyeceği,
- SAHİBİNDEN'in tarihsel olarak firma kârlılığı yüksek bir şirket olduğu, bu kârlılığın ticari kararları alma başarısından kaynaklandığı, söz konusu ticari kararlarının rekabet hukukuna aykırı bir yönü olmadığına 2014-2020 arası döneme ilişkin alınan 3 ayrı kararda Kurul tarafından tespit edildiği,
- SAHİBİNDEN ile benzer olacak şekilde kendi pazarında ilgili ilan kategorisinde lider konumda olan yabancı örnekler içinde Rightmove (İngiltere) ile Autotrader'in (İngiltere) FAVÖK oranlarına bakıldığında bu oranın sırasıyla %75,9 ve %71,2 olduğunun görülebileceği, dolayısıyla yüksek kârlılık ile çalışmanın bu iş modelleri bakımından olağan bir durum olduğu

ifade edilmektedir.

- (224) Öneri araştırma sürecinde, aşırı fiyat teorisi gereğince, SAHİBİNDEN'in emlak ve vasıta hizmeti için katlandığı maliyet tutarı istenmiş ancak SAHİBİNDEN tarafından sunulan cevapta SAHİBİNDEN'in maliyetlerinin tamamına yakın bir kısmının, emlak ve vasıta harici diğer ilan kategorilerindeki hizmetler açısından da ortak maliyet teşkil ettiği ve hizmetler bazında bir maliyet hesabının yapılamadığı belirtilmiştir. Ayrıca SAHİBİNDEN, alternatif bir yolla ortak maliyetlerin ayrıştırılmasına yönelik bir çaba sarf etmemiştir. Bu sebeple, toplam maliyetin, hangi oranda vasıta ve emlak kategorilerine yönelik hizmetlerle ilgili olduğunu tespit edebilmek amacıyla, objektif bir yaklaşımla, ilan sayısına dayalı maliyet ayrıştırması/dağıtımını yapılmıştır.
- (225) Öte yandan soruşturma kapsamında ise dijital pazarda faaliyet gösteren SAHİBİNDEN bakımından maliyet dağıtım hesaplamasında karşılaşılan zorluklar göz önünde bulundurularak teşebbüsün en lehine olan maliyet dağıtım hesaplama yöntemi olan ciro bazlı maliyet dağıtım yöntemi, eş deyişle, maliyetlerin ürünlerin toplam geliri içindeki payına göre ele alındığı bir yöntem tercih edilmiştir.
- (226) Mevcut karar kapsamında hem mark-up hem kâr marjı bakımından teşebbüsün 2018 ile 2022 yılları arasındaki kârlılık oranlarındaki düşüş ortaya konduğundan teşebbüsün savunmasının kabul edilebileceği değerlendirilmektedir. Bununla birlikte aşırı fiyat değerlendirmesinde, teşebbüsün kâr elde etmemesinin veya elde ettiği kâr miktarının tek başına ihlalin varlığını ortadan kaldırmadığının ya da teşebbüsün yüksek kârlılık düzeyinin tek başına ihlalin varlığını göstermek için yeterli olmadığı belirtilmesinde fayda görülmektedir. Zira soruşturma kapsamında da nihai kanaat için mevcut kârlılığın tüketici zararı ile sonuçlanıp sonuçlanmadığı değerlendirilmiş ve tüketici zararının oluştuğuna yönelik somut bir tespit yapılamadığından ihlal isnadında bulunulmamıştır.

### **Kurumsal Üyelere İlişkin Fiyat Karşılaştırma Analizi Hakkında Savunma**

- (227) Savunmada;
- Soruşturma Bildirimi'nde SAHİBİNDEN'in liste fiyatları ve indirimli liste fiyatlarının rakip firma fiyatları ile karşılaştırmasına ilişkin olarak SAHİBİNDEN liste fiyatlarının emlak kategorisinde rakiplerine kıyasla yüksek olduğu ancak önemli ölçüde yüksek olmadığı, vasıta kategorisinde ise SAHİBİNDEN ile rakipleri arasındaki fiyat farklarının önemli ölçüde yüksek olduğu daha önce alınan kararlarda Kurul tarafından bizzat değerlendirildiğinden bu durum rekabet hukuku ile çelişmediği,
  - SAHİBİNDEN ve rakipleri arasında fiyat farklılığı olmasının kaçınılmaz ve hukuki olduğu, fiyat farklılığı olmasının nedeninin piyasadaki firmaların farklı fiyat politikaları uygulamasından kaynaklandığı, SAHİBİNDEN tarafından sunulan ilan ürünü ile rakipler tarafından sunulan ürünlerin kapsam ve nitelik açısından birbiri ile eşdeğer olmadığı, kurumsal üyelerin çevrim içi ilan mecralarını performans bakımından değerlendirmeleri ele alındığında emlak ve vasıta tarafında SAHİBİNDEN'in rakiplerine göre performansının önemli derecede yüksek olduğu,
  - Çevrim içi ilanlar bakımından karşılaştırmaya konu olacak teşebbüslerin özellikle ilan görüntülenme sayısı bakımından tüketiciler gözünde karşılaştırılabilir nitelikte olması gerektiği, aksi halde yapılacak karşılaştırmanın hatalı sonuç vereceği, "bin ilan görüntülenme maliyeti" ve "bir ay içinde toplam görüntülenme sayısı bakımından" SAHİBİNDEN'in emlak ve vasıta ilanlarında rakiplerinden daha ucuz olduğu,

- SAHİBİNDEN ve rakipleri arasında görüntülenme sayısı ve performans farkı dikkate alınmadan sadece fiyat bazlı bir değerlendirme yapılmasının hatalı pozitif sonuç vereceği

ifade edilmektedir.

(228) Fiyat karşılaştırma analizine ilişkin yukarıda özetlenen savunmalarda temel olarak; üyelere sunulan değer bakımından SAHİBİNDEN ve rakiplerinin sunduğu paketlerin eş değerde olmadığı, SAHİBİNDEN'in gerek ilan verenlere gerek son kullanıcılara sağladığı faydanın çok daha yüksek olduğu, sayfa görüntülenme sayıları dikkate alındığında SAHİBİNDEN'in fiyatlarının rakiplerine kıyasla daha düşük olduğu belirtilmektedir. Öncelikle belirtilmelidir ki, dosya kapsamında yer alan aşırı fiyat değerlendirmeleri yalnızca rakip paket fiyatlarının kıyaslanması ile sınırlandırılmamış, SAHİBİNDEN'in yıllar itibarıyla liste ve indirimli fiyatlarının seyri, paket özellikleri, katlanılan maliyet ve kârlılık vb. birçok kriter göz önüne alınmıştır. Kullanıcılar tarafından SAHİBİNDEN'in rakiplerine kıyasla çok daha fazla görüntülediği açık olup mevcut kararın 1.3.1. *Hâkim Durum Değerlendirilmesi* isimli başlığı altında vasıta ve emlak kategorileri bakımından bu husus ayrıntılı bir şekilde incelenmiştir. Bununla birlikte, ilan listeleme hizmeti sunan teşebbüslerin sunmuş oldukları birim ilan fiyatları değerlendirilirken ödenen bu fiyat karşılığında ilgili platformlarda yayımlanan ilanların ortalamada ne kadar görüntülenme aldığı da ilgili analiz kapsamında değerlendirilmiştir. Yapılan değerlendirmeler sonucunda SAHİBİNDEN'in fiyatlama politikasının rekabet hukuku kapsamında aşırı fiyatlama olarak nitelendirilemeyeceği sonucuna ulaşılmıştır.

### **Bireysel Üyelere Sunulan Hizmete İlişkin Fiyat-Maliyet Analizi Hakkında Savunma**

(229) Savunmada;

- Soruşturma Bildirimi'nde yapılan analize ilişkin olarak tüm maliyetlerin, hizmet sunulan kategorilere ait ilan sayısı dikkate alınarak dağıtılması yaklaşımının uygulandığı ifade edilmiş olmakla birlikte bu hesaplama ile ilişkin baz rakamlara bildirimde yer verilmediği,
- Söz konusu değerlendirmenin baz maliyet dağıtımının "ilan sayısına göre" değil "gelir içinden alınan paya göre" yapılması gerektiği,
- Soruşturma Bildirimi'nin 53. paragrafında SAHİBİNDEN'in emlak ve vasıta kategorilerinde bireysel üyelere sunduğu hizmete ilişkin fiyat-maliyet analizi sonucunda kâr marjının 2020 yılından 2021 yılına %(.....) civarında düşüş sergilediği belirtilmekte olup bu durumun aşırı fiyat iddiaları ile çeliştiği

ifade edilmektedir.

(230) Mevcut dosya kapsamında emlak satış/kiralama hizmetlerine yönelik çevrim içi platform hizmeti sunan ve SAHİBİNDEN'in rakibi konumunda bulunan teşebbüslerden ZİNGAT'ın yalnızca kurumsal üyelere hizmet sunduğu, EMLAKJET'in ise bireysel üyelere ilan ücreti almadığı dikkate alındığında, emlak kategorisinde bireysel üyelere sunulan hizmete ilişkin karşılaştırma yalnızca HEPSİMLAK ile gerçekleştirilebilmiştir.

(231) Vasıta kategorisine bakıldığında ise kurumsal emlak kategorisine benzer şekilde SAHİBİNDEN'in fiyatları ARABAMCOM'un fiyatları ile bir kıyaslamaya tabi tutulmuştur. İlâveten soruşturma aşamasında bireysel üyelere yönelik olarak ayrı bir fiyat-maliyet karşılaştırması yapılmamıştır. Bu çerçevede, bireysel üyelere yönelik olarak

HEPSİEMLAK'ın ve ARABAMCOM'un fiyatlarının SAHİBİNDEN ile karşılaştırmasına yer verilmiş ve görüntülenme bazlı fiyatlar da incelenerek bireysel emlak ve bireysel vasıta kategorileri bakımından 2018-2022 yılları arasında SAHİBİNDEN'in fiyatlarının rakiplerine kıyasla önemli ölçüde yüksek olmadığı, hatta zaman zaman rakipler tarafından uygulanan fiyatların SAHİBİNDEN'in uyguladığı fiyatların üzerinde kalabildiği sonucuna ulaşılmıştır.

### **Bireysel Üyelere İlişkin Fiyat Karşılaştırma Analizi Hakkında Savunma**

(232) Savunmada;

- SAHİBİNDEN ile rakiplerinin fiyatlarının karşılaştırılmasına ilişkin kurumsal üyelere yönelik yapılan savunmaların yeniden belirtildiği,
- Bireysel ilanların büyük çoğunluğunun ücretsiz ilanlardan oluştuğu ancak Soruşturma Bildirimi'nde bu hususa yer verilmediği, bu nedenle ücretsiz ilan sayıları ve oranlarının dikkate alınması ile bu verilerin fiyat analizine dâhil edilmesi gerektiği

ifade edilmektedir.

(233) SAHİBİNDEN emlak satış/kiralama amacıyla ilan vermek isteyen bireysel üyelerine yılda bir kez ücretsiz ilan verme imkânı tanımaktadır. Üyeler yıl içerisinde birden fazla ilan vermek isterse veya ücretsiz olarak verdikleri ilanın yayımlanma tarihinden itibaren 30 gün geçtikten sonra ilanı yayımlamaya devam etmek isterlerse sunulan hizmet ücretlendirilmektedir. Soruşturmanın konusunu ücretli sunulan bireysel ve kurumsal ilanların aşırı fiyat teşkil edip etmediği oluşturduğundan SAHİBİNDEN'in bireysel üyelik ücretleri rakiplerin fiyatlarıyla karşılaştırılırken ücretsiz sunulan ilk ilanlar değerlendirmeye alınmamıştır.

### **I.3.6.2.3. Tüketici Zararına İlişkin Savunmalar**

#### **I.3.6.2.3.1. Fiyat Artışının Nihai Tüketici Bakımından Bir Zarara Yol Açıp Açmadığına İlişkin Savunma**

#### **Vasıta İlan Ücretlerinde 2020-2022 Arası Gerçekleştirilen "Liste Fiyat Değişiklikleri" ile Vasıta Kategorisindeki Ek Ücret Uygulamasının Nihai Tüketici Nezdinde Zarara Yol Açmadığına Yönelik Savunmalar**

(234) Savunmada;

- Kurulun 2. ve 3. Aşırı Fiyat Kararlarında SAHİBİNDEN'in hizmetinden ücretsiz bir şekilde faydalanan, araba/ev satın alan veya kiralayan nihai tüketicilerin SAHİBİNDEN'in fiyatlama politikasından doğrudan olumsuz şekilde etkilenmediği ve yalnızca SAHİBİNDEN üzerinden ilan yayımlayan kurumsal üyelerin ilan ücretlerindeki yükselişi nihai tüketiciye yansımaları halinde toplumsal refahın olumsuz etkilenebileceği, oto galerilerin ödemiş olduğu ilan ücretlerinin galerilerin gelirleri ve maliyetleri içindeki payının ihmal edilebilir düzeyde olduğu yönünde sonuca varıldığı,
- 2020-2022 yılları arasında SAHİBİNDEN vasıta ilan ücretlerindeki artışın, vasıta fiyatlarındaki artışın altında kaldığı, bu doğrultuda vasıta ilan ücretlerinin oto galerilerin kârları içindeki payının giderek düşüş gösterdiği, ayrıca ilgili dönemde oto galerilerin ortalama alım/satım fiyatlarındaki artış oranının vasıta ilan ücretlerindeki artıştan daha hızlı arttığı, bu verilere dayanarak SAHİBİNDEN'in vasıta ilan ücretlerinin artırmasının tüketici refah kaybına yol açmadığı, zira oto galerilerin gelirleri/kârları içerisinde SAHİBİNDEN'e ödedikleri ilan bedellerinin



- oransal payı azaldığından faydalandıkları SAHİBİNDEN ilan hizmetlerinin fiilen ucuzladığı,
- 2014-2020 yılları arasında SAHİBİNDEN'in ortalama üyelik ücretinin ortalama vasıta alış fiyatına oranının %(.....) ile %(.....); ortalama üyelik ücretlerinin ortalama vasıta satış bedeline oranının ise %(.....) ile %(.....) arasında değiştiği; satılan aracın üst segment vasıta kategorisinde olması halinde bu oranın daha da azaldığı,
  - SAHİBİNDEN'in üyelik ücretinin oto galerilerin vasıta satışından elde ettikleri ortalama kârın yaklaşık %(.....) ile %(.....)'üne tekabül ettiği, SAHİBİNDEN'in fiyatlarında %100'lük bir artış gerçekleştirmesi halinde oto galerilerin, bu artışı hiçbir şekilde tüketiciye yansıtmadıkları bir senaryoda kârlılıklarının yaklaşık %(.....) ve altında, bu artışın tamamını tüketiciye yansıttıkları bir senaryoda ise tüketicilerin maliyetlerindeki artışın yaklaşık %(.....) ve altında gerçekleşeceği,
  - SAHİBİNDEN'in üyelik ücretlerinde yapacağı olası bir fiyat artışının meydana getireceği refah kaybı değerlendirilirken kullanıcıların platformu kullanarak sağladıkları faydaların (örneğin; arama maliyetlerindeki düşüş vb.) da dikkate alınması gerektiği, ancak böyle bir hesaplamada arama maliyetlerindeki azalışın nihai refaha olan etkisinin ölçülmesinin güç olduğu,
  - Öneraştırmada elde edilen veriler ışığında SAHİBİNDEN'in ilan ücretlerine ilişkin olarak izlediği politikanın oto galericiler ve emlakçıların kârlılığı üzerinde bir etkisinin gözlemlenmediği, faaliyetlerini zorlaştıracak bir etki oluşturmadığı ayrıca SAHİBİNDEN'in gerçekleştirdiği ilan ücretlerindeki yükselişin nihai tüketiciye yansıdığına dair somut tespitlerin yapılmadığı,
  - SAHİBİNDEN'e ilişkin olarak alınmış 2. Aşırı Fiyat Kararında %(.....) olarak saptanan (SAHİBİNDEN Fiyatları/Galerilerin Ortalama Satış Fiyatları) değerinin aynı formül kullanıldığında Nisan 2022 için %(.....) olarak ölçüldüğü, eş deyişle %(.....) oranında azaldığı, oto galerilerin kâr marjlarının %(.....) oranında istikrarlı seyrini koruduğu, meydana gelen %(.....) oranındaki düşüşün, SAHİBİNDEN tarafından yürütülen fiyat politikasının aşırı olduğu yönündeki iddiaları desteklemediği,
  - Geçmişte Kurul tarafından yapılan "*Sahibinden tarafından uygulanan fiyatların vasıta başına ortalama kâr gibi parasal büyüklüklere kıyasla gerek mutlak gerekse oransal anlamda oldukça düşük olduğu*" ve "*Sahibinden'in üyelik ücretlerinin izlediği seyir ile platformu kullanan teşebbüslerin kârlılık oranlarının/büyüklüklerinin ve komisyon oranlarının/gelirlerinin değişimi arasında kayda değer bir ilişki bulunmadığı*" değerlendirmelerinin daha da kuvvetli biçimde geçerliliğini koruduğu,
  - SAHİBİNDEN'in 01.02.2022'den itibaren vasıta kategorisinde aylık ödemeli mağaza ürünü kullanan kurumsal üyeler için değeri 1.000.000 TL'yi aşan kara taşıtları için 1.000.000 TL'nin üzerindeki tutarın %0,03 oranında ek ücret talep etmeye başladığı, uygulanacak ek ücret bedelinin (.....) TL tavan fiyatla sınırlandırıldığı, ilan ek ücretinin yalnızca ilanın ilk yayımlandığı tarihte tahakkuk ettiği, 30 günlük ilan süresinin ardından yeniden ilana çıkan aracın fiyatı eskisi ile aynı olduğu takdirde yeniden ek ücret yansıtılmadığı ancak vasıta fiyatının yükseltilmesi durumunda ilanın ilk yayımlandığı fiyatı ile güncel fiyatı arasındaki farkın %0,03'ü oranında ek ücret isteneceği,

- Ek ücretin uygulandığı en ağır varsayımlarda dahi Nisan 2022 şartlarıyla SAHİBİNDEN fiyatlarının galerilerin ortalama satış fiyatına oranının değeri olarak %(.....) değerinin ölçüldüğü, bu oranın 08.07.2021 tarihindeki orana göre %(.....) oranında düştüğü, ek ücret politikasının aşırı fiyat iddialarına uygun olmadığı,

- Tüketici zararının mevcut olmaması sebebiyle ihlal iddiasının mümkün olmadığı belirtilmiştir.

(235) Dosya kapsamında yapılan aşırı fiyat analizinde, SAHİBİNDEN'in fiyat-maliyet yapısı incelenmiş, ilan görüntülenme sayıları da dikkate alınarak rakiplerin fiyatlarıyla karşılaştırma yapılmış, fiyatların aşırı olduğu varsayımı altında uygulamanın tüketici zararına yol açıp açmadığı incelenmiş ve ilgili sonuçlar dosya kapsamında yürütülen anket sonuçları ile karşılaştırılarak açıklanmıştır. Bu analiz sonucunda elde edilen verilerin teşebbüsün aşırı fiyatlamaya yaptığı iddialarını desteklemediği sonucuna ulaşılmıştır. Bu itibarla, yukarıda değerlendirmenin ilgili bölümlerinde detaylı açıklama ve analizlere yer verildiğinden söz konusu savunmalara ilişkin olarak burada ayrıca bir değerlendirme yapılmasına gerek görülmemiştir.

**SAHİBİNDEN'in Emlak İlanlarına Yönelik Liste Fiyat Değişiklikleri ve Emlak İlan Ücretlerinde 2020 ile 2022 Arasında Gerçekleştirilen "Liste Fiyat Değişiklikleri"nin Nihai Tüketici Nezdinde Bir Zarara Yol Açmadığına İlişkin Savunma**

(236) Savunmada;

- 2020-2022 dönemi incelendiğinde İstanbul ili baz alınarak hesaplanan satılık emlak fiyat endeksinin 100 baz puandan 282 baz puana yükseldiği, SAHİBİNDEN emlak ilan fiyat endeksinin ise (.....) baz puandan (.....) baz puana yükseldiği, kiralık emlak fiyat endeksinin de (.....) baz puandan (.....) baz puana yükseldiği, eş deyişle, 2020-2022 döneminde satılık ve kiralık emlak fiyatlarının ve ortalama kârlarının SAHİBİNDEN'in ilan liste fiyatlarındaki yükselişinden daha fazla arttığı,
- Kurulun 2. Aşırı Fiyat Kararında satılık emlak ilanları kategorisinde %(.....) olarak hesaplanan (SAHİBİNDEN İlan Fiyatı/ Emlak Ofislerinin Ortalama Gayrimenkul Satış Fiyatları) değerinin SAHİBİNDEN tarafından aynı formül kullanılarak Nisan 2022 için hesaplandığı ve ilgili değerinin %(.....) olarak bulunduğu, eş deyişle ilk hesaplanan değere göre %(.....) azaldığı,
- Kurulun 2. Aşırı Fiyat Kararında kiralık emlak kategorisinde %(.....) olarak hesaplanan (SAHİBİNDEN Fiyatları/Emlak Ofislerinin Ortalama Gayrimenkul Kiralık Fiyatları) değerinin SAHİBİNDEN tarafından aynı formül kullanılarak Nisan 2022 için hesaplandığı ve ilgili değerinin %(.....) olarak bulunduğu, eş deyişle %(.....) oranında azaldığı, bu oran dikkate alınarak yapılacak analiz neticesinde SAHİBİNDEN'in uyguladığı liste fiyat değişimlerinin tüketici zararı oluşturduğuna dair iddiaların kabul edilemeyeceği

ifade edilmiştir.

(237) Dosya kapsamında yapılan aşırı fiyat analizinde, SAHİBİNDEN'in fiyat-maliyet yapısı incelenmiş, rakiplerin fiyatlarıyla karşılaştırma yapılmış ve fiyatların aşırı olduğu varsayımı altında uygulamanın tüketici zararına yol açıp açmadığı incelenmiştir. Bu analiz sonucunda elde edilen verilerin teşebbüsün aşırı fiyatlamaya yaptığı iddialarını desteklemediği sonucuna ulaşılmıştır. Bu itibarla, yukarıda değerlendirmenin ilgili

bölümlerinde detaylı açıklama ve analizlere yer verildiğinden söz konusu savunmalara ilişkin olarak burada ayrıca bir değerlendirme yapılmasına gerek görülmemiştir.

### I.3.6.2.3.2. SAHİBİNDEN'e Ödenen Üyelik Ücretlerinin Oto Galerilerin Faaliyetlerini Zorlaştırmadığına İlişkin Savunmalar

(238) Savunmada;

- Ek ücrete konu durumlar ve en ağır varsayımlar (bir galerinin ilgili paketteki tüm vasıtalarına tavan fiyattan ek ücret ödemesi durumu) altında dahi Kurulun 2. Aşırı Fiyat Kararında %(.....) olarak hesaplanan (SAHİBİNDEN Fiyatları/ Galerilerin Ortalama Satış Fiyatları) oranın SAHİBİNDEN tarafından aynı formül kullanılarak Nisan 2022 için %(.....) olarak hesaplandığı, dolayısıyla %(.....) oranında azaldığı, bu nedenle SAHİBİNDEN'in uyguladığı ek ücret uygulamasının oto galerilerin faaliyetlerini zorlaştırmadığı,
- KOBİ denilebilecek büyüklükte bir oto galeri ile büyük veya *premium* ölçekli oto galerinin kıyaslamasında üst segment vasıta satışı yapan galerilerin KOBİ ölçekli galerilere oranla ilan başına daha az bedel ödeyerek daha fazla kazanç elde ettiği, örneğin, ortalama ilan fiyatı yaklaşık olarak 500.000 TL (.....) büyük ölçekli bir galerinin ilan başına ortalama maliyetinin yaklaşık (.....) TL olduğu, bu değer ilan fiyatının %(.....)'üne tekabül ettiği, ortalama vasıta ilan fiyatı 200.000 TL olan orta büyüklükteki bir galerinin ise ilan başına ortalama maliyetinin (.....) TL olduğu ve söz konusu değer ilan fiyatının %(.....)'sine tekabül ettiği, vasıtanın değerine göre hesaplanan ek ücret uygulamasının farklı güçte ve farklı ölçekteki galericiler arasındaki ilan ücretlerinin daha adil dağılmasını sağladığı,
- Ek ücret uygulamasının aynı zamanda SAHİBİNDEN'in oto galerilerden elde ettiği gelirlerin toplam gelirleri içindeki payındaki düşüşünü telafi ettiği, teşebbüsün maliyetlerindeki artışın negatif etkisini azalttığı,
- SAHİBİNDEN'de yer alan vasıta ilanları içerisinde vasıta ilanları değerlerine göre sınıflandırıldığında, değeri 1.000.000 TL'nin altında yer alan vasıtaların %(.....) ile en büyük paya sahip olduğu, 1.000.000 TL ve (.....) TL arasında yer alan vasıtaların payının %(.....) ile ikinci sırada, (.....) TL ve üzerinde değere sahip vasıtaların site içerisindeki payının %(.....) olarak son sırada yer aldığı, 1.000.000 TL'nin üzerinde fiyatlara sahip vasıtaların piyasa ortalamasının önemli miktarda üstünde yer aldığı ve üst segment eşliği olarak nitelendirildiği,
- Dolayısıyla teşebbüs tarafından ilanların sadece %(.....)'sına hitap eden bir düzenlemeye gidildiği ve bu kesime ek ücret uygulamasına geçildiği, bu uygulamanın bir üst sınırının bulunduğu ve benzer bir uygulamaya Almanya'da Mobile.de tarafından da başlandığı,
- Çevrim içi pazaryerlerinde sunulan hizmet bedelinin ürünün fiyatına göre değişiklik göstermesinin genel bir kabul olduğu, Amazon, Trendyol, Hepsiburada vb. teşebbüslerin pazaryerlerinde hizmet verdikleri ürün başına elde ettikleri gelirin ürünün değerine göre değiştiği,
- 2020 yılının ilk altı ayında SAHİBİNDEN'in toplam maliyetleri (.....) TL iken 2022'nin ilk altı ayında maliyetlerinin (.....) TL'ye yükseldiği, teşebbüsün maliyetlerinin içerisinde en yüksek payın (.....) ait olduğu; 2020'nin ilk altı ayında (.....) TL ayrıldığı; 2022'nin ilk altı ayında ise (.....) TL'ye yükseldiği, pazarlama giderlerinin yine aynı dönemler itibarıyla (.....) TL'den (.....) TL'ye yükseldiği,

teknoloji harcamaları kategorisindeki maliyetlerinin ise (.....) TL'den (.....) TL'ye yükseldiği, gerçekleşen bu maliyet artışları sebebiyle teşebbüsün (.....) düşüş gözlemlendiği, özetle 2020-2022 yıllarının ilk altı aylık süreçleri mukayese edildiğinde SAHİBİNDEN'in maliyetlerinde %(.....) oranında artış gözlemlendiği,

- SAHİBİNDEN'in teknolojik altyapı alanındaki harcamalarının 2020 Haziran'dan 2022 Haziran'a (.....) kattan fazla artış gösterdiği, belirtilen dönem içinde AR-GE personeli sayısının da(.....) kattan fazla artırıldığı,
- Emlak sektörü için (.....) geliştirmelerinin yapıldığı, emlak ofislerinin işlerinde kullanabilmeleri için yeni paketlerin uygulamaya konulduğu, (.....) ve (.....) özelliklerinin uygulanmaya başlandığı, (.....) ve (.....) gibi yapay zekâ aracılığıyla kullanıcı deneyimini artıran uygulamaların geliştirildiği, (.....) için AR-GE çalışmalarının yapıldığı,
- Farklı coğrafi bölgelerde faaliyet gösteren internet siteleri arasında yapılan ve ilan sitelerine ödenen bedelin oto galeri gelirleri içerisindeki payını gösteren kıyaslamada SAHİBİNDEN'in en düşük paya sahip platform olduğu, SAHİBİNDEN'de yayımlanan ilanların oto galeriler nezdinde 1.000 adet görüntülenme maliyeti açısından emsal sitelere göre önemli düzeyde düşük olduğu

ifade edilmiştir.

- (239) Mevcut soruşturma kapsamında SAHİBİNDEN tarafından uygulamaya konulan ek ücrete ilişkin sunulan gerekçeler dikkate alınmış ve bu gerekçelerin makul olduğu değerlendirilmiştir. İlave olarak, ek ücret uygulamasının ilgili pazarda faaliyet gösteren teşebbüsler nezdinde doğurduğu etkinin hâlihazırda sınırlı olduğu gözlemlendiğinden ve bu açıklamalara detaylı olarak kararın 1.3.3.3. *Ek Ücret Uygulamasına İlişkin Değerlendirme* isimli başlığı altında da detaylı şekilde yer verildiğinden söz konusu savunmaların bu başlık altında ayrıca değerlendirilmesine gerek görülmemiştir.

### **1.3.7. Genel Değerlendirme**

- (240) 4054 sayılı Kanun'un hâkim durumun kötüye kullanılmasını düzenleyen 6. maddesi kapsamında, tüketici refahını doğrudan azaltan bir uygulama olarak, aşırı fiyatlandırma davranışı kötüye kullanma niteliğindedir. Bu çerçevede, mevcut dosya kapsamında, SAHİBİNDEN'in dosya konusu hizmetlerin sunumunda aşırı fiyatlandırma davranışında bulunup bulunmadığı incelenmiştir.

- (241) Hakkında soruşturma yürütülen SAHİBİNDEN'in öncelikle;

- Kurumsal üyelerin emlak satış/kiralama faaliyetlerine yönelik çevrim içi platform hizmeti,
- Kurumsal üyelerin vasıta satış faaliyetlerine yönelik çevrim içi platform hizmeti,
- Bireysel üyelerin emlak satış/kiralama faaliyetlerine yönelik çevrim içi platform hizmeti,
- Bireysel üyelerin vasıta satış faaliyetlerine yönelik çevrim içi platform hizmeti

pazarlarında hâkim durumda olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

- (242) Soruşturma kapsamında SAHİBİNDEN'in ilgili pazarlarda kurumsal üyelere uyguladığı fiyatlar, aşırı fiyat teorisi çerçevesinde değerlendirilirken EDT'nin ilk aşamasını oluşturan ve 2018-2022 dönemi için gerçekleştirilen fiyat-maliyet analizi sonucunda;

- SAHİBİNDEN'in kurumsal emlak kategorisine ilişkin 5 yıllık ortalama mark-up ve kâr marjlarının sırasıyla %(.....) ve %(.....) olduğu, 2018'den 2022 yılına kadar

kâr marjının %(.....) seviyesinden %(.....), mark-up'ının ise %(.....)'dan %(.....) seviyesine indiği,

- SAHİBİNDEN'in kurumsal vasıta kategorisine ilişkin mark-up ve kârlılık oranları seyrinin kurumsal emlak kategorisiyle hemen hemen aynı olduğu, 2018'den 2022 yılına kadar kâr marjının %(.....) seviyesinden %(.....), mark-up'ının %(.....)'den %(.....) seviyesine indiği

tespiti yapılmıştır.

(243) Bu tespitler ışığında SAHİBİNDEN'in söz konusu yıllarda emlak ve vasıta kategorilerinde ilgili pazarlarda uyguladığı fiyatların, maliyetlerini önemli ölçüde aştığı değerlendirilmektedir. Öte yandan, aşırı fiyatın tespitinde kullanılan EDT kapsamında makul kâr marjının ne ölçüde aşırı fiyatın göstergesi olacağı konusunda kabul görmüş bir kural olmadığından SAHİBİNDEN'in kârının aşırı fiyatlamayı destekleyip desteklemediği hususunda rakiplerin fiyatları ve teşebbüsün kendi fiyatları ile karşılaştırma yapılmıştır.

(244) Soruşturma kapsamında rakiplerle yapılan fiyat karşılaştırma analizinde;

- SAHİBİNDEN'in kurumsal emlak kategorisinde kendisine en yakın rakibi konumundaki (.....) ile arasındaki fiyat farkının ortalama olarak (.....) kat civarında olduğu, bununla birlikte fiyat farkının yıllar içinde azalarak (.....) kattan (.....) kata düştüğü, uygulanan fiyatlar ortalama görüntülenme sayıları ile birlikte değerlendirildiğinde ise SAHİBİNDEN ile (.....) arasındaki fiyat farkının (.....) kat seviyelerine düştüğü,
- Kurumsal vasıta kategorisinde görüntülenme sayısının dikkate alınmadığı fiyatlar üzerinden yapılan karşılaştırmada 2018-2020 yılları arasında SAHİBİNDEN ile ARABAMCOM arasındaki fiyat farkının ortalama (.....) kat civarında olduğu, 2020 yılından sonra bu farkın azalarak (.....) kat seviyelerine düştüğü, uygulanan fiyatlar ortalama görüntülenme sayıları ile birlikte değerlendirildiğinde ise, SAHİBİNDEN ile ARABAMCOM arasındaki fiyat farkının zaman zaman kapandığı hatta bazı dönemlerde ARABAMCOM'un fiyatlarının SAHİBİNDEN'in fiyatlarının da üzerine çıkabildiği

tespit edilmiştir.

(245) İlaveten, teşebbüsün kendi fiyatları içinde yapılan karşılaştırmada;

- Kategoriler arası fiyat karşılaştırması kapsamında; kurumsal vasıta ve kurumsal emlak kategorilerinden sonraki ilk kategorinin iş makineleri ve sanayi kategorisi olduğu, ilgili kategori ile kurumsal vasıta kategorisi arasında (.....) kat, kurumsal emlak kategorisi ile (.....) kata yaklaşan oranlarda fiyat farklarının olduğu, yedek parça, aksesuar, donanım ve tuning kategorisi ile ikinci el ve sıfır alışveriş kategorilerindeki fiili birim ilan fiyatlarının ise (.....) TL civarında bir seyir izlediği ancak bu fiyatların ilana konulan ürünlerin kendi fiyatlarının düşüklüğünden kaynaklanabileceği,
- İncelenen kategorilerdeki ilanların almış oldukları görüntülenme sayıları da dikkate alınarak yapılan hesaplamada ulaşılan görüntülenme bazlı fiyatların dikkate alındığı durumda kategoriler arasındaki fiyat farklarının büyük ölçüde ortadan kalktığı, zaman zaman diğer kategorilerdeki birim ilan fiyatlarının incelemeye konu kategorilerdeki birim ilan fiyatlarının da üzerine çıkabildiği

tespit edilmiştir.



- (246) Tüm bu değerlendirmeler ışığında, 2018-2022 yılları arasında kurumsal üyelere uygulanan fiyatlar bakımından SAHİBİNDEN'in fiyatlarını, rakiplerinin fiyatlarından ortalama (.....) kat fazla bir seviyede konumlandırabildiği, ilgili hizmetin ekonomik değerini yansıtmada konusunda önemli olan görüntülenme bazlı fiyatlar dikkate alındığında bu farkın önemli ölçüde azaldığı ve zaman zaman bazı rakiplerine göre fiyat farkının kapandığı, dolayısıyla SAHİBİNDEN'in fiyatlarının rakiplerine kıyasla önemli ölçüde yüksek olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.
- (247) Bununla birlikte, aşırı fiyat teorisine göre, bir ihlal tespiti yapılabilmesi için doğrudan tüketici zararının ortaya konulması gerekmektedir. SAHİBİNDEN tarafından uygulanan fiyatların tüketici refahına etkisine ilişkin yapılan değerlendirmede, incelenen fiyatların vasıta kategorisindeki oto galericilerin veya emlak kategorisindeki emlakçıların kârlılığı üzerinde mevcut şartlar altında önemli bir etkisinin gözlemlenmediği, başka bir deyişle, bu aşamada emlakçılardan ve galericilerden oluşan kurumsal üyelerin faaliyetlerini zorlaştıracak bir etkisinin bulunmadığı tespit edilmiştir. Ayrıca SAHİBİNDEN tarafından uygulanan fiyat artışlarının platform kullanıcıları tarafından nihai tüketiciye yansıtılması noktasında da rekabet hukuku kapsamında müdahale gerektirecek ciddi bir etki gözlemlenmemiştir. Dolayısıyla, SAHİBİNDEN'in aşırı fiyatlama yoluyla 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesi hükmünü ihlal etmediği sonucuna varılmıştır.
- (248) SAHİBİNDEN'in ilgili pazarlarda bireysel üyelere uyguladığı fiyatların aşırı fiyat teorisi çerçevesinde değerlendirilmesi kapsamında yapılan analiz sonucunda;
- Bireysel emlak kategorisinde 2018-2022 yılları arasında SAHİBİNDEN'in sunduğu hizmetin fiyatının HEPSİEMLAK'tan ortalama (.....) kat civarında daha fazla olduğu,
  - Yapılan analizde görüntülenme bazlı fiyatlar temel alındığında söz konusu fiyat farkının ortadan kalktığı ve hatta dönem dönem HEPSİEMLAK'ın fiyatlarının SAHİBİNDEN'in fiyatlarının üzerinde kaldığı,
  - Benzer şekilde, bireysel vasıta kategorisinde 2018-2022 yılları arasında SAHİBİNDEN ile ARABAMCOM arasındaki fiyat farkının ortalama (.....) kat civarında olduğu ancak görüntülenme bazlı fiyatlar dikkate alındığında bu fiyat farkının ortadan kalktığı, incelenen dönemin büyük çoğunluğunda ARABAMCOM'a ait görüntülenme bazlı fiyatların SAHİBİNDEN'in uyguladığı fiyatların da üzerinde seyrettiği
- tespit edilmiştir.
- (249) Her iki kategori bakımından da 2018-2022 yılları arasında SAHİBİNDEN'in fiyatlarının rakiplerine kıyasla önemli ölçüde yüksek olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu çerçevede incelenen döneme ilişkin olarak bireysel üyelere uygulanan fiyatlar bakımından da bu aşamada SAHİBİNDEN'in aşırı fiyatlama yoluyla 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesi hükmünü ihlal ettiğini gösteren herhangi bir bulgu elde edilmemiştir.
- (250) Son olarak, SAHİBİNDEN tarafından 2022 yılında hayata geçirilen ek ücret uygulamasına yönelik;
- Ek ücret uygulamasının piyasadaki etkisine bakıldığında uygulamaya konulan kademeli ilan fiyatlandırma sisteminin birim ilan fiyatları üzerindeki etkisinin yaklaşık (.....) TL olduğu,
  - Bu noktada, zaman içerisinde ilan fiyatı uygulamasındaki üst sınır olan 1.000.000 TL üzerindeki araç sayısının artması halinde bu etkinin de giderek artabileceği,

- 1.000.000 TL üzerindeki araçların toplam araç sayısına oranının Aralık 2022 itibarıyla %(...), Şubat 2023 tarihi itibarıyla ise %(...) seviyelerine geldiği düşünüldüğünde ilgili uygulamanın -üst sınırının da olduğu dikkate alındığında- piyasadaki etkisinin sınırlı olacağı,
- Düzenlenen anket çalışması çerçevesinde, ek ücret uygulaması neticesinde kurumsal vasıta üyelerinin %68'inin SAHİBİNDEN karşısında rakip platformlara ağırlık vermeyi tercih ettiği, %34,7'lik kesiminin ise ek ücret uygulaması nedeniyle SAHİBİNDEN üyeliklerini sonlandırmayı düşündükleri,
- Yine düzenlenen anket çalışması çerçevesinde, ek ücret uygulaması neticesinde bireysel vasıta üyelerinin %42,4'ünün SAHİBİNDEN üyeliğini sonlandırmayı, %28,5'inin de rakip platformlara ağırlık vermeyi düşündüğü

tespit edilmiştir.

- (251) Söz konusu uygulamaya yönelik olarak SAHİBİNDEN tarafından sunulan gerekçelerin makul görülebileceği değerlendirilmekte birlikte, ilgili uygulamanın hâlihazırda üyelerin sınırlı bir kısmı üzerinde etki oluşturduğu ve bu etkinin de oldukça sınırlı seviyede kaldığı, üyelerin SAHİBİNDEN'e ödedikleri üyelik ücretlerinin gelir ve giderleri içindeki paylarına bakıldığında, üyeler üzerinde önemli düzeyde bir etkinin gözlemlenmediği, başka bir deyişle, ek ücret uygulamasının oto galericilerden oluşan kurumsal üyelerin ve bireysel vasıta üyelerinin faaliyetlerini zorlaştıracak bir etkisinin bu aşamada bulunmadığı, üyelerin çoğunluğunun bu maliyeti ilan fiyatlarına yansıtmadıkları, ilan fiyatlarına yansıtılan oranlar bakımından ise, ilgili uygulamanın bir üst sınırı olduğu da dikkate alındığında, bu etkinin oldukça sınırlı kaldığı ve mevcut haliyle tüketici refahında olumsuz bir etki oluşturabilecek düzeyde bulunmadığı değerlendirilmektedir.
- (252) Yukarıda yer verilen tüm tespit ve değerlendirmeler ışığında, SAHİBİNDEN'in 2020-2022 döneminde anılan ilgili ürün pazarlarında aşırı fiyatlama yoluyla 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesini ihlal etmediği ve dolayısıyla aynı Kanun'un 16. maddesi uyarınca adı geçen teşebbüse idari para cezası uygulanmasına gerek olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.



**J. SONUÇ**

(253) 30.06.2022 tarihli ve 22-29/469-M sayılı Kurul kararı uyarınca yürütülen soruşturma ile ilgili olarak düzenlenen Rapor'a ve Ek Görüş'e, toplanan delillere, yazılı savunmalara ve incelenen dosya kapsamına göre,

1. Sahibinden Bilgi Teknolojileri Pazarlama ve Ticaret AŞ'nin, "kurumsal üyelerin emlak satış/kiralama faaliyetlerine yönelik çevrim içi platform hizmeti, kurumsal üyelerin vasıta satış faaliyetlerine yönelik çevrim içi platform hizmeti, bireysel üyelerin emlak satış/kiralama faaliyetlerine yönelik çevrim içi platform hizmeti, bireysel üyelerin vasıta satış faaliyetlerine yönelik çevrim içi platform hizmeti" pazarlarında hâkim durumda olduğuna,
2. Bununla birlikte Sahibinden Bilgi Teknolojileri Pazarlama ve Ticaret AŞ'nin 2020-2022 döneminde anılan pazarlarda aşırı fiyatlandırma yoluyla 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 6. maddesi hükmünü ihlal etmediğine, dolayısıyla adı geçen teşebbüse idari para cezası uygulanmasına gerek olmadığına

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