

Rekabet Kurumu Başkanlığından,

REKABET KURULU KARARI

Dosya Sayısı : 2024-1-077
Karar Sayısı : 25-02/47-28
Karar Tarihi : 16.01.2025

A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER

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

B. RAPORTÖRLER: Melisa AĞYÜZ AYDOĞDU, Şeyda EROL ÖZTÜRK,
Hakan ARSLANBENZER, Alp Tuna MERCİMEK,
Yağmur DOLU İNCEGELİŞ, Tuğba BOLAT YILDIRIM

**C. BAŞVURUDA
BULUNAN**

- Gizlilik talebi bulunmaktadır.
- Gizlilik talebi bulunmaktadır.

**D. İNCELENEN
TARAF**

- Sahibinden Bilgi Teknolojileri Pazarlama ve Ticaret AŞ
Temsilcileri: Av. İlmutluhan SELÇUK, Av. Ozan GÖKCE, Av.
Artun ATAĞ, Av. Gizem EDİN, Av. Cemile Asya ERDOĞAN
Ebulula Mardin Cad. No:57 Akatlar 34335 Beşiktaş/İstanbul

(1) **E. DOSYA KONUSU:** Sahibinden Bilgi Teknolojileri Pazarlama ve Ticaret AŞ'nin kurumsal üyelerin vasıta satış faaliyetlerine yönelik çevrim içi platform hizmeti ve bireysel üyelerin vasıta satış faaliyetlerine yönelik çevrim içi platform hizmeti ile Otobid hizmetinin bağlanması ve tüketiciler nezdinde sömürücü etkiler yaratılmak suretiyle rekabetin kısıtlandığı iddiası.

(2) **F. İDDİALARIN ÖZETİ:** Rekabet Kurumu (Kurum) kayıtlarına 15.11.2024 tarih, 59025 sayı ve 06.12.2024 tarih, 59812 sayı ile intikal eden gizlilik talepli başvuruda özetle;

- Sahibinden Bilgi Teknolojileri Pazarlama ve Ticaret AŞ'nin (SAHİBİNDEN), *www.sahibinden.com* alan adlı internet sitesi üzerinden ürünlerini satmak isteyen satıcılarla bu ürünleri satın almak isteyen alıcıları bir araya getirdiği ve çevrim içi aracılık faaliyetleri yürüttüğü, bu çerçevede başta emlak ve vasıta olmak üzere, özel ders verenler, çeşitli iş ilanları, yardımcı arayanlar ve hayvan satışı ile yedek parça, aksesuar, donanım ve modifikasyon, ikinci el ve sıfır alışveriş gibi çeşitli kategorilerdeki ilanlara platform hizmeti sağladığı,
- SAHİBİNDEN'in, "kurumsal üyelerin vasıta satış faaliyetlerine yönelik çevrim içi platform hizmeti" ile "bireysel üyelerin vasıta satış faaliyetlerine yönelik çevrim içi platform hizmeti" pazarlarında hâkim durumda olduğunun ve sahip olduğu bu orantısız pazar gücünün rakipleri aleyhine pazara giriş engeli oluşturduğunun Rekabet Kurulu (Kurul) içtihatlarıyla¹ tespit edildiği,
- SAHİBİNDEN'in, sunduğu çevrim içi platform hizmeti aracılığıyla bireysel ve kurumsal kullanıcıları bir araya getiren temel işlevine ek olarak, 20.11.2023

¹ Kurulun 07.12.2023 tarihli ve 23-56/1114-396 sayılı kararı.

tarihinde piyasaya sürdüğü “OtoBid” hizmeti ile bireysel kullanıcıların araçlarının açık artırma yöntemi ile kurumsal alıcılara satışı alanında, eş deyişle çevrim içi araç alım satımı alanında da faaliyet göstermeye başladığı ve böylece pazarın hem alt hem de üst segmentinde çeşitli hizmetlerde yer aldığı,

- SAHİBİNDEN’in tüketiciden tüketiciye (*Consumer to Consumer*, C2C) ve işletmeden işletmeye (*Business to Business*, B2B) vasıta satış faaliyetlerine yönelik çevrim içi platform hizmetleri pazarlarındaki hâkim durumunu, OtoBid vasıtasıyla tüketiciden oto galericiye satış (*Consumer to Business*, C2B) iş modeliyle güçlendirdiği ve kısa sürede kayda değer bir pazar payı elde ederek OtoBid hizmetiyle ilgili pazarda en büyük üçüncü oyuncu konumuna ulaştığı,
- SAHİBİNDEN’in OtoBid platformu ile edindiği dikey bütünleşik yapının sağladığı maliyet avantajının, ağ etkilerinin ve sahip olduğu geniş kullanıcı tabanının, SAHİBİNDEN’i ürün ve hizmetlerin fiyatını belirlemede güçlü bir konuma taşıyabileceği ve bu durumun SAHİBİNDEN’in belirlediği fiyat politikalarına rakip teşebbüslerin uymaları zorunluluğunu yaratabileceği,
- SAHİBİNDEN’in, OtoBid hizmetinin www.sahibinden.com üzerinden herhangi bir ek maliyet olmaksızın reklam, tanıtım ve pazarlama faaliyetleriyle desteklenmesinin, rakip teşebbüsler üzerinde dışlayıcı bir etki yaratma potansiyeline sahip olduğu,
- www.sahibinden.com’daki ürün arama sonuç sayfalarındaki OtoBid reklamlarının yanı sıra ilan verme ara yüzünde de OtoBid hizmetine ilişkin reklamlara ve tanıtımlara yer verildiği ve ilan vermek isteyen kullanıcıların araç satışlarını OtoBid üzerinden yapmaya yönlendirilmesine yönelik seçeneklerin sunulduğu, SAHİBİNDEN’in sahip olduğu marka bilinirliğini, OtoBid platformunun tanıtımı ve görünürlüğünü artırmada kullandığı,
- www.sahibinden.com üzerinden elde edilen kullanıcı trafiğinin, rakip teşebbüslere kıyasla daha fazla olması sayesinde SAHİBİNDEN’in geniş bir kullanıcı tabanına erişim sağladığı ve bu kullanıcı tabanını OtoBid hizmetleri için de kullandığı, bu durumun pazara girişte rakip teşebbüsler bakımından bir engel teşkil edebileceği,
- OtoBid üzerinden ikinci el araç satışının yalnızca www.sahibinden.com’da bireysel hesap sahibi kullanıcılar tarafından, yine www.sahibinden.com’da kurumsal hesap sahibi galericilere yapılabildiği ve bu nedenle OtoBid hizmetinden yararlanmak isteyen kullanıcıların www.sahibinden.com’a üye olmalarının zorunlu hale getirildiği, bu durumun 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun’un (4054 sayılı Kanun) 6. maddesi kapsamında bir bağlama uygulaması oluşturduğu,
- SAHİBİNDEN’in sunmakta olduğu hizmetler aracılığıyla önemli ölçüde kullanıcı verisi topladığı, bu verilerin başka amaçlarla kullanılmak üzere birleştirilebileceği, bu durumun pazarda kilitlenme etkisi doğurabileceği,
- SAHİBİNDEN’in www.sahibinden.com internet sitesi üzerinden bireysel kullanıcılara ve kurumsal alıcılara ilişkin elde ettiği veriler aracılığıyla, kullanıcı alışkanlıklarını dikkate alarak daha hedefe yönelik reklamlar ve kampanyalar sunabileceği ve böylece müşteri kitlesini kendine çekebileceği,
- Geçit bekçisi konumundaki teşebbüslerin veri birleştirme faaliyetlerine örnek olarak Kurulun *Threads* kararı uyarınca geçici tedbir kararı verdiği, Kurulun 20.10.2022 tarihli ve 22-48/706-299 sayılı diğer bir kararı uyarınca META’nın Facebook, Instagram ve WhatsApp hizmetlerinden elde ettiği verileri birleştirme

faaliyetlerine ilişkin uyum tedbiri kapsamındaki yükümlülöklere uymadığı gerekçesiyle META'ya idari para cezası verildiğı, bu kararlar dikkate alındığında, Kurulun geçit bekçileri için izlediğı yaklaşımın SAHİBİNDEN bakımından da uygulanması gerektiğı,

- Dolayısıyla SAHİBİNDEN'in, www.sahibinden.com'dan elde ettiğı verileri Otobid hizmetleri kapsamında kullanmasının engellenmesi gerektiğı ve her iki hizmetin birbirinden ayrıştırılmasının yanı sıra her iki hizmet arasındaki veri akışının engellenmesi gerektiğı,
- SAHİBİNDEN'in, çevrim içi araç alım satım pazarındaki faaliyetleri kapsamında elde ettiğı kullanıcı verilerini çevrim içi açık artırma platformu hizmetlerinde kullanmak suretiyle bir kaldıraç etkisi yaratarak rakiplerinin faaliyetlerini zorlaştılabileceğı ve pazara giriş engeli yaratabileceğı,
- SAHİBİNDEN'in Otobid hizmetine ilişkin yukarıda aktarılan rekabet karşıtı endişelerin Kurulun 07.12.2023 tarihli ve 23-56/1114-396 sayılı kararında ele alınan hususlardan ayrıştığı, nitekim SAHİBİNDEN'in 20.11.2023 tarihi itibarıyla Otobid markası adı altında gerçek kişilerden tedarik edeceği araçların galerilere satışı faaliyetlerine başladığı ancak anılan kararla nihayetlenen önaraştırmanın yürütüldüğü tarihte SAHİBİNDEN'in yalnızca S-Araç Tedarik Sistemi (S-ATS) hizmeti sunduğı, bu nedenle söz konusu karardaki değerlendirmelerin Otobid hizmetinin henüz yeni olması ve bu alanda bir veri oluşmaması nedeniyle yalnızca kurumsal üyelere yönelik olarak yapıldığı,
- SAHİBİNDEN'in Otobid hizmetinin ve bu hizmeti sunarken gerçekleştirdiğı eylemlerin detaylı bir etki analizine tabi tutulması gerektiğı,
- Öte yandan, SAHİBİNDEN'in oto ekspertiz hizmeti sunan iştiraki AutoKing Ekspertiz AŞ (AUTOKING) aracılığıyla dikey bütünleşik yapısını daha da güçlendirdiğı ve www.sahibinden.com ile Otobid üzerinden araç satışı yapmak isteyen kullanıcılara doğrudan ekspertiz hizmeti sunduğı, ilaveten bu hizmet kapsamında elde ettiğı kullanıcı verilerini de Otobid hizmetleri kapsamında veya kullanıcıları Otobid hizmetlerine yönlendirme amacıyla kullanabilecek konumda olduğı, nitekim oto ekspertiz ve ikinci el araç satım faaliyetleri arasında organik bir bağın bulunduğı, SAHİBİNDEN'in AUTOKING aracılığıyla Otobid hizmeti için daha hedefe yönelik reklamlar sunabilme ve potansiyel müşteri kitlesini tespit edebilme avantajına sahip olduğı,
- SAHİBİNDEN'in uygulama programlama arabirimlerini (*Application Programming Interface, API*) diğer rakip platformlarla paylaşmamasının, fiyat motorlarında hata riskinin artmasına ve piyasadaki diğer platformların fiyat analizlerinde eksikliğe ve hatalı tahminler yapılmasına yol açabileceğı,
- SAHİBİNDEN'in, bireysel kullanıcıların www.sahibinden.com üzerindeki verilerini toplama, işleme ve Otobid platformuna aktarma faaliyetleriyle birlikte bireysel kullanıcıların www.sahibinden.com üzerindeki verilerini rakip platformlara taşımalarına engel olacak şekilde veri taşınabilirliğini sınırlandıran sözleşmesel veya fiili münhasırlık uygulamalarında bulunabileceğı, söz konusu davranışların daha önce de incelenmesinin talep edildiğı ve Kurul tarafından alınan 17.08.2023 tarihli ve 23-39/754-623 sayılı karara konu olduğı,
- SAHİBİNDEN'in Otobid hizmetine yönelik aldığı provizyon bedellerinin tüketicilere iade edilmediğı ve/veya Otobid hizmeti için randevu alan müşterilerin isteğine bağılı olarak müşteri randevularının iptal edilmediğı, müşterilerin Otobid hizmetine mecbur edilmesinin bahsedilen dışlayıcı etkilerin yanı sıra tüketicilere yönelik sömürücü uygulamalara da sebep olacağı,

- SAHİBİNDEN'in hâlihazırda sahip olduğu pazar gücünü başka bir dijital pazara aktarması sonucunda; ilgili pazarda fiyatların yükselebileceği, kalitenin düşebileceği ve tüketicilere daha az seçenek sunulması suretiyle tüketici refahında azalmaya yol açabileceği,
- SAHİBİNDEN'in faaliyetlerinin doğurduğu etkilerin sonlandırılması, tekrarının önlenmesi ve rekabetin tesisi için yapısal ve/veya davranışsal tedbirlerin alınması gerektiği, bu kapsamda dijital pazarlarda yapılacak geç bir müdahalenin pazarın kapanmasına sebep olabileceği de gözetildiğinde Kurul tarafından –geçmiş tarihli kararlardaki yaklaşım ile paralel olarak- geçici tedbir kararı alınmasının isabetli olacağı

belirtilerek gereğinin yapılması talep edilmiştir.

(3) Kurum kayıtlarına 03.12.2024 tarih ve 59690 sayı ile intikal eden gizlilik talepli bir diğer başvuruda özetle;

- SAHİBİNDEN'in 2023 yılı Kasım ayı itibarıyla çevrim içi ikinci el araç bireysel kullanıcıdan araç alım pazarında hizmet sunmaya başladığı, listeleme pazarındaki geçit bekçisi konumu sayesinde, anılan pazardaki pazar payını oldukça kısa bir süre içerisinde esaslı şekilde artırdığı ve SAHİBİNDEN'in 2025 yılının sonunda anılan pazarda hâkim duruma gelmesinin beklendiği,
- SAHİBİNDEN'in geçit bekçisi olduğu ilan pazarı hizmetini sunduğu platform üzerinden Otobid hizmetini sunduğu, hâkim durumda olduğu pazardaki gücünü kaldıraç olarak kullanarak ilişkili bir pazarda rekabeti kısıtladığı ve yeni bir pazarda hâkimiyetini inşa ettiği, SAHİBİNDEN'in mevcut uygulamaları devam ettiği sürece, eşit etkinlikte olan bir platformun bile Otobid ile rekabet edemeyeceği,
- SAHİBİNDEN'in çevrim içi ilan pazarında elde ettiği yüksek kârlar sayesinde diğer platformların rekabet etmesi mümkün olmayan reklam harcamaları yaptığı ve hizmet noktası sayısını geliştirdiği,
- SAHİBİNDEN'in ilan platformunda yoğun bir şekilde Otobid'e ilişkin tanıtımlara ve yönlendirmelere yer verdiği, (.....) ve diğer platformların, Otobid reklamları ile rekabet edecek düzeyde medya ve dijital pazarlama yatırımı yapmasının mümkün olmadığı,
- SAHİBİNDEN'in elindeki ilan verisi, trafik verisi ile kullanıcılara ve üyelere ait davranış takip imkânı ile ikinci el araç pazarındaki eğilimleri gerçek zamanlı ve tüm detaylarıyla takip edebildiği ve pazarın kısa ya da uzun vadede nereye doğru evrileceğini öngörmek konusunda açık ara üstünlüğe sahip olduğu ve bu sayede pazar eğilimleri yanında araç özelinde isabetli teklifler yapabildiği,
- SAHİBİNDEN'in AUTOKING'i satın alarak hizmet ağını hızlı bir şekilde genişlettiği ve Otobid hizmet noktalarını ülkenin birçok bölgesine hızlı bir şekilde yaymayı hedeflemekte olduğu,
- AUTOKING hizmet noktalarında Otobid hizmetinin verilmesinin yanı sıra, çok sayıda araç mekanik noktasının AUTOKING/Otobid hizmet ağına katılım sağlamak için SAHİBİNDEN'e başvuruda bulunduğunun öngörüldüğü,
- Bir platformun, hem tüketiciyi satışa teşvik edecek yükseklikte hem de kendisine sürdürülebilir kârlılık fırsatı sağlayacak düşüklükte teklif sunma kabiliyetine sahip olması gerektiği, bu dengenin sağlanmasının ikinci el piyasasındaki güncel fiyatlara (özellikle enflasyonist ortamda neredeyse gerçek zamanlı) erişim sahibi olmakla mümkün olduğu, ikinci el araç satış pazarındaki verilerin

tamamına gerçek zamanlı erişim kabiliyetinin sadece SAHİBİNDEN’de bulunduğu,

- SAHİBİNDEN’in galeriler ve yetkili bayiler tarafından yoğun bir şekilde kullanıldığı, bu kitleyle var olan mevcut ilişkilerinin SAHİBİNDEN’e S-ATS kapsamında yürütülen ihalelerdeki alıcı katılımını artırmak bakımından avantaj sağladığı,
- Kurumsal satıcılar bakımından çevrim içi ilan listeleme alanında zaten oldukça güçlü konumda olan SAHİBİNDEN’in S-ATS hizmetinin, verilen indirimler ile de teşvik edilebileceği ve bu teşviklerin kurumsal satıcıları gerek ilan listeleme gerekse de e-ihale hizmetleri bakımından tamamıyla SAHİBİNDEN platformuna yöneltebileceği,
- SAHİBİNDEN’in sahip olduğu yüksek alıcı sayısı sayesinde rekabetçi ihaleler yürütülmesinin, SAHİBİNDEN platformundaki araçların ihale açılış fiyatının diğer platformlara göre daha yüksek olmasının önünü açtığı, bunun da bireysel kullanıcının Otobid’i tercih etmesini beraberinde getirdiği,
- Araç satış ihalelerine katılan oto galeri sayısının, ihaledeki fiyat rekabetini ve dolayısıyla araç satış bedelini doğrudan etkilediği, SAHİBİNDEN’in hâlihazırda oto galerilerin neredeyse tamamı ile ticari ilişkisi bulunduğu, bu ilişkiyi kullanarak oto galerilerin S-ATS’ye dâhil edilmesi sayesinde yapılan ihalelere daha fazla katılım ve daha yüksek satış fiyatı gerçekleşmesi beklendiği,
- SAHİBİNDEN’in ikinci el araçlar için ilk teklif verme hakkı ve araç alım tekliflerinde daha yüksek fiyat verebilme üstünlüklerinin, rakipler için maliyetlerin yükselmesine ve rekabet gücünün esaslı bir şekilde düşmesine sebep olduğu,
- SAHİBİNDEN’in ilgili mevzuat uyarınca yürütmekle yükümlü olduğu (güvenli) ödeme sürecini bir üstünlük ve fazladan sunulan bir hak olarak göstererek tüketicinin bilgi eksikliğinden faydalanmayı hedeflediği,
- SAHİBİNDEN’in
 - Otobid hizmeti kapsamında oto galerilerin (kurumsal alıcıların) katıldığı ihale yönteminin bir aracın satışındaki en iyi (yüksek) teklifi vereceğini iddia ederek,
 - Otobid araç ihalelerinin yüksek rekabete konu olduğu ve araç satış fiyatının, ihale başlangıç fiyatının oldukça üzerinde gerçekleştiği yönünde bir algı oluşturarak,
 - Otobid.com’a girilen gün aracın açık artırmaya çıkarılacağı vaadiyle,
 - Sonuç vermeme ya da tüketicuyu memnun etmeyen sonuç verme ihtimali yüksek olan Otobid hizmetini, aracını satmak isteyen bir tüketicinin tüm kaygılarını giderecek nitelikte göstererek tüketicuyu aldatmaya çalıştığı,
- Avrupa Birliği Dışlayıcı İhlallere İlişkin Kılavuz Taslağı uyarınca, SAHİBİNDEN’in Otobid’i kayırmaya yönelik davranışlarının rekabet ihlali olarak nitelendirilmesi gerektiği,
- Soruşturma süresince ilgili pazardaki rekabetin korunması maksadıyla geçici tedbir uygulanarak
 - “Sahibinden.com” veya herhangi bir türev sitede (otobid.sahibinden.com gibi) bu hizmetin verilmesinin önüne geçilmesi,
 - SAHİBİNDEN’in üyelerine sunduğu hizmetlerin Otobid ile ilişkilendirilmesinin engellenmesi,

- Herhangi bir reklam ya da tanıtımda Otobid'in SAHİBİNDEN ile ilişkilendirilmesinin önüne geçilmesi,
- SAHİBİNDEN ilan platformunda Otobid hizmetine yönelik tanıtım ve yönlendirmelerin engellenmesi ile
- Çevrim içi ilan listeleme hizmetleri yoluyla elde ettiği kullanıcı ve ilan bilgileri/verileri dâhil tüm bilgilerin/verilerin çevrim içi ikinci el araç bireysel kullanıcılardan alım hizmeti kapsamında kullanılmasının engellenmesi

gerektiği
ifade edilmiştir.

- (4) **G. DOSYA EVRELERİ:** Kurum kayıtlarına 15.11.2024 tarih ve 59025 sayı ile intikal eden gizlilik talepli başvuruya ilişkin olarak hazırlanan 27.11.2024 tarihli ve 2024-1-077/İİ sayılı İlk İnceleme Raporu, Kurulun 28.11.2024 tarihli toplantısında görüşülmüş ve 24-50/1142-M sayı ile SAHİBİNDEN'in, çevrim içi ikinci el araç alım satım hizmetleri pazarında kullanıma sunmuş olduğu hizmetlerini rakiplerin aleyhine olacak şekilde kayırmak ve çevrim içi ikinci el araç alım satım pazarında kullanıma sunmuş olduğu hizmetleri ile www.sahibinden.com üzerinden sunduğu kurumsal/bireysel üyelerin araç satış faaliyetlerine yönelik çevrim içi platform hizmetlerini (çevrim içi ilan listeleme hizmetleri) birbirine bağlamak suretiyle hâkim durumunu kötüye kullanarak 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesini ihlal ettiği iddiasıyla ilgili olarak soruşturma açılmasına gerek olup olmadığının tespiti amacıyla aynı Kanun'un 40. maddesinin birinci fıkrası uyarınca önaraştırma yapılmasına karar verilmiştir. Önaraştırma kararını takiben, 03.12.2024 tarih ve 59690 sayı ile ilave bir gizlilik talepli başvuru Kurum kayıtlarına intikal etmiştir.
- (5) Anılan Kurul kararına istinaden Başkanlık Makamının 06.12.2024 tarihli ve 101925 sayılı Oluru uyarınca başlatılan önaraştırma kapsamında; 12.12.2024 tarihinde SAHİBİNDEN'de yerinde inceleme gerçekleştirilmiştir. Yerinde inceleme sırasında ayrıca SAHİBİNDEN'den bilgi ve belge talebinde de bulunulmuş olup SAHİBİNDEN tarafından gönderilen cevabi yazı 27.12.2024 tarih ve 60740 sayı ile Kurum kayıtlarına intikal etmiştir.
- (6) Ayrıca dosya kapsamında başta şikâyetçiler, SAHİBİNDEN ve SAHİBİNDEN'in diğer rakipleri olmak üzere birçok teşebbüsten bilgi talep edilmiştir. Bu çerçevede;
- Birleşik İkinci El Otomotiv Hizmetleri AŞ'den (OTOCASH) 16.12.2024 tarihli ve 102681 sayılı,
 - Vava Cars Turkey Otomotiv AŞ'den (VAVACARS) 16.12.2024 tarihli ve 102680 sayılı,
 - Letgo Mobil İnternet Servisleri ve Ticaret AŞ'den (LETGO) 16.12.2024 tarihli ve 102679 sayılı,
 - Araba Sepeti Otomotiv Bilişim Danışmanlık Hizmetleri Sanayi ve Ticaret AŞ'den (KAVAK) 16.12.2024 tarihli ve 102678 sayılı,
 - Otokoç Otomotiv AŞ'den (OTOKOÇ) 16.12.2024 tarihli ve 102677 sayılı,
 - Otonet Motorlu Taşıtlar AŞ'den (OTONET) 16.12.2024 tarihli ve 102676 sayılı,
 - Arabam Com İnternet ve Bilgi Hizmetleri AŞ (ARABAMCOM), ALJ Motorlu Araçlar AŞ (OTOSHOPS), Borusan Oto Değerlendirme Pazarlama ve Hizmet AŞ (BORUSAN), Çelik Motor Ticaret AŞ (İKİNCİYENİ), Autorola Motorlu Araçlar Açık Artırma Ticaret AŞ (AUTOROLA) ile Müzayede Com Bilişim Hizmetleri ve Müzayedicilik AŞ'den (MÜZAYEDE) 17.12.2024 tarihli ve 102733 sayılı,

- SAHİBİNDEN'den 27.12.2024 tarihli ve 103609 sayılı, 06.01.2025 tarihli ve 104044 sayılı

yazılar ile bilgi ve belge taleplerinde bulunulmuştur.

(7) Teşebbüslerden talep edilen bilgi ve belgelere istinaden gönderilen cevaplar;

- KAVAK tarafından 20.12.2024 tarih ve 60485 sayı,
- ARABAMCOM tarafından 25.12.2024 tarih ve 60616 sayı, 06.01.2025 tarih ve 61078 sayı,
- OTOCASH tarafından 26.12.2024 tarih ve 60698 sayı, 30.12.2024 tarih ve 60830 sayı,
- OTOSHOPS tarafından 26.12.2024 tarih ve 60708 sayı, 26.12.2024 tarih ve 60711 sayı, 08.01.2025 tarih ve 61151 sayı,
- BORUSAN tarafından 27.12.2024 tarih ve 60782 sayı, 06.01.2025 tarih ve 61076 sayı, 06.01.2025 tarih ve 61079 sayı,
- AUTOROLA tarafından 27.12.2024 tarih ve 60795 sayı,
- VAVACARS tarafından 27.12.2024 tarih ve 60802 sayı, 03.01.2025 tarih ve 61008 sayı, 06.01.2025 tarih ve 61074 sayı, 06.01.2025 tarih ve 61077 sayı,
- OTONET tarafından 30.12.2024 tarih ve 60831 sayı,
- İKİNCİYENİ tarafından 30.12.2024 tarih ve 60832 sayı,
- OTOKOÇ tarafından 30.12.2024 tarih ve 60808 sayı, 30.12.2024 tarih ve 60852 sayı, 02.01.2025 tarih ve 60940 sayı ve 02.01.2025 tarih ve 60941 sayı, 07.01.2025 tarih ve 61119 sayı,
- LETGO tarafından 06.01.2025 tarih ve 61046 sayı, 09.01.2025 tarih ve 61232 sayı ve 10.01.2025 tarih ve 61257 sayı,
- SAHİBİNDEN tarafından 06.01.2025 tarih ve 61075 sayı, 06.01.2025 tarih ve 61080 sayı, 08.01.2025 tarih ve 61152 sayı, 09.01.2025 tarih ve 61229 sayı, 09.01.2025 tarih ve 61230 sayı, 09.01.2025 tarih ve 61231 sayı,
- MÜZAYEDE tarafından 07.01.2025 tarih ve 61094 sayı

ile Kurum kayıtlarına iletilmiştir.

(8) Öneraştırma sürecinde hazırlanan 10.01.2025 tarihli ve 24-1-077/ÖA sayılı Öneraştırma Raporu, Kurulun 16.01.2025 tarihli toplantısında görüşülmüş olup başvurularda yer alan SAHİBİNDEN'in kurumsal üyelerin vasıta satış faaliyetlerine yönelik çevrim içi platform hizmeti ve bireysel üyelerin vasıta satış faaliyetlerine yönelik çevrim içi platform hizmeti ile Otobid hizmetinin bağlanması ve tüketiciler nezdinde sömürücü etkiler yaratılmak suretiyle rekabetin kısıtlandığı iddiasına ilişkin olarak 16.01.2025 tarihli ve 25-02/47-28 sayılı karar tesis edilmiştir.

(9) **H. RAPORTÖR GÖRÜŞÜ:** İlgili Rapor'da, başvurularda yer alan SAHİBİNDEN'in kurumsal üyelerin vasıta satış faaliyetlerine yönelik çevrim içi platform hizmeti ve bireysel üyelerin vasıta satış faaliyetlerine yönelik çevrim içi platform hizmeti ile Otobid hizmetinin bağlanması ve tüketiciler nezdinde sömürücü etkiler yaratılmak suretiyle rekabetin kısıtlandığı iddiasına ilişkin olarak özetle; SAHİBİNDEN'in 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesini ihlal ettiğine ilişkin herhangi bir bulguya veya belgeye ulaşılmadığı, bu nedenle aynı Kanun'un 41. maddesi gereğince SAHİBİNDEN hakkında soruşturma açılmasına yer olmadığı ifade edilmiştir.

I. YAPILAN İNCELEME VE TESPİTLER

I.1. SAHİBİNDEN Hakkında Bilgi

- (10) 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. Teşebbüs başta emlak ve vasıta kategorileri olmak üzere; iş makineleri ve sanayi, ustalar ve hizmetler, özel ders verenler, iş ilanları, yardımcı arayanlar ve hayvanlar âlemi ile yedek parça, aksesuar, donanım ve tuning, ikinci el ve sıfır alışveriş olarak adlandırılan toplamda 10 farklı kategorideki ilanlara mecra sağlamaktadır.
- (11) SAHİBİNDEN'in çalışma şekli, internet sitesi üzerinden ürünlerini satmak isteyen satıcılarla bu ürünleri satın almak isteyen alıcıları karşılaştırmaktan ibaret olup, alıcılar bakımından siteye üyelik ücretsiz iken; satıcılar bakımından satıcının kimliğine (ürünün sahibi, emlakçı, oto galeri vb.) göre değişen ücret tarifesine uygulanmaktadır. Teşebbüse ait internet sitesinde; satılan ürünün fotoğrafları ve özellikleri, ürüne ilişkin kullanıcı yorumları, satıcının iletişim bilgileri gibi bilgiler yer almakta, alıcılar satın almak istedikleri ürün için doğrudan satıcı ile irtibat kurmakta ve satış gerçekleştirilmektedir.
- (12) SAHİBİNDEN uzun yıllardır faaliyet gösterdiği ilan listeleme alanına ilave olarak 2023 yılının Mart ayı itibarıyla S-ATS isimli hizmetini kullanıma sunmuştur. Bu hizmet kapsamında düzenlenen e-ihalelerde araçlarını satmak isteyen kurumsal satıcılar ve araç almak isteyen kurumsal alıcılar SAHİBİNDEN platformunda bir araya gelmektedir. Aynı yılın Kasım ayında ise SAHİBİNDEN Otobid isimli, elektronik ticaret ortamında bireysel kullanıcıların (araç/vasıta sahipleri) vasıtalarının açık artırma yöntemi ile kurumsal kullanıcılara (oto galericiler) doğrudan satışını sağlayan bir platform içi uygulamayı kullanıma sunmuştur.

I.2. Yerinde İncelemede Elde Edilen Belgeler²

- (13) Öneri araştırma kapsamında SAHİBİNDEN'de gerçekleştirilen yerinde inceleme sırasında elde edilen ve mevcut karara konu olan iddialar bakımından önem arz eden belgelerin ilgili kısımlarına aşağıda yer verilmektedir.
- (14) **Bulgu-3:** SAHİBİNDEN Ürün Geliştirme ve Yönetimi Genel Müdür Yardımcısı (.....)'in bilgisayarında bulunan "(.....)" isimli belgede³ aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

"(...)

- Genel olarak tüm süreç, ekran ve kurgular B2B ile aynıdır; ancak C2B kapsamında bireysel satıcı araçtan vazgeçerse "cayma bedeli" yansıtılacaktır, bu nedenle değişen yerler aşağıda belirtilmiştir: Satıcı, "Devir & Teslimat" aşaması öncesine kadar vazgeçebilir; bu aşamaya geldiğinde artık vazgeçme opsiyonu aktif olmaz.
- 11 Temmuz toplantı notu: "satıcı vazgeçti" kurgusunda cayma bedelinin sadece kullanıcıların aracı "ihalede veya sonraki statülerde" ise alınmasına karar verilmiş. Yazdığımız kodu buna göre güncelleyeceğiz. Kullanıcılar önceki statülerde de yine vazgeçebilecek ancak cayma bedeli alınmayacak.

"(...)"

² Belgelerin numaralandırılmasında Öneri araştırma Raporu'ndaki belge numaraları esas alınmıştır. Belgelere yazım hataları ve orijinal içerikleri korunarak yer verilmiştir.

³ Söz konusu belgede yer alan ifadeler orijinal belgedeki haliyle anlaşılmadığı için, öneri araştırma sürecinde taraftan bu hususla ilgili ek açıklama talep edilmiş ve ifadeler bu açıklamalar ışığında düzenlenerek karara aktarılmıştır.

- (15) **Bulgu-5:** Otobid ve S-ATS Genel Müdürü (.....)'na, Pazarlama Genel Müdürü (.....)'a, Ürün Geliştirme ve Yönetimi Genel Müdür Yardımcısı (.....)'e, SAHİBİNDEN çalışanları (.....), (.....), (.....), (.....) ve (.....)'a 24.10.2023 tarihinde Mevzuat ve Rekabet Uyum Başkanı (.....) tarafından gönderilen “(.....)” konulu e-postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

“(....)

- İhalede araç almak veya aracını satmak isteyenler bunu mevcut Sahibinden hesaplarını kullanarak yapabilir.
- Mevcutta Sahibinden hesabı olmayanlar ise bu hizmetten faydalanmak için ayrıca hesap açabilir; bu zaten alıcı ve satıcı bilgilerini alabilmemiz (hatta E-Ticaret Kanunu gereği doğrulayabilmemiz için) için zaten her durumda bir gereklilik.
- C2B’de de aynı mantığı devam ettirmek gerekirse, mevcut durumda Sahibinden hesabına sahip olmayan, ilan yayınlamamış olan, yine de aracını bizim ihalemizde satışa çıkarmak isteyen bireysel satıcılar olabilir; bunlar da hesap açarak ihalede araçlarını satabilir. (.....) ile konuşmamızdan bu şekilde kurgulandığını anlıyoruz.
- Burada rekabet hukuku açısından hassasiyet doğmaması için, ihaleye katılımın “ilan yayınlama”ya bağlanmaması veya “ilan yayınlama”nın ihaleye katılımın bir önkoşulu olmaması gerekiyor. Bu olsa idi, Sahibinden’in bireysel ilan yayınlama hizmeti bakımından mevcut yüksek pazar gücünü besleyen bir aksiyon olup olmadığı, rekabet hukuku anlamında risk yaratma potansiyeli olan bir bağlama olup olmadığı tartışması doğabilirdi. Böyle bir şart veya önkoşul olmadığını, “ilan yayınlamasın bireylerin gerekli aşamalardan geçerek (ekspertiz, fiyat v.b.) ihalede aracını satışa çıkarabileceğini” belirledik; dolayısıyla ihaleye katılımı ilan yayınlamadan bağımsız tuttuk.

(...)”

- (16) **Bulgu-12:** ATS Operasyon Direktörü (.....) tarafından 11.11.2024 tarihinde SAHİBİNDEN çalışanı (.....)'a gönderilen “(.....)” başlıklı e-postada yer alan “(.....)” isimli belgede aşağıdaki hususlar yer almaktadır:

“(....)

- 2. Otobid Hizmet Noktaları: Otobid kurumsal kimliğine göre dizayn edilmiş Otobid Hizmet Noktaları’nda Sahibinden yetkili personeli tarafından müşteriler karşılanmakta ve ağırlanmaktadır. Otobid Hizmet Noktaları’na getirilen araçlara Autoking Ekspertiz uzmanları tarafından ekspertiz yapılmaktadır.
- 3. İşbu Sözleşme’nin konusu; Taraflarca mutabık kalınan Autoking şube veya bayilerinin fiziksel mağazalarında Otobid Hizmet Noktaları’nın oluşturulması ve aracını satmak isteyen Sahibinden müşterilerinin araçlarını Otobid Hizmet Noktaları’na getirmesi üzerine Otobid Hizmeti verilmesidir. Taraflarca mutabık kalınarak Ek-1’de belirtilenler ile zaman içinde işbu Sözleşme kapsamına dahil edilecek olan Autoking Ekspertiz şubeleri ve bayileri (“Ekspertiz Merkezi”) tarafından Sahibinden’in yönlendirdiği müşterilere (“Müşteri”) İkinci El Motorlu Kara Taşıtlarının Ticareti Hakkında Yönetmelik standartları (“Standartlar”) ile tam uyum içinde Otobid Hizmeti kapsamında ekspertiz hizmeti verilmesi hususunda işbirliği (“İşbirliği”) yapılmaktadır. İşbirliği kapsamındaki Taraflar’ın hak ve yükümlülükleri işbu Sözleşme ile düzenlenmektedir.
- 3. İşbu Sözleşme ve bu Sözleşme’ye atıfta bulunarak imzalanacak diğer sözleşmelerin şartları ve yükümlülükleri, mevcutta var olan ve ileride açılacak Autoking Ekspertiz şubeleri ve bayileri için de geçerli ve bağlayıcı olacaktır. Bu amaçla Autoking Ekspertiz, tüm şube ve bayilerine kapsamlı bilgilendirmeler yaparak, gerekli aksiyonları alacaktır.
- 4.4. Autoking Ekspertiz, Sahibinden Müşterileri dışındaki ekspertiz yaptırmak isteyenlere de ekspertiz hizmeti verecek, ancak Otobid randevularını

önceliklendirerek ekspertiz randevuları oluşturacaktır. Müşteri'ye ilişkin bilgiler (Müşteri'nin kimlik, adres, iletişim bilgileri ve benzeri) Randevu Sistemi'ne önceden doğru ve eksiksiz olarak kaydedilecek, "Standartlar"a uygun şekilde ekspertiz yapacaktır. Randevu Sistemi ile entegrasyon sağlanana kadar randevu oluşturma yetkisi verdiği çalışanlarının bilgilerini Sahibinden Autoking Ekspertiz'e iletecek, Autoking Ekspertiz kendi randevu sistemine uzaktan erişimini sağlayacak kullanıcı tanımlamalarını yaparak Sahibinden'e bildirecektir.

- 4.5. Sahibinden'in her aşamada Randevu Sistemi'ne erişim hakkı olacak ve Randevu Sistemi'ne kaydedilen her türlü bilgi Sahibinden tarafından kontrol edilebilecektir.
- 5.8 Autoking Ekspertiz; işbu Sözleşme süresince Sahibinden'in Otobid Hizmeti ile aynı/benzer hizmet veren/verebilecek kuruluşlara ekspertiz hizmeti verebilecek, ancak bu kuruluşlara şube ve bayilerinde Otobid benzeri bir hizmet için fiziksel lokasyon sağlamayacak, bu kuruluşların personelini Autoking Ekspertiz şube veya bayilerinde fiziksel olarak bulundurmuyacak, bu kuruluşlara ait "Tanıtıcı İşaretler"i Autoking Ekspertiz şube veya bayilerinde kullanmayacaktır. Sadece işbu Sözleşme'nin imza tarihinde halihazırda Sahibinden'in Otobid Hizmeti ile aynı/benzer hizmet veren kuruluşların "Tanıtıcı İşaretler"inin kullanıldığı Ek-1'de yer alan Ekspertiz Merkezleri; mevcut kuruluşların "Tanıtıcı İşaretler"ini kullanmaya devam edebilecektir. Ancak işbu Sözleşme imzalandıktan sonraki süreç içinde Otobid hizmetine fiziksel lokasyonlar sağlamak için Tarafların mutabık kalacağı yeni Ekspertiz Merkezleri belirlenirse; belirlenen yeni Ekspertiz Merkezleri sadece Sahibinden'in "Tanıtıcı İşaretler"inin kullanabilecek, Otobid ile aynı/benzer hizmet veren/verebilecek kuruluşların "Tanıtıcı İşaretler"ini kullanmayacaktır.

(...)"

- (17) **Bulgu-14:** Otobid ve S-ATS Genel Müdürü (.....)'na, SAHİBİNDEN çalışanları (.....)'ya ve (.....)'a 09.12.2024 tarihinde SAHİBİNDEN çalışanı (.....) tarafından gönderilen "(.....)" konulu e-postada aşağıdaki hususlar yer almaktadır:

"(...)"

- Bu konuda HSBC ve Garanti tarafı ile iletişime geçtik destek olabilmek adına. Ancak herhangi bir müdahalede bulunamıyoruz. Provizyon süreleri bankalarda değişiklik göstermekte, süre sonunda çözümleri gerçekleşmekte. Burada harcamaya dönüştüğü noktada bir şikayet oluşabilir ve anında iadesini gerçekleştiririz ancak bu aşamada müdahil olamıyoruz.
- Kullanıcı Otobid sürecine girdiği için mağdur olmamalı, bankadan kaynaklanıyor diyerek geçebileceğimiz bir konu değil malesef. Provizyon iade edilince veya edildiyse; yaşanan durum tamamen banka ile ilgili diye belirterek yine de kullanıcıya yaşadığı deneyimden dolayı bir fayda düşünelim. @(.).
- Burada bireysel kullanıcının bankası ile işlemi olarak anlıyorum. Dolayısıyla müdahil olmamız zor ancak banka bilgisi varsa provizyon sürecin nasıl işlediğini öğrenmek adına iletişime geçebiliriz.

(...)"

I.3. SAHİBİNDEN Hakkındaki Geçmiş Tarihli Kurul Kararları

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

- (18) 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 2014 yılının Ağustos ayında sunulan hizmetin kapsamının değişmesi nedeniyle fiyat değişikliğine gidildiği, 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

- (19) Kurulun 04.05.2017 tarihli ve 17-15/175-87 sayılı kararında Hürriyet Emlak'ın⁴ çevrim içi gayrimenkul ilanlarındaki hâkim durumunu aşırı fiyat uygulamak suretiyle kötüye kullandığı ve SAHİBİNDEN ve Hürriyet Emlak'ın uyumlu eylem içinde bulundukları iddiası 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 bulundukları 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)

- (20) 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 bulunduğu, SAHİBİNDEN'in bu pazarlarda aşırı fiyatlama yoluyla 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesi çerçevesinde hâkim durumunu kötüye kullandığına ve bu 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. İptal 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 dönemleri inceleyen 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.

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

- (21) 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 emlakçıların 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 dolayısıyla teşebbüse idari para cezası uygulanmasına gerek olmadığına hükmedilmiştir.

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

⁴ Hürriyet Emlak, 2021 yılının Mayıs ayından itibaren faaliyetlerine HEPSİ EMLAK olarak devam etmektedir.

- (22) 2018-2020 dönemine ilişkin olarak yürütülen soruşturma sonucunda alınan 05.08.2021 tarihli ve 21-37/540-263 sayılı karar kapsamında 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 emlakçıların 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 fiyatlandırma yoluyla 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesini ihlal etmediğine ve dolayısıyla teşebbüse idari para cezası uygulanmasına gerek olmadığına karar vermiştir.

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

- (23) 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 iddiaları incelenmiştir.
- (24) İddialara ilişkin olarak yürütülen önaraştırma sonucunda, dosya konusu entegrasyon işleminin zararlarının (rekabete aykırı etkileri) faydalarına (rekabetçi etkilerine) ağır bastığı ancak entegrasyon ile oluşması beklenen faydaların rekabeti daha az sınırlayıcı yollardan elde edilmesi, diğer deyişle rekabete aykırı etkilerin daha orantılı bir yoldan giderilmesinin imkân dahilinde olduğu ve karar anındaki pazar şartları altında, başvuruda belirtilen şekilde bir entegrasyon aracılığıyla birlikte işlerlik yükümlülüğünün getirilmesinin orantısız olacağı değerlendirilmiştir. İlâveten şikâyetçi REOS Bilişim Teknolojileri AŞ'nin (REOS) entegrasyon talebinin alt pazar olarak kabul edilebilecek toplu listeleme hizmetlerinde rekabet etmek için ya da MLS sisteminin kurulması için vazgeçilmez olmadığı, öyle olmasa dahi, entegrasyon talebinin reddinin haklı gerekçeye dayandığı, dolayısıyla MLS sistemi için SAHİBİNDEN'in REOS'a entegrasyon sağlamasının şart olduğu iddiasının yerinde olmadığı tespiti yapılmıştır. Bunun yanı sıra, Intengo Gayrimenkul Teknolojileri AŞ ile şikâyetçi REOS'un eşit konumda alıcılar olmadıkları sonucuna da ulaşıldığından SAHİBİNDEN'in bir ayrımcılık uygulamasında bulunduğundan bahsedilemeyeceği değerlendirilmiştir. Sonuç olarak, 4054 sayılı Kanun'un 41. maddesi uyarınca şikâyetin reddi ile soruşturma açılmamasına karar verilmiştir.

13.07.2023 Tarihli ve 23-31/604-204 Sayılı Kurul Kararı

- (25) Kurulun 30.06.2022 tarihli ve 22-29/469-M sayılı kararıyla, SAHİBİNDEN'in 2022 yılında yeni uygulamaya başlamış olduğu ek ücret politikasına yönelik olarak yürütülen önaraştırma sonucunda SAHİBİNDEN'in emlak ve vasıta satış hizmetlerine yönelik çevrim içi platform hizmeti pazarlarında sahip olduğu hâkim durumunu aşırı fiyat uygulamak suretiyle kötüye kullandığı iddiasını incelemek üzere soruşturma açılmasına karar verilmiştir. Yürütülen soruşturma sonucunda, Kurulun 13.07.2023 tarihli toplantısında 23-31/604-204 sayı ile
- SAHİBİNDEN'in, "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,

- Bununla birlikte SAHİBİNDEN'in 2020-2022 döneminde anılan pazarlarda aşırı fiyatlandırma yoluyla 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesi hükmünü ihlal etmediğine, dolayısıyla teşebbüse idari para cezası uygulanmasına gerek olmadığına

karar verilmiştir.

17.08.2023 Tarihli ve 23-39/754-263 Sayılı Kurul Kararı (Veri Taşınabilirliği Kararı)

- (26) Yukarıda ayrıntılarına yer verilen Kurulun 30.09.2021 tarihli ve 21-46/655-325 sayılı kararıyla, REOS tarafından SAHİBİNDEN hakkında yapılan şikâyet sonucunda soruşturma açılmamasına karar verilmiştir. 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 verilmiş ve söz konusu endişelere yönelik iddialar Kurulun 17.08.2023 tarihli ve 23-39/754-263 sayılı kararında incelenmiştir.
- (27) Yürütülen soruşturma kapsamında kurumsal üyelerin emlak satış/kiralama faaliyetlerine ve kurumsal üyelerin vasıta satış faaliyetlerine yönelik çevrim içi platform hizmetleri pazarlarında hâkim durumda olduğu tespit edilen SAHİBİNDEN'in kurumsal üyelerinin veri taşımalarını engellemek suretiyle üyelerin birden fazla platform kullanmalarını güçleştirdiği, bu yolla ve rekabet etmeme yükümlülüğü ile fiili/sözleşmesel münhasırlık uyguladığı ve rakiplerin faaliyetlerini zorlaştırdığı, dolayısıyla hâkim durumunu kötüye kullanarak 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesini ihlal ettiği tespit edilmiş ve idari para cezası uygulanmasına karar verilmiştir.
- (28) Ek olarak; dosya kapsamında 4054 sayılı Kanun'un 9. maddesinin birinci fıkrası uyarınca ihlali sonlandırmak ve pazardaki etkin rekabetin tesis edilmesini temin etmek için SAHİBİNDEN'e;
- Gerekçeli kararın tebliğinden itibaren 3 (üç) aylık süre içerisinde yerine getirmek ve Kuruma tevsik etmek üzere; SAHİBİNDEN ile kurumsal üyeler arasında imzalanan sözleşmenin ihlal konusu hükümleri içermeyecek şekilde yeniden düzenlenmesi,
 - Gerekçeli kararın tebliğinden itibaren 2 (iki) aylık süre içerisinde yerine getirmek ve kendisine tanınan sürenin en geç bir ay öncesinde hazırladığı uyum tedbirlerini Kuruma sunmak üzere, kurumsal üyelerin SAHİBİNDEN platformuna girdikleri emlak ve vasıta ilan verilerini rakip platformlara etkin şekilde taşıyabilmelerini ve bu ilanların içerdiği verileri güncel tutabilmelerini sağlayacak altyapıyı herhangi bir bedel talep etmeksizin kurması,
 - Rakip platformlarda üyeliği bulunan kurumsal üyelerin, bu platformlardaki emlak ve vasıta ilan verilerini SAHİBİNDEN platformuna taşıması ve ilanların içerdiği verileri SAHİBİNDEN platformunda güncel tutabilmesi için talepte bulunması ve rakip platformların da bu talebi kabul etmesi halinde; SAHİBİNDEN'in, üyelerin verilerini taşıyabilmelerini ve güncel tutabilmelerini sağlayacak altyapıyı herhangi bir gecikmeye mahal vermeksizin makul olan en kısa sürede ve herhangi bir bedel talep etmeksizin kurarak rakip platformlardan gelecek taleplerin kesintisiz ve etkin bir şekilde karşılanmasını sağlaması,

- SAHİBİNDEN'in, yukarıdaki hususların Kurul kararı doğrultusunda yerine getirilip getirilmediğinin tespit edilmesini teminen süreci, başlangıcında ve sonunda Kuruma tevsik etmesi,
- SAHİBİNDEN'in ilk uyum tedbirinin uygulanmaya başlamasından itibaren 3 (üç) yıllık süre boyunca ve yılda bir periyodik olarak Kuruma rapor sunması

yükümlülüklerinin getirilmesine karar verilmiştir.

07.12.2023 Tarihli ve 23-56/1114-396 Sayılı Kurul Kararı

- (29) Kurulun 07.12.2023 tarihli ve 23-56/1114-396 sayılı kararında SAHİBİNDEN'in çevrim içi ilan listeleme hizmetleri pazarındaki hâkim durumuna katkı sağlayan (i) yüksek kullanıcı sayısı, (ii) yüksek çevrim içi trafik, (iii) yüksek ilan sayısı ve (iv) geniş galeri ağı ve buna bağlı elde ettiği üye ilişkileri ve veri gücünden faydalanarak çevrim içi ikinci el araç alım satım pazarındaki konumunu güçlendirmesi ve rakiplerini dışlaması iddiası ele alınmıştır. Yürütülen önaraştırma sonucunda SAHİBİNDEN'in vasıta satış faaliyetlerine yönelik çevrim içi platform hizmetleri pazarında sahip olduğu gücü çevrim içi ikinci el araç alım satım hizmetleri pazarına aktardığına yönelik herhangi bir gösterge bulunmadığı, çevrim içi ikinci el araç alım satım hizmetleri pazarının genel olarak rekabetçi bir yapıya sahip olduğu değerlendirilmiştir. Sonuç olarak, 4054 sayılı Kanun'un 41. maddesi uyarınca şikâyetin reddi ile soruşturma açılmamasına karar verilmiştir.

I.4. Sektöre İlişkin Yasal Düzenlemeler

7416 Sayılı Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanunda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun

- (30) Temmuz 2022'de Resmi Gazete'de yayımlanan ve 01.01.2023 tarihi itibarıyla yürürlüğe giren, 7416 sayılı Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanunda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun (7416 sayılı Kanun) ile 6563 sayılı Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun'un (6563 sayılı Kanun) belirli hükümlerinde değişiklikler yapılmış ve elektronik ticaretin önemli aktörlerinden olan çevrim içi aracı hizmet sağlayıcılara uymakla yükümlü oldukları çeşitli sorumluluklar getirilmiştir⁵.
- (31) 7416 sayılı Kanun ile getirilen değişiklikte elektronik ticaret aracı hizmet sağlayıcı (ETAHS), "*elektronik ticaret pazaryerinde elektronik ticaret hizmet sağlayıcıların mal veya hizmetlerinin teminine yönelik sözleşme yapılmasına ya da sipariş verilmesine imkan sağlayan aracı hizmet sağlayıcıyı*" ifade edecek şekilde tanımlanmıştır. Elektronik ticaret hizmet sağlayıcılar (ETHS) ise "*Elektronik ticaret pazar yerinde ya da kendine ait elektronik ticaret ortamında mal veya hizmetlerinin teminine yönelik sözleşme yapan ya da sipariş alan hizmet sağlayıcı*" olarak tanımlanmıştır.
- (32) 6563 sayılı Kanun'da yapılan değişiklikle, Ek Madde 2/1 kapsamında, herhangi bir kriter aranmadan tüm ETAHS'ler için önemli sorumluluklar öngörülmüştür. Bu kapsamda ilgili hüküm uyarınca ETAHS, aracılık hizmeti sunduğu elektronik ticaret pazar yerlerinde kendisinin veya ekonomik bütünlük içinde bulunduğu kişilerin markasını taşıyan ya da marka kullanım hakkını haiz olduğu malları satışa sunamayacak veya bu malların satışına aracılık edemeyecektir. İlâveten bu malların, farklı elektronik ticaret ortamında satışa sunulması halinde bu ortamlar arasında erişim imkânı sunamayacak ve birbirinin tanıtımını yapamayacaktır. İlgili hüküm ile pazarda

⁵ 7416 sayılı Kanun 07.07.2022 tarihli ve 31889 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanmıştır. Bkz. <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2022/07/20220707.pdf>, Erişim Tarihi: 31.12.2024.

bulunan ve güçlü etkiye sahip olan ETAHS'lar tarafından platformları üzerinde kendi markalarını önceleyerek, aynı koşullara sahip olmayan rakipler için rekabette dezavantajlı bir durum yaratılmasının önüne geçilmesi amaçlanmıştır.

- (33) Bununla beraber Ek Madde 2/2 hükmü ile birinci fıkra hükmündeki sorumluluklara ek olarak, bir takvim yılındaki net işlem hacmi 32.950.500.000 Türk lirasının üzerinde olan ETAHS'lerin⁶, satıcılardan ve tüketicilerden elde ettikleri verileri, sadece aracılık hizmeti için kullanması, kendine ait elektronik ticaret ortamları arasında erişim imkânı sunmaması ve bu ortamlarda birbirinin tanıtımını yapmaması öngörülmüştür:

- a) *Elektronik ticaret hizmet sağlayıcı ve alıcıdan elde ettiği verileri, yalnızca aracılık hizmetlerinin sunulması amacıyla kullanır ve aracılık hizmeti sunduğu elektronik ticaret pazar yerleri veya diğer elektronik ticaret ortamlarında elektronik ticaret hizmet sağlayıcılarla rekabet ederken kullanamaz.*
- b) *Net işlem hacmine dâhil edilen elektronik ticaret ortamları hariç olmak üzere, kendine ait elektronik ticaret ortamları arasında erişim imkânı sunamaz ve bu ortamlarda birbirinin tanıtımını yapamaz.*

- (34) 7416 sayılı Kanun'un genel gerekçesinde bu durum aşağıdaki şekilde ifade edilmektedir:

“E-ticaret faaliyetleri incelendiğinde, elektronik ticaret pazar yerleri açısından piyasada bir yoğunlaşma söz konusudur. Yoğun bir reklam sürecini de içeren agresif büyüme stratejileri uygulayarak büyük ölçekli hale gelen elektronik ticaret aracı hizmet sağlayıcılar, sahip oldukları ağ etkileri ve ölçek ekonomilerinden faydalanarak pazardaki konumlarını daha da güçlendirmekte ve pazarlık gücü, tüketici tercihlerini belirleme yeteneği ve hizmet sağlayıcılar üzerindeki kontrol imkanlarıyla elektronik ticaret sektörüne yeni aracı hizmet sağlayıcıların dahil olmasını zorlaştırmaktadır. Ayrıca, söz konusu elektronik ticaret aracı hizmet sağlayıcılar, elektronik ticaret pazar yerleri üzerinden elde ettikleri verileri kullanarak lojistik ve ödeme hizmeti gibi sektörlerde de söz sahibi olmakta ve elektronik ticaret hizmet sağlayıcılar ile tüketicilerin bağımlılığını ve buna bağlı olarak yoğunlaşmayı daha da artırmaktadırlar. Artan bağımlılık, orta-uzun dönemde rekabet ortamının bozulmasına tekelleşmeye ve sonuç olarak fiyatların yükselmesine, sunulan ürünlerin kalite ve çeşitliğinin azalmasına, yatırım ve üretim potansiyelinin gerilemesine, hizmetlerin tekdüze/eşmesine ve inovasyonun azalmasına neden olabilmektedir.”⁷

- (35) Ek Madde 2'nin gerekçesi ise aşağıdaki şekilde ifade edilmektedir:

“Kanuna eklenen ek 2 nci maddeyle ölçek ve kapsam ekonomileri, ağ etkileri, tüketiciler ve elektronik ticaret ortamında faaliyet gösteren hizmet sağlayıcılar için oluşturduğu bağımlılık, veri sahipliği ve veriyi kullanmadaki avantajları, elektronik ticaret ortamlarına gömülü hizmetler gibi faktörler göz önünde bulundurularak net işlem hacimlerine göre elektronik ticaret aracı hizmet sağlayıcıların

⁶ 6563 sayılı Kanun'un geçici 2. maddesinin dördüncü fıkrası gereğince, 6563 sayılı Kanun'un ek 2., ek 3. ve ek 4. maddelerinde belirtilen parasal eşiklerin yarısı oranında artırılmasına dair 6829 sayılı Cumhurbaşkanlığı kararı akabinde eşiklerin yeniden artırılmasına karar verilmiştir. Bkz. <https://ticaret.gov.tr/duyurular/elektronik-ticaretin-duzenlenmesi-hakkinda-kanundaki-parasal-esiklerin-belirlenmesi-hakkinda-duyuru>, Erişim Tarihi: 30.12.2024.

⁷ TBMM Yasama Dönemi: 27, Yasama Yılı:5, Esas Komisyon Raporu Sıra Sayısı: 345, bkz. <https://www.tbmm.gov.tr/tutanaklar/TUTANAK/TBMM/d27/c105/tbmm27105110ss0345.pdf>, Erişim Tarihi: 30.12.2024.

yükümlülükleri belirlenmektedir. Bu kapsamda etkin ve adil rekabet şartlarını korumak, elektronik ticaret hizmet sağlayıcıların elektronik ticaret pazaryerlerine bağımlılığını azaltmak ve elektronik ticaret aracı hizmet sağlayıcıların faaliyetlerinin takibini sağlamak amaçlanmaktadır. Maddenin birinci fıkrasıyla tüm elektronik ticaret aracı hizmet sağlayıcıların uyması gereken yükümlülükler belirlenmektedir. (a) bendiyle, aracılık hizmeti sunduğu elektronik ticaret pazar yerlerinde kendisinin veya ekonomik bütünlük içinde bulunduğu kişilerin markasını taşıyan ya da marka kullanım hakkını haiz olduğu malları satışa sunamayacağı veya kim tarafından satılırsa satılsın bu malların satışına aracılık edemeyeceği, bu malları farklı elektronik ticaret ortamlarında satışa sunması halinde bu ortamlar arasında erişim imkânı sunamayacağı, birbirinin tanıtımını yapamayacağı ve bu hükmün toplam satış hasılatının yarısından fazlasını elektronik ticaret dışındaki satışlardan elde eden kişilerin markasını taşıyan ya da marka kullanım hakkını haiz olduğu mallar hakkında uygulanmayacağı hüküm altına alınmaktadır. (...) aracı hizmet sağlayıcılar aracılık hizmeti sunduğu işletmelerin satışlarından elde ettiği verileri kullanarak kendi mallarını ön plana çıkarmakta ve bu malların satışının diğer işletmelerin aleyhine olacak şekilde artmasına neden olmaktadır. Bu hükümle, elektronik ticaret aracı hizmet sağlayıcıların aracılık hizmeti sunduğu elektronik ticaret hizmet sağlayıcıların satışlarından elde ettiği verileri, yine bu elektronik ticaret hizmet sağlayıcılarla rekabet ederken kendine avantaj sağlayacak şekilde kullanmasının da önüne geçilmesi hedeflenmektedir.⁸

- (36) 29.12.2022 tarihli ve 32058 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanan Elektronik Ticaret Aracı Hizmet Sağlayıcı ve Elektronik Ticaret Hizmet Sağlayıcılar Hakkında Yönetmelik’in (E-Ticaret Yönetmeliği) "İlan Hizmeti" başlıklı 27. maddesinin birinci fıkrası, çok büyük ölçekli ETAHS'lerin mal veya hizmet ilanlarının yayımlandığı elektronik ticaret platformları üzerinden doğrudan satış yapılmasını veya sipariş verilmesini yasaklamaktadır. Bunun yanı sıra mal ve hizmetlerin satışının ETAHS'nin kendisi veya ekonomik bütünlük içinde bulunduğu kişiler tarafından farklı elektronik ortamlarda sağlanması durumunda, bu platformlar arasında geçiş imkânı veya tanıtım yapılması yasaklanmıştır.

Motorlu Kara Taşıtlarının Ticareti Hakkında Yönetmelik

- (37) İkinci el motorlu kara taşıtı ticaretine ilişkin usul ve esaslar, T.C. Ticaret Bakanlığı (Bakanlık) (o dönemki adı ile T.C. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı) tarafından 6585 sayılı Perakende Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun’a dayalı olarak düzenlenmiş ve 13.02.2018 tarihli, 30331 sayılı Resmî Gazete’de yayımlanan İkinci El Motorlu Kara Taşıtlarının Ticareti Hakkında Yönetmelik yürürlüğe girmiştir. Söz konusu Yönetmelik’te 2020, 2022 ve 2023 yıllarında çok sayıda düzenleme yapılmış ve nihayetinde 27.08.2024 tarihli ve 32645 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanan Motorlu Kara Taşıtlarının Ticareti Hakkında Yönetmelik yürürlüğe girmiştir⁹.
- (38) İkinci El Motorlu Kara Taşıtlarının Ticareti Hakkında Yönetmelik, yürürlüğe girdiği 2018 yılından 2020 yılına kadar ikinci el taşıt alım satım işiyle iştigal etmek isteyenler için genel düzenleyici bir yapı sergiliyorken, 2020 yılından itibaren piyasayı, ilanları ve hatta vatandaşların yaptığı alım satım işlemlerini de düzenler hale gelmiştir. 2020 yılında

⁸ Bkz. <https://www5.tbmm.gov.tr/tutanaklar/TUTANAK/TBMM/d27/c105/tbmm27105110ss0345.pdf>, Erişim Tarihi: 30.12.2024.

⁹ Bkz. <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2024/08/20240827-1.htm>, Erişim Tarihi: 30.12.2024.

yapılan değişiklik ile birlikte ikinci el taşıt alım satımında ekspertiz zorunluluğu getirilerek, alım satım sırasında hak ve menfaat zedelenmesine yol açacak durumların giderilmesi maksadıyla radikal bir düzenleme hayata geçirilmiştir. Piyasadaki manipölasyonların ve kayıt dışılığın artması sebebiyle detaylı düzenlemeler içeren değişiklikler devam etmiştir. Bahse konu Yönetmelik'teki en önemli değişikliklerden biri, 2022 yılında yapılmış olup yetkili satıcılardan alınan sıfır kilometre otomobillerin hemen ve daha yüksek bedelle satışının önlenmesi amacıyla ikinci el taşıtların satışı için süre ve kilometre kısıtlaması getirilmiştir.

- (39) 2023 yılında ilgili Yönetmelik'in kapsamı bir kez daha genişletilmiştir. Bu düzenleme ile ikinci el motorlu kara taşıtı ticareti sayılacak eylemlerin sayısı artırılmış, ilan siteleriyle ilgili yeni düzenlemelere de yer verilmiştir. Sahte ilanların ve kişilerin satmaya yetkili olmadığı araçların ilanını vermelerinin önüne geçilmesi amaçlanmıştır.
- (40) Özellikle 2023 yılında gerçek satış bedeli gösterilmeden yapılan satışlarda artış olması, ilan sitelerinin kötüye kullanılarak piyasa oluşturulması, ticari ünvanı olmamasına rağmen bu işi yapan kişiler bulunması ve neticede ikinci el taşıt fiyatlarının sıfır kilometre taşıt fiyatlarının çok üstüne çıkması nedeniyle Yönetmelik'te bir düzenleme yapılmış ve şu madde eklenmiştir: *"İkinci el motorlu kara taşıtlarının üretici veya distribütör tarafından tavsiye edilen güncel satış fiyatının üzerinde bir fiyattan ilan yoluyla pazarlaması 1/1/2024 tarihine kadar yapılamaz."* Ayrıca, *"İkinci el motorlu kara taşıtlarının üretici veya distribütör tarafından tavsiye edilen güncel satış fiyatının üzerinde bir fiyattan ilan yoluyla pazarlanması bu maddenin uygulanması bakımından ikinci el motorlu kara taşıtı ticareti kabul edilir."*
- (41) Son olarak 27.08.2024 tarihinde Resmi Gazete'de yayımlanan Motorlu Kara Taşıtlarının Ticareti Hakkında Yönetmelik ile; gerçek veya tüzel kişi tacirler ile esnaf ve sanatkârların motorlu kara taşıtı ticareti faaliyetleri, motorlu kara taşıtı ticaretiyle iştigal eden gerçek veya tüzel kişilerin yükümlölükleri, ikinci el motorlu kara taşıtı ticareti yetki belgesinin verilmesi, yenilenmesi ve iptaline ilişkin usul ve esaslar, Bilgi Sistemi ve Ödeme Sisteminin kurulması, işletilmesi ve ikinci el motorlu kara taşıtı satışında ödeme sisteminin gerçek ve tüzel kişiler tarafından kullanılması ile ekspertiz raporlarının düzenlenmesine ilişkin usul ve esaslar, motorlu kara taşıtı ihale, ilan ve ön değerlemesine ilişkin ilke, kural ve yükümlölükler, toplu iş yeri ve taşıt pazarlarında aranan şartlar ile Bakanlık, yetkili idare ve diğer ilgili kurum ve kuruluşların motorlu kara taşıtı ticaretine ilişkin görev, yetki ve sorumlulukları belirlenmiştir.
- (42) Bahse konu Yönetmelik'in 5. maddesinde *"Yetki belgesi olmadan ticari faaliyet kapsamında ikinci el motorlu kara taşıtı pazarlama veya satışı yapılamaz. Bir takvim yılı içinde doğrudan veya aracılık yapılmak suretiyle üçten fazla ikinci el motorlu kara taşıtı satışı yapılması halinde, aksi Bakanlıkça tespit edilmedikçe her bir satış ticari faaliyet kabul edilir."* hükmüne yer verilmiştir. Söz konusu maddedeki 'Yetki Belgesi' "Tanımlar" başlıklı 4. madde hükmünün birinci fıkrasının (p) bendinde *"ikinci el motorlu kara taşıtı ticaretiyle iştigal edilebilmesi için işletme adına düzenlenen belge"* olarak tanımlanmıştır. Buna göre, işletmelerin ticari faaliyet kapsamında ikinci el motorlu kara taşıtı pazarlama veya satışı yapabilmeleri için yetki belgesine sahip olmaları zorunlu kılınmıştır. Bir takvim yılı içinde doğrudan veya aracılık yapılmak suretiyle üçten fazla ikinci el motorlu kara taşıtı satışı yapılması halinde, aksi Bakanlıkça tespit edilmedikçe her bir satış ticari faaliyet kabul edilecektir. Yetki Belgesi, bazı durumlarda iptal edilebilecek ve Yönetmelik'in yayımı tarihinden önce düzenlenen yetki belgeleri geçerli olacaktır.

- (43) İlgili Yönetmelik'te ekspertiz yapabilecek işletmeler, ekspertiz yapılması zorunlu araçlar, ekspertiz raporunda bulunması zorunlu bilgiler ile raporu veren işletmelerin sorumlulukları ayrı ayrı düzenlenmiştir. "Ekspertiz raporu" başlıklı 16. madde hükmünün ikinci fıkrasında; *"Ekspertiz raporu, ilgili standarda göre verilen TSE¹⁰ hizmet yeterlilik belgesi bulunan ekspertiz işletmeleri tarafından düzenlenir. Üç nüsha düzenlenen raporun iki nüshası satıcı işletmeye verilir. Rapor, satıcı işletme ile ekspertiz işletmesi tarafından en az beş yıl süreyle saklanır."* ifadesine yer verilmiştir. Aynı madde hükmünün dördüncü fıkrasında ekspertiz raporunda asgari olarak hangi hususların yer alması gerektiği açıklanmıştır. İlgili hususlar *"a) Taşıtın markası, ticari adı, cinsi, tipi, model yılı ve kilometresi, b) Ekspertiz raporunu düzenleyen ticari işletmenin hizmet yeterlilik belgesi ve MERSİS numaraları ile MERSİS'e kayıtlı ticaret unvanı ve işletme adı veya ekspertiz raporunu düzenleyen esnaf ve sanatkâr işletmesinin hizmet yeterlilik belgesi numarası ve ESBİS'e kayıtlı işletme adı ile işletme sahibinin adı, soyadı ve T.C. kimlik numarası veya yabancı kimlik numarası, c) Ekspertiz raporunu alan işletmenin yetki belgesi numarası ile MERSİS numarası, MERSİS'e kayıtlı ticaret unvanı ve işletme adı veya ESBİS'e kayıtlı işletme adı, işletme sahibinin adı, soyadı ve T.C. kimlik numarası veya yabancı kimlik numarası, ç) Ekspertiz raporunu alan işletmenin yetki belgesinin bulunmaması durumunda, yetki belgesinin bulunmadığı hususu, d) TSE'nin ilgili standardı ile belirlenen diğer hususlar."* olarak sıralanmıştır.
- (44) Yönetmelik'te ayrıca başkalarına ait motorlu kara taşıtlarının pazarlama ve satışına yönelik ilanlara elektronik ortam sağlayan platformların uyması gereken kurallar belirlenmiştir. "Tanımlar" başlıklı 4. madde hükmünün birinci fıkrasının (g) bendinde *"ilan platformu"* kavramının; *"Kendine veya başkalarına ait motorlu kara taşıtlarının pazarlama ve satışına yönelik ilanlara elektronik ortam sağlayan gerçek veya tüzel kişiyi"* ifade ettiği belirtilmiştir. Yönetmelik'in 22. maddesinde ise ilan platformunun yükümlülükleri şu şekilde sıralanmıştır.
- "(1) Başkalarına ait motorlu kara taşıtlarının pazarlama ve satışına yönelik ilanlara elektronik ortam sağlayan platformlar aşağıdaki hususlara uymakla yükümlüdür:*
- a) İşletmelerin üyeliğinin veya kaydının yapılmasından ve yenilenmesinden önce Bilgi Sistemi üzerinden yetki belgesi kontrolü yapmak ve yetki belgesine sahip olmayan işletmelerin üyeliğine veya kaydına izin vermemek.*
 - b) Gerçek kişinin adı, soyadı ve T.C. kimlik numarası ya da yabancı kimlik numarası ile telefon numarasını; tüzel kişinin unvanı ve telefon numarasını üyelikten veya ilanın yayımlanmasından önce doğrulamak. Her takvim yılında en az bir defa bu bilgilerin doğruluğunu kontrol etmek, güncellenmesini sağlamak ve bu bilgileri beş yıl süreyle saklamak.*
 - c) İlan veren gerçek kişilerin ad soyad bilgilerinin tam ad ve soyadı veya tam ad ve soyadın/soyadlarının baş harflerini ve varsa tescil edilmiş işletme adını, tüzel kişilerin ise tescil edilmiş unvanını ve varsa işletme adını içerecek şekilde gösterilmesini sağlamak.*
 - ç) İlana konu taşıtın ilan veren kişiye veya ilan verenin gerçek kişi olması halinde birinci ve ikinci derece kan hısımlarına veya eşine ait olduğunu ya*

¹⁰ Türk Standartları Enstitüsü'nü ifade etmektedir.

da ilanı veren kişinin ilana konu taşıt sahibi tarafından yetkilendirildiğini ilanı yayımlamadan önce Bakanlığın elektronik sistemleri üzerinden doğrulamak.

d) İlanlara ilişkin talep ve şikâyetlerin internet tabanlı iletişim yöntemlerinden en az biri ve telefon aracılığıyla iletebilmesi için müşteri hizmetleriyle iletişim imkânı sunmak. Bu talep ve şikâyetlerin etkin şekilde yönetilerek sonuçlandırılmasını sağlamak.

e) Piyasa yapısını bozucu veya tüketiciyi yanıltıcı ilanları önlemeye yönelik tedbirleri almak.”

- (45) Yönetmelik’te ayrıca ihale platformlarının uyması gereken kurallar belirlenmiştir. Motorlu Kara Taşıtlarının Ticareti Hakkında Yönetmelik’in “Tanımlar” başlıklı 4. maddesinin birinci fıkrasının (d) bendinde “İhale platformu”; “Motorlu kara taşıtı ihalesi düzenlenmesine elektronik ortam sağlayan gerçek kişi veya özel hukuk tüzel kişisi” olarak tanımlanmıştır. Yönetmelik’in 23. maddesinde ise ihale platformunun yükümlülükleri şu şekilde sıralanmıştır:

“(1) İhale platformları aşağıdaki hususlara uymakla yükümlüdür:

a) İhalenin şeffaflığını, güvenliğini ve adil rekabet ortamında gerçekleştirilmesini sağlamak için gerekli önlemleri almak.

b) İhaleyi, ihale tarihinden en az iki saat önce ihale platformunda ilan etmek ve bu ilanlarda asgari olarak aşağıdaki bilgi ve belgelere yer vermek:

1) İhalenin başlangıç ve bitiş tarihi ile ihale yöntemi ve kuralları.

2) İhale kapsamında satışa sunulan her bir taşıtın detaylı görseli, markası, ticari adı, cinsi, tipi, model yılı, şasi ve plaka numaraları, yakıt, şanzıman, donanım, kasa, kilometre ve renk bilgileri, taşıtın kaporta aksamındaki boyanan ve değişen parça bilgileri ile satıcının taşıt üzerinde satış ve/veya devri kısıtlayıcı herhangi bir tedbir veya kayıt bulunup bulunmadığına dair beyanı.

3) Alıcının işletme olduğu durumlar hariç olmak üzere, satıcı tarafından ilan tarihinden önceki on gün içinde alınan 16 ncı madde uyarınca düzenlenmiş ekspertiz raporu.

4) İhaleye konu her bir taşıt için belirlenen açılış fiyatı.

5) Bakanlıkça gerekli görülen diğer bilgi ve belgeler.

c) Satıcı ve alıcılarla yazılı şekilde veya elektronik ortamda ihale şartlarının açıkça yer aldığı üyelik sözleşmesi imzalamak. Her bir üye için kişiye özel üye numarası tanımlamak ve ihaleye alıcı veya satıcı olarak yalnızca üyelerin katılmasını sağlamak.

(...)

(2) İhaleye konu taşıtın satıcısı veya ihale platformu tarafından alıcı sıfatıyla ihaleye doğrudan veya dolaylı olarak katılım sağlanamaz ve teklif verilemez.

(3) İhale platformu, ihaleye çıkan taşıtın hedeflenen en düşük satış fiyatı olan rezerv fiyat uygulamasının kullanılması halinde;

a) İhale öncesi rezerv fiyatı kayıt altına alır ve ihale sırasında artmasını engeller.

b) Taşıtın rezerv fiyata ulaşması halinde bu durumun kolaylıkla görülebilir veya okunabilir şekilde taşıtın satışa uygun hale geldiğini belirten bir görsele veya ibareye yer verir.

(4) Belirli zaman dilimi içinde fiyat teklifi verilen ihalelerde, ihale bitiş saatinde verilen en yüksek teklif ile; rezerv fiyat uygulaması kullanılan ihalelerde, rezerv fiyatın altında verilen nihai teklifin satıcı tarafından kabul edilmesi veya ihale bitiş saatinde rezerv fiyatın üzerinde verilen en yüksek teklif ile ihale kesinleşir.

(...)"

(46) Bu kapsamda özetle ihale platformlarının ihalenin şeffaflığını, güvenliğini ve adil rekabet ortamında gerçekleştirilmesini sağlamak için gerekli önlemleri almak, ihaleyi ihale tarihinden en az iki saat önce ihale platformunda ilan etmek ve bu ilanlarda asgari olarak; ihale başlangıç-bitiş tarihi ile ihale yönetimi ve kuralları, satışa sunulan taşıtın detaylı görseli ve bilgileri, alıcının işletme olduğu durumlar haricinde, ilan tarihinden önceki on gün içinde Madde 16'ya göre alınan ekspertiz raporu, açılış fiyatı vb. madde metninde belirtilen yükümlülöklere uyulması gerektiğı ifade edilmiştir.

(47) Ayrıca satıcıları yanıltacak fiyat tekliflerini engellemek ve ön değerleme yapan işletmeler arasında rekabeti bozucu uygulamaların önüne geçmek amacıyla, elektronik ortamda yapılan ön değerlemelerde taşıt sahibine sunulan ilk fiyat teklifi ile nihai teklif arasındaki farkın %5'ten fazla olmaması, verilen teklifin asgari 24 saat geçerli olması ve fiziksel incelemesi yapılan taşıta aynı gün içinde nihai teklif verilmesine yönelik düzenlemeler yapılmıştır. Yönetmelik'in 24. maddesinde internet üzerinden yapılan taşıt ön değerlemesinde uyulması gereken kurallar;

"(1) Elektronik ortamda ikinci el motorlu kara taşıtı ön değerlemesi yapan gerçek veya tüzel kişiler asgari olarak satıcının beyan ettiğı taşıtın marka, ticari ad, cins, tip, kasa, yakıt, şanzıman, donanım, aksesuar, kilometre ve renk bilgileri ile taşıtın arızalı, boyalı ve değişen parça bilgilerini dikkate alarak ön değerleme yapar.

(2)Ön değerleme sonucunda fiyat teklifi verilen ve fiziksel incelemesi tamamlanan taşıtlara aynı gün nihai teklif verilir. Satıcı, nihai teklif verilmeyecek durumlar hakkında ön değerleme aşamasında bilgilendirilir. Bu durumlar dışında nihai teklif verilmesi zorunludur.

(...)

(4) Fiziksel inceleme sonucunda belirlenen ihale açılış fiyatı da nihai teklif kabul edilir.

(5) Ön değerleme sonucunda alt ve üst sınırlar belirtilerek fiyat teklifi verilmesi durumunda, ikinci fıkrada belirtilen yüzde beşlik fark üst sınır üzerinden hesaplanır.

(6) Ön deęerleme sonucunda verilen fiyat teklifi, asgari yirmi dört saat geçerlidir."

şeklinde ifade edilmiştir.

I.5. İlgili Pazar

I.5.1. Çevrim İçi İkinci El Araç Alım Satım Pazarının Genel Görünümüne ve İş Modellerine İlişkin Bilgiler¹¹

(48) Otomotiv pazarı, hem Türkiye'de hem de küresel seviyede yoğunlaşma oranının nispeten düşük olduğu, homojen olmayan ürünlerin yer aldığı, olgun ancak doymamış bir pazardır. Bu pazar, ürün farklılaştırmasının yüksek olduğu pazarların başında gelmektedir. Araçların dış görünüşleri, iç donanımları, motor parçaları gibi

¹¹ Bu bölümde Kurulun 03.03.2022 tarihli, 22-11/170-69 sayılı ve 07.12.2023 tarihli, 23-56/1114-396 sayılı kararları ile şikâyet dilekçeleri, teşebbüslerin cevabi yazıları ve kamuya açık çeşitli kaynaklardan ve raporlardan faydalanılmıştır.

teknik özellikleri bakımından son derece farklı markalar ve modeller mevcuttur. İlâveten, piyasadaki rekabet yalnızca fiyat rekabetine dayanmamakta olup etkin pazarlama, değişen talebe en hızlı şekilde yanıt verme, yeni modeller geliştirme yeteneği, ürün çeşitliliği ve servis ağının yaygınlığı gibi faktörler piyasadaki rekabet açısından kayda değer bir önem arz etmektedir¹².

- (49) Türkiye’de otomotiv sektörünün temelde iki ayağı bulunmaktadır. Bunlar; distribütörler aracılığıyla yürütülen, sıfır kilometre, bir başka deyişle "birinci el (sıfır) araçlar" ve kullanılmış araçların satıldığı "ikinci el araçlar" ayağıdır. Mevcut önaraştırma kapsamındaki iddialar ikinci el araç piyasasına yönelik olduğundan aşağıda ikinci el araç pazarına ilişkin mevcut görünüm ve iş modelleri açıklanacaktır.
- (50) İkinci el araç pazarında oto galerileri, bireysel satıcılar, filo kiralama şirketleri ve hatta bazı distribütörler alım satım faaliyeti gerçekleştirebilmektedir. Oto galerileri, gerek bireysel satıcılardan gerekse de bayilerden aldıkları araçları satışa sunmaktadır. Kiralama şirketleri ise birinci el araçları "filo" adı altında toplu şekilde ve indirimli olarak satın almakta, belirli bir süre sonra ikinci el olarak satmaktadır. Bu doğrultuda, filo kiralama şirketleri hem birinci el hem de ikinci el pazarında önemli bir oyuncu olarak yer almaktadır. Filo kiralama şirketleri, müşterilerine kiraladıkları araçları sektörde kabul gören standartlar doğrultusunda, kilometre veya yaş sınırı gibi kriterlere göre ikinci el olarak satmaktadır. Bu noktada teşebbüsler INDICATA isimli bir program kullanmakta olup bu programda, araçla ilgili bilgiler girildikten sonra, referans fiyat önerileri sunulmakta ve benzer araçların çevrim içi platformlardaki ilanları sıralanmaktadır. Bu programın yanı sıra filo kiralama şirketleri ile bazı distribütörler, ikinci el araç satışında ihale ve açık artırma gibi yöntemler de kullanabilmektedir. Bununla beraber, ihale ve açık artırma yöntemlerinin genellikle toptan satışlarda uygulandığı, bireysel müşterilere yapılan satışların genelde “showroom”larda yer alan araçların incelenip satılması yolu ile gerçekleştiği ifade edilmektedir. Son olarak, ikinci el araç satışı yapan bazı distribütörlerin kendilerine ait ikinci el satış internet siteleri bulunmakta, kimileri ise çevrim içi platformlar aracılığıyla bu satışları yapmaktadır.
- (51) Bahsedilen pazar oyuncularının yanında, sektörde "al-satçı" olarak tabir edilen çok sayıda kişi bulunmakta, bu kişiler oto galeri gibi araç alım satımı yapmaktadır. Daha önce de ifade edildiği üzere, bu noktada oluşan pazar aksaklıklarını gidermek adına, İkinci El Motorlu Kara Taşıtlarının Ticareti Hakkında Yönetmelik yayınlanmış olup 15.08.2020 tarihinde ilgili Yönetmelik’te yapılan değişiklikle birlikte ikinci el araç ticaretinin, sadece bu işle ilgilenen tacirler ile esnaf ve sanatkârlar tarafından yapılabileceği öngörülmüştür. Söz konusu Yönetmelik kapsamında, ikinci el araç ticaretiyle uğraşmayan vatandaşlar ise bir yılda üçten fazla ikinci el araç satışı gerçekleştiremeyecek ve bu araçların da en az üç yıldır kendi adlarına tescilli olması gerekecektir. Bununla birlikte, ikinci el araç satışının gerçekleştirilmesi için belirtilen kişilere Bakanlık tarafından yetki belgesi verilecek ve noterlerde satış işlemleri de bu belgelerle yapılabilecektir.
- (52) İkinci el araç pazarındaki bütün bu oyuncular, çevrim içi satış platformlarında da bir araya gelebilmektedir. Tüketiciler için oldukça kolaylık sağlayan bu internet sitelerinde araç satmak isteyen herkes, her markaya ve modele ilişkin araç ilanı verebilmekte; alıcılar ise araç marka/modeli, model yılı, kilometre gibi birtakım kategoriler arasından seçim yaparak araç arayabilmekte ve ilgili araca ilişkin neredeyse her türlü bilgiyi

¹² Kurulun 03.03.2022 tarihli ve 22-11/170-69 sayılı kararı.

edinebilmektedir. Yine, aracını satmak isteyen bir kişi hem ilgili internet sitelerinin sunduğu araç değerlendirme sistemlerine araç bilgilerini girerek hem de kendi aracına benzer araç ilanları ile kıyaslama yaparak fiyat oluşturabilmektedir. Bunun yanı sıra, kimi çevrim içi platformlar düzenledikleri ihaleler vasıtasıyla bireylerin ve kurumsal satıcıların araçlarının satışına aracılık etmekte, bazı platformlar ise elden çıkarılmak istenen araçlara bedel tayin ederek bireylerden veya kurumsal satıcılardan araçları doğrudan satın almaktadır.

- (53) Bu açıklamalar çerçevesinde -geçmiş tarihli Kurul kararlarına da paralel şekilde- ikinci el araç piyasasında (i) fiziksel sergileme ve satış yöntemi olan geleneksel (çevrim dışı) satış modeli, (ii) çevrim içi kanal üzerinden ilan vasıtasıyla araç sergileme ve geleneksel satış yöntemi ile satış sonlandırma ve (iii) araçların çevrim içi sergilenerek, araçlara bedel tayin edilerek veya ihale yöntemleri vasıtasıyla teşebbüslerin kendi kanalları üzerinden alım satım faaliyetleri yürütmesi şeklinde üçlü bir ayırım yapılabilmektedir¹³.
- (54) Bununla birlikte, dijitalleşmenin son yıllarda ivme kazanmasıyla birlikte çevrim dışı kanallarda faaliyet gösteren oyuncular da çevrim içi platformlara yönelmekte ve hizmet alanlarını genişletmektedir. Bu da teşebbüslerin aynı anda birden fazla alanda faaliyet gösterdiği iç içe geçen bir yapının ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Örneğin BORUSAN, Borusan Oto Değerlendirme ile başka ihalelerden, kurumsal şirketlerden, filo kiralama şirketlerinden, oto galerilerden, yetkili bayilerden ve tüketicilerden tedarik ettiği araçları perakende kanalı aracılığı ile satışa sunmaktadır. Söz konusu hizmeti ile yalnızca çevrim içi alım satım faaliyeti yürüten ve platform niteliği taşımayan BORUSAN¹⁴, aynı zamanda kurumsal kullanıcılarının diğer kurumsal kullanıcılara vasıta satışı gerçekleştirebildiği ihaleler de düzenlemekte ve bu hizmeti bakımından platform niteliği taşımaktadır. Yine Kurulun 07.12.2023 tarihli ve 23-56/1114-396 sayılı kararında da belirtildiği üzere, AUTOROLA kendi platformu www.autorola.com.tr aracılığıyla çevrim içi alım satım faaliyetinde bulunmakta, buna ilave olarak da www.sahibinden.com ve/veya www.arabam.com gibi ilan listeleme platformlarını kullanarak ve kendi fiziksel satış noktalarında çevrim dışı olarak mülkiyetinde bulunan araçları satmaktadır.
- (55) Aşağıdaki tabloda yer alan veriler incelendiğinde ise çevrim içi kanalın toplam ikinci el araç tedarikinin yaklaşık %40'ına denk geldiği ve son dört yılda satışların çevrim içi kanala kayma eğiliminin sınırlı düzeyde kaldığı görülmektedir. Bu çerçevede, ikinci el araç satışları içerisinde geleneksel kanal halen ağırlığını korumaktadır. Bununla birlikte, ikinci el araç pazarında dijitalleşmeye bağlı olarak farklı iş modellerinin gelişmekte olması ve çevrim dışı kanallarda maliyetlerin artması nedeniyle çevrim içi kanalın ilerleyen dönemlerde daha fazla pay alacağı öngörülmektedir.

¹³ Kurulun 16.09.2021 tarihli ve 21-43/627-309 sayılı, 07.12.2023 tarihli ve 23-56/1114-396 sayılı kararları.

¹⁴ "Platform hizmetleri", tüm ikinci el araç alım satım hizmetlerini kapsamamaktadır. Platform ekonomileri, iki (veya çok) taraflı pazarda faaliyet gösteren iki (veya daha fazla) farklı, fakat birbiriyle bağlantılı kullanıcı grubunun, taraflardan en az biri için değer yaratacak şekilde etkileşimde bulunmalarını sağlayan oluşumlardır. Platform ekonomilerinde platform hizmeti sunan teşebbüs, pazarın farklı taraflarında yer alan farklı kullanıcı gruplarına farklı hizmetler sunmakta ve pazarın farklı tarafında yer alan üçüncü tarafları bir araya getirmektedir. Söz gelimi araçları bir taraftan satın alıp kâr ekleyerek üçüncü bir tarafa satan KAVAK gibi teşebbüsler platform hizmeti sunmamaktadır.

Tablo 1: İkinci El Vasıta Tedarikinde Çevrim İçi ve Çevrim Dışı Kanalların Tahmini Payları

Dönem	Çevrim İçi Kanal Büyüklüğü	Geleneksel Kanal Büyüklüğü
2021	%37	%63
2022	%38	%62
2023	%36	%64
2024 (Ekim ayına kadar)	%41	%59

Kaynak: INDICATA Raporları ve TÜİK İstatistikleri.

- (56) Yukarıda da ifade edildiği üzere, ikinci el araç alım satım piyasasında geleneksel kanal ve çevrim içi kanalda faaliyette bulunan birçok aktör sebebiyle, hizmet sunumunda farklılaşan birden fazla iş modeli ortaya çıkmaktadır. İş modelleri makroekonomik etkenler, arz-talep ile sektörün yapısı gibi etkenlere göre değişmekte ve iş modelini seçen oyuncular arasında hizmetin sunumu açısından farklılıklar oluşabilmektedir. İncelemeye konu iddiaların temelini ikinci el araç piyasasındaki çevrim içi alım satım faaliyetlerinin oluşturması sebebiyle aşağıda söz konusu faaliyetler bakımından farklılaşan iş modellerine değinilecektir.
- (57) Otomotiv sektöründe, çevrim içi platformlar üzerinden gerçekleştirilen ikinci el araç alım satım faaliyetleri son yıllarda teknolojinin ve internet kullanımının hız kazanmasına paralel şekilde giderek önemli hale gelmektedir. Hâlihazırda, sadece satış öncesi süreçlerde yüksek bir dijitalleşme söz konusu olsa da çevrim içi platformlar bu dijitalleşme eğilimine ivme kazandırmaktadır. Öte yandan yeknesak bir uygulamanın olmayışı nedeniyle net bir pazar işleyişinden bahsetmek oldukça zordur. Bununla birlikte, çevrim içi ikinci el araç alım satım alanında sadece aracılık hizmetleri verilmesi ile iBuying (anında alım, *instant buying*) iş modelleri arasında temel bir ayrım yapılabilecektir.
- (58) Aracılık hizmeti kapsamında platformlar, düzenledikleri e-ihaleler vasıtasıyla araçlarını satmak isteyen satıcıları ve araç almak isteyen alıcıları bir araya getirmekte olup satışı gerçekleştirilen araç bedeli üzerinden bir komisyon veya hizmet bedeli almaktadır. Bu sistemde aracın satış bedeli satıcı üye tarafından belirlenmektedir. iBuying modeli ise satılmak istenen araçlara bir bedel tayin etmek ve teklifte bulunmak için belirli algoritmalar kullanılan ve aracın, daha sonra kârlı bir şekilde satılmak üzere, satıcıdan platform tarafından alındığı iş modelidir¹⁵. Bu iş modelinde aracın satış bedeli platform tarafından belirlenmektedir. ARABAMCOM'un Trink Sat! kapsamında alımını gerçekleştirdiği araçları daha sonra kendi belirlediği bir fiyattan satması buna örnektir. Platform tarafından aracın önce satın alınması gerektiğinden bu alanda faaliyette bulunabilmek için önemli miktarda finansal kaynağa sahip olmak gerekmektedir. Ancak bir platform hem aracılık hizmeti hem de iBuying iş modelinde faaliyet gösterebilmektedir. Örneğin ARABAMCOM'un çevrim içi ikinci el araç alım satım faaliyetleri, düzenlendiği e-ihalelerden ve Trink Sat! hizmeti kapsamında aracı satıcıdan doğrudan alıp kendi mülkiyetine geçirdiği ve daha sonra kârlı bir şekilde sattığı işlemlerden oluşmaktadır.
- (59) Bu noktada aracın platformun mülkiyetine geçirilmesine ilişkin ilave bir açıklama yapılmasında yarar görülmektedir. Bahsi geçtiği üzere, iBuying iş modelinde araç platformun mülkiyetine geçmekte, platform gerekli gördüğü durumlarda araca çeşitli bakım-onarım faaliyetleri de yapmakta ve daha sonra aracı kârlı bir şekilde satmaya çalışmaktadır. Öte yandan sadece aracılık hizmeti veren SAHİBİNDEN gibi teşebbüsler de bazı yasal yükümlülükler nedeniyle aracın mülkiyetini alabilmekte,

¹⁵ Bkz. <https://www.maxrealestateexposure.com/ibuyer/>, <https://www.opendoor.com/articles/what-is-an-ibuyer>, Erişim Tarihi: 02.01.2025.

ancak bu işlem geçici bir nitelik arz etmektedir. Bir başka deyişle araç öncelikle satıcı tarafından aracı platforma devredilmekte, hemen akabinde platform tarafından alıcıya devredilmektedir. Dolayısıyla burada satıcının devre konu aracı önce platforma devretmesi noktasında tam anlamıyla bir mülkiyet ilişkisi kurulmamakta, sadece bazı yasal düzenlemelerin getirdiği yükümlülükler yerine getirilmektedir. Öte yandan iBuying iş modelinde, araç esasında platform tarafından satıldığı için platform alıcıya karşı sorumluluk üstlenebilmekte ve hatta platformlar aracın satışından sonraki belirli bir süreye kadar alıcıya garanti de verebilmektedir.

- (60) Yukarıda yer alan iki temel iş modeli kapsamında çevrim içi ikinci el araç alım satımı alanında faaliyet gösteren oyuncular temel itibarıyla araçların tedarik edildiği ve satıldığı tarafa göre ayrıışan dört farklı kanalda faaliyet gösterebilmektedir. Ayrıca bu dört farklı kanal kendi içinde teşebbüsün araç satışını konsinye¹⁶ gerçekleştirip gerçekleştirmediğine bağlı olarak ve/veya satışın ihale yöntemi ya da doğrudan satış yöntemiyle gerçekleştirilmesine bağlı olarak ayrıışmaktadır. Aşağıda ilgili dört kanal kısaca açıklanmaktadır:

Filodan Galeriye Satış (B2B, *Business to Business*)

- (61) Bu iş modelinde, çevrim içi ikinci el araç alım satımı alanında faaliyet gösteren teşebbüsün iletişimde bulunduğu taraf sayısı asgari düzeydedir. Filo kiralama şirketleri, sahip oldukları ve kiraladıkları araçlar belli bir yaşı geçtikten sonra envanterlerini yenileme eğilimindedir. Filo kiralama şirketleri böylece hem müşterilerine yeni ya da çok az kullanılmış araçlar sunmakta hem de yaşlanan araçların getirdiği bakım maliyetinden ve operasyonundan kurtulmaktadır.
- (62) Yukarıda bahsedildiği üzere platformlar, araçları doğrudan mülkiyetlerine geçirip satım faaliyetinde bulunabileceği gibi filolara bir e-ihale hizmetinin sunulduğu kapalı devre aracılık sistemi ile de faaliyet gösterebilmektedir. Aracılık faaliyetinin seçilmesi halinde platformun başarısı verimli bir ihale ortamı oluşturulmasına, yüksek sayıda oto galeri ile ilişkide bulunulmasına ve bu oto galerilerinin düzenlenen e-ihalelere alıcı olarak katılmasına bağlıdır. Dolayısıyla, marka bilinirliği ve platformun aldığı trafik oldukça önemlidir.
- (63) ARABAMCOM'a göre B2B modeli için kârlılık seviyesini sürdürülebilir seviyede tutmak adına piyasadaki fiyat hareketlerini takip etmeye ihtiyaç duyulmakta ve güncel ilan verilerine erişim bu minvalde önem arz etmektedir. Doğrudan filolardan elde edilen araç sayısı belli bir seviyenin üzerine çıkamayacağı için bu iş modelinin sınırlı bir büyüme imkânı bulunmaktadır.
- (64) B2B iş modelinde hizmeti sunan teşebbüsün vasıtayı satın alıp sonra kâr ekleyerek üçüncü bir tarafa satması durumunda iş modeli B2B2B'ye (Filodan Teşebbüse – Teşebbüsten Galeriye, *Business to Business to Business*) dönüşmektedir. B2B2B iş modelinde alım satım hizmeti sunan teşebbüs araç satışını konsinye gerçekleştirmemekte, dolayısıyla aracılık değil yeniden satış faaliyeti yürütmektedir.
- (65) B2B2B modelinde iki tarafta da kurumsal kullanıcılar bulunması ve kurumsal kullanıcıların genel olarak birden fazla aracı arz veya talep etmesi nedeniyle araçların bekletileceği bir taşınmaza ihtiyaç duyulmaktadır. Araçlara ödenecek olan tutar,

¹⁶ Teşebbüslerin satın alınan araçları kendi stoklarında bekletmeden üçüncü bir tarafa devrettikleri ve yalnızca aracı konumunda bulundukları alım satım yöntemi.

araçların bulundurulacağı alan¹⁷ ve istihdam edilecek personel yüksek maliyet kalemleri oluşturmaktadır. Genel olarak konsinye satışı içermeyen modellerde daha yüksek maliyetlerle çalışıldığı ve bu modellere geçişin daha zor olduğu ifade edilmektedir.

- (66) Türkiye’de B2B iş modelini kullanan teşebbüsler arasında SAHİBİNDEN, ARABAMCOM, BORUSAN, AUTOROLA, OTONET, İKİNCİYENİ ve MÜZAYEDE gibi teşebbüsler yer alırken B2B2B iş modelini kullanan teşebbüsler arasında VAVACARS, KAVAK, OTOSHOPS, BORUSAN ve AUTOROLA gibi teşebbüsler yer almaktadır.

Tüketiciden Oto Galeriye Satış (C2B, Consumer to Business)

- (67) Sektör oyuncularından edinilen bilgilere göre; ikinci el araçların tedarikinde en büyük satıcı kitlesi tüketicilerdir. Nitekim Kurulun 07.12.2023 tarihli ve 23-56/1114-396 sayılı kararında da ikinci el araç satışları içerisinde bireysel satıcıların payının %50’ye yakın olduğu tahminine yer verilmiştir.
- (68) iBuying iş modelinde platformlar belirli koşulları sağlayan araçları tüketicilerden satın alarak bu satıcı kitlesi ile etkileşime geçmektedir. Satın alım süreci genel hatlarıyla; tüketicilerin araç özellikleri ve mevcut durumu hakkında bilgi sağlayarak başvuru yapması, platform tarafından bu veriler değerlendirilerek çevrim içi bir ön teklif yapılması, ön teklifin kabulü halinde aracın ücretsiz ekspertiz sürecine tabi tutulması için randevu oluşturulması ve tüketicilere nihai satın alma teklifinin sunulması adımlarından oluşmaktadır. Bununla birlikte, iBuying iş modeline ilave olarak düzenlenen e-ihaleler ile de bu alanda faaliyet gösterilebilmektedir.
- (69) Yukarıda aktarılan yöntem ek olarak C2B iş modelinde teşebbüsler, C2B2B (Tüketiciden Teşebbüse – Teşebbüsten Oto Galeriye Satış, *Consumer to Business to Business*) kanalı ile araçları önce kendileri satın alıp sonra kurumsal kullanıcılara yeniden satabilmektedir.
- (70) Kurumsal kullanıcılara yapılan satışların çoğunlukla çevrim içi veya çevrim dışı ihalelerle gerçekleştirildiği tespit edilmiştir. Kurumsal kullanıcılara yapılan satışlarda ihale yöntemi yaygın olmasına rağmen bireysel kullanıcılara gerçekleştirilen satışlarda ihale yöntemi tercih edilmemektedir. Bu durum, kurumsal kullanıcıların ödeme konusunda bireysel kullanıcılardan daha güvenilir olması ve pazarın henüz bireysel kullanıcıların ihalelere katılmasını mümkün kılacak düzeye erişmemiş olmasıyla açıklanabilecektir.
- (71) Türkiye’de C2B kanalında faaliyet gösteren pazar oyuncuları arasında SAHİBİNDEN, OTOCASH ve İKİNCİYENİ bulunurken C2B2B kanalında VAVACARS, KAVAK, ARABAMCOM, OTOSHOPS, BORUSAN, AUTOROLA, OTOKOÇ, LETGO ve İKİNCİYENİ bulunmaktadır.

Filodan Tüketicieye Satış (B2C, Business to Consumer)

- (72) B2B kanalına benzer şekilde burada da araçlar filolardan doğrudan tedarik edilmekte (iBuying) ya da filolara e-ihale aracılık hizmeti sunulmakta ve filo araçları, tüketicilere satılmaktadır. ARABAMCOM tarafından bu iş modelinin tek başına uygulanmasının riskli olması nedeniyle genellikle diğer iş modelleri ile birlikte uygulandığı ifade edilmiştir. B2C kanalında araçların satılacağı tüketici nezdinde, platformun markasının bilinirlik kazanması yüksek pazarlama ve satış yatırımları gerektirmektedir. Bu

¹⁷ Aracın satın alınmasından satışına kadar platform envanterinde geçirdiği süre boyunca, pazardaki oyuncu üzerinde bir finansal maliyet oluşmaktadır.

yatırımların anlamlı bir geri dönüşe sahip olması ise tüketiciye satılan araç sayısının yüksek olmasını gerektirmektedir. Ancak doğrudan filodan tedarik edilebilecek araç sayısının (özellikle tüketicilerden tedarik edilebilecek araç sayısı ile kıyaslandığında) yüksek sayılara ulaşması mümkün görülmemektedir. Bununla birlikte, araçların tedarik edildiği taraf kurumsal nitelikte olduğu için talep tarafındaki tüketiciler bakımından diğer kanallara nazaran daha güvenli bir deneyim sunulması mümkün olmaktadır. Ayrıca OTOCASH tarafından bireysel kullanıcılara ulaşmanın kurumsal kullanıcılara ulaşmaktan daha zor olduğu belirtilmiştir.

- (73) Diğer kanallarda olduğu gibi bu kanalda da ikinci el araçların arzının ve talebinin arasında yer alan teşebbüs yalnızca satan ve satın alan tarafları bir araya getiriyorsa bu modelin B2C, arz eden taraftan ikinci el aracı satın alıp sonra talep tarafına yeniden satıyor ise B2B2C (Filodan Teşebbüse – Teşebbüsten Tüketicie, *Business to Business to Consumer*) olarak nitelendirilmesinin uygun olduğu değerlendirilmektedir. Bununla birlikte, B2B2C kanalında bireysel kullanıcıya gerçekleştirilen satışları sıradan bir ikinci el araç satışından ayırt etmek mümkün görünmemektedir. Örneğin OTOCASH, çevrim dışı ve konsinye olarak filolardan tedarik ettiği araçları bireysel müşterilere kendi internet sitesinde ve çevrim içi ilan platformlarında sunarak satmaktadır.
- (74) Türkiye’de B2C ve B2B2C kanallarında faaliyet gösteren herhangi bir teşebbüs tespit edilememiştir¹⁸.

Tüketiciden Tedarik Edilen Aracın Tüketicie Satışı (C2C, Consumer to Consumer)

- (75) C2C kanalında, tüketiciden satın alınan araçlar yine doğrudan tüketiciye satılmaktadır. Tüketicilerin ikinci el araç arzının ve talebinin filo kiralama şirketlerinden ve oto galerilerden yüksek olması sebebiyle C2C iş modeli mümkün olan en geniş pazar hacmine hitap etmektedir. Tüketicie satış yapılan iş modellerinde, tedarik edilen araca ilave bakım ve onarım yapılması sonrası satış gerçekleşebilmektedir. Bu gibi ilave hizmetler, platformun operasyonel maliyetlerini ve risklerini artırmaktadır. Ek olarak envanter hacmi ve ömründeki uzamalar finansman maliyetini artırmaktadır.
- (76) Türkiye’de C2C ve C2B2C kanallarında faaliyet gösteren herhangi bir teşebbüs tespit edilememiştir¹⁹. Aşağıda ise çevrim içi ikinci el araç alım satım alanında faaliyet gösteren pazar oyuncularının hangi iş modelleriyle çalıştıklarına ilişkin özet tabloya yer verilmektedir:

¹⁸ Önerştirmada alım satım faaliyetleri ile ilan hizmetleri birbirinden ayrı incelenmiştir. İki pazarın farklı rekabet koşullarına da tabi olduğu göz önünde bulundurularak hem bireysel hem de kurumsal kullanıcılar bakımından çevrim içi ilan hizmeti veren platformlar ile ikinci el araç alım satım faaliyetleri gerçekleştirilen teşebbüslerin birbirleri ile ikame edilebilir olmadığı kanaatine varılmıştır. SAHİBİNDEN başta olmak üzere ilan hizmetleri bakımından B2C ve B2B2C alanlarında faaliyet gösteren teşebbüsler bulunmakla birlikte alım satım faaliyetleri bakımından B2C ve B2B2C alanlarında faaliyet gösteren bir teşebbüs bulunmamaktadır. Aynı durum C2C için de geçerlidir.

¹⁹ Bkz. 18 numaralı dipnot.

Tablo 2: Pazar Oyuncularının Öneri Kapsamında Tespit Edilen Çevrim İçi İkinci El Araç Alım Satım Alanındaki İş Modellerine İlişkin Özet Tablo

PAZAR OYUNCULARI													
İŞ MODELİ	SAHİBİNDEN	KAVAK	ARABAMCOM	OTOCASH	OTOSHOPS	BORUSAN	AUTOROLA	VAVACARS	OTOKOÇ	OTONET	İKİNCİYENİ	MÜZAYEDE	LETGO
C2B	✓			✓							✓		
C2B2B		✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓		✓		✓
C2C													
C2B2C		✓		✓ ²⁰	✓	✓	✓		✓		✓		
B2B	✓		✓			✓	✓		✓	✓	✓	✓	
B2B2B		✓			✓	✓	✓	✓					
B2C													
B2B2C													
İhale Yöntemi	✓	✓ ²¹	✓		✓	✓	✓		✓	✓		✓	✓
Kaynak: Teşebbüslerden Elde Edilen Veriler													

- (77) Tablo 2’den de görülebileceği üzere birçok teşebbüs aynı anda birden fazla iş modelini tercih etmektedir. Pazardaki oyuncuların iş modellerini genişletme/değiştirme imkânının önemli olduğu değerlendirilmektedir. Örneğin konsinye satış gerçekleştirilmeyen modellerde araç stoku, lokasyon ve insan kaynağı yatırımlarının yapılması gerekmektedir. Ayrıca BORUSAN tarafından çevrim içi ihale kanalı kurulması noktasında önemli teknolojik yatırımlar ve geliştirmeler yapılması gerektiği ve özellikle yapılacak teknoloji yatırımında, kullanıcıların giriş yapıp teklif verecekleri sistemin elzem olduğu ifade edilmiştir. Bunlara ek olarak hangi iş modeline geçildiğine bağlı olarak araç inceleme ve yenileme merkezleri ile çağrı merkezleri gibi ek maliyetler de ortaya çıkabilmektedir. Öneri sürecinde bilgi talebinde bulunulan oyuncular içerisinde yalnızca (.....) diğer oyuncular tarafından iş modellerinde bir değişiklik planlarının bulunmadığı ifade edilmiştir.
- (78) Aracın hangi kullanıcı kitlesinden tedarik edilip hangisine satıldığı bağlamında farklılaşan iş modelleri bakımından asli unsurlara atfedilen önem değişebilmektedir. Nitekim (.....) tarafından gönderilen cevabi yazıdan da görüldüğü üzere, B2B modelinde çevrim içi marka bilinirliği, hizmet noktası ağı, fiyatlama becerisi ve ikinci el araç teknik uzmanlığı gibi unsurların hiçbirinin önemi yokken, B2C iş modelinde tek önemli asli unsur çevrim içi trafik, eş deyişle marka bilinirliğidir. Öte yandan bireysel kullanıcı tarafından gerçekleştirilen satışları odağa alan iş modelleri C2C ve C2B söz konusu olduğunda çevrim içi marka bilinirliği, hizmet noktası ağı, fiyatlama becerisi ve ikinci el araç teknik uzmanlığı olarak sayılabilecek asli unsurların her birinin çok önemli

²⁰ Bu modelin sınırlı düzeyde uygulandığı ve 05.12.2023 tarihinden önce mevcut olmadığı belirtilmiştir.

²¹ İhale yöntemiyle gerçekleştirilen satışların deneme aşamasında olduğu ifade edilmiştir.

olduğu belirtilmiştir. Dolayısıyla bireysel satıcıdan araç tedariki tüm asli unsurlarda yüksek performans/yetkinlik gerektirmektedir.

- (79) Bununla birlikte teşebbüslerden edinilen bir diğer bilgiye göre yukarıda aktarılan tüm iş modellerinde fiyat tespiti yapabilmek adına ekspertiz hizmeti de gereklidir. Ekspertiz hizmeti ile ikinci el araçların teknik durumu, geçmişi ve mevcut değeri objektif bir şekilde değerlendirilerek, arz ve talep tarafları arasında şeffaf bir ticaret ortamı oluşturulmaktadır. Ekspertiz hizmeti arz ve talep arasındaki bilgi asimetrisi sorununu çözerken arz tarafının piyasada rekabetçi fiyatlardan satış yapmasını mümkün kılmaktadır. Ekspertiz hizmetlerinin talep tarafına katkıları: (i) araç durumunun doğru tespiti, (ii) gizli hasar ve sorunların ortaya çıkarılması, (iii) değer tespiti, (iv) güvenilirlik, şeffaflık ve doğru karar verme olarak sıralanabilecek iken arz tarafına katkıları (i) güvenilir satış, (ii) hızlı satış, (iii) doğru fiyat belirleme, (iv) hukuki koruma olarak sıralanabilecektir.
- (80) Çevrim içi ikinci el araç alım satım hizmeti sunan teşebbüslerin ya kendisi ile aynı ekonomik bütünlükte yer alan bir ekspertiz firması ile çalıştıkları ya da anlaşmalı bir ekspertiz firmasından söz konusu hizmet için destek aldıkları tespit edilmiştir²². Örneğin BORUSAN ve SAHİBİNDEN gibi teşebbüsler büyük oranda kendi ekspertiz hizmetlerini kullanabilecek dikey bütünleşik bir yapıya sahipken ARABAMCOM, KAVAK²³, OTOCASH ve OTOSHOPS gibi teşebbüsler ise üçüncü taraf ekspertiz firmalarıyla anlaşmalı çalışmaktadır.

1.5.1.1. SAHİBİNDEN'in Otobid Hizmetine İlişkin Genel Bilgi

- (81) Otobid, ikinci el aracını hızlı ve değerinde satmak isteyen bireysel kullanıcıların, araçlarını platforma kayıtlı kurumsal üyelere (oto galerilere) çevrim içi açık artırma yöntemi ile satışa sunmalarını sağlayan bir hizmettir²⁴. Otobid hizmetinin ilk randevusu 13.11.2023'te alınmış ve Otobid hizmete açılmıştır.
- (82) Otobid tarafından sunulan hizmet, otomobil ve *Sport Utility Vehicle* (SUV) araçlar için sağlanmaktadır. Açık artırmaya katılabilecek markalar ve modeller değişiklik göstermekle birlikte aşağıdaki kriterlere sahip vasıtalar açık artırmaya kabul edilmemektedir²⁵:
- 2004 modelden eski ve 2023 modelden yeni,
 - 250.000 km üstü,
 - Ağır hasarlı veya pert geçmişi olan,
 - Tavanı, hava yastığı (*airbag*) veya şasisi işlemlili,
 - Kilometre bilgisine müdahale edilmiş,
 - Motor arıza veya herhangi bir uyarı ışığı yanan,
 - Markanın yetkili distribütörleri haricinde ithal edilmiş,
 - Muayene süresinin dolmasına 30 günden az kalmış,
 - Son sahiplik süresi 60 günden az olan,
 - Ek bir yazılım yüklenmiş olan ve
 - Üzerinde kredi, rehin vb. borç bulunan.

²² Bazı teşebbüsler hem üçüncü taraf anlaşmalı ekspertiz firmaları ile hem de kendi ekonomik bütünlüğündeki ekspertiz firmaları ile aynı anda da çalışabilmektedir.

²³ Sadece KAVAK tarafından CARWIZZ, RS, DYNOBİL ve EXPERIX isimli dört farklı ekspertiz firmasıyla anlaşma yapıldığı tespit edilmiştir.

²⁴ Bkz. <https://www.sahibinden.com/otobid>, Erişim Tarihi: 01.01.2025.

²⁵ Bkz. https://www.sahibinden.com/otobid/?widget_type=otobid_tp, Erişim Tarihi: 01.01.2025.

- (83) C2B niteliğinde olan Otobid hizmeti kapsamında bireysel kullanıcılar öncelikle satmak istedikleri vasıta için tahmini açık artırma başlangıç fiyatını öğrenmek ve ücretsiz ekspertiz randevusu almak için <https://www.sahibinden.com/otobid> adresine veya SAHİBİNDEN'in mobil uygulamasına erişerek bir kullanıcı hesabı ile giriş yapmaktadır²⁶. Bireysel kullanıcıların satmak istedikleri vasıtalar için ön fiyat bilgisini edinmeleri için araç modelini seçmeleri; plaka, renk ve kilometre bilgilerini girmeleri; kaporta durumunu sunmaları ve vasıtanın ek donanım özelliklerini seçmeleri gerekmektedir. Hızlı ve çevrim içi gerçekleşen bu aşamadan sonra satılmak istenen vasıta için SAHİBİNDEN'in kamuya açık kaynakları kullanarak oluşturduğu bir veri seti kullanılarak SAHİBİNDEN tarafından bir ön fiyat bilgisi verilmektedir. İlgili ön fiyat bilgisi yönlendirici nitelikte olup ön fiyat bilgisi kapsamında herhangi bir taahhüt sunulmamaktadır.
- (84) Ön fiyat bilgisinin ediniminden sonra bireysel kullanıcılar ücretsiz ekspertiz randevusu oluşturmaktadır. Randevu alındıktan sonra SMS ve e-posta ile bireysel kullanıcıya randevu bilgileri iletilmektedir. Randevu saatinden önce kullanıcıya telefon, SMS veya *WhatsApp* yoluyla randevu hatırlatması yapılmaktadır. Sonrasında bireysel kullanıcı randevu saatinde vasıtasıyla birlikte Otobid hizmet noktasına gelmekte vasıta hakkında detaylı ekspertiz raporu hazırlanarak SAHİBİNDEN'in sistemine yüklenmektedir²⁷. SAHİBİNDEN'in Otobid hizmetinde ekspertiz hizmetleri ücretsiz bir şekilde sağlanmaktadır.
- (85) Ekspertiz raporunun sisteme yüklenmesiyle birlikte araç bilgileri ve ekspertiz bulguları sistem üzerinden Otobid fiyatlama uzmanlarının ekranına gelmektedir. Fiyatlama uzmanı bu aracın ekspertiz bulgularını da dikkate alarak, kurumsal alıcıların açık artırmada bu aracı hangi fiyattan satın alabileceğini hesaplamakta, önerilen açık artırma başlangıç fiyatını sisteme girmekte ve tespit edilen başlangıç fiyatı bireysel kullanıcının onayına sunulmaktadır. SAHİBİNDEN tarafından iletildiği üzere, bireysel kullanıcı tarafından açık artırma başlangıç fiyatı kabul edilirse başlangıç fiyatının üzerinde olmak üzere, açık artırmada verilen en yüksek teklife vasıtanın satılması da kabul edilmiş olmaktadır.
- (86) Bireysel kullanıcının bu aşamada SAHİBİNDEN'e aracın satışı için bir vekaletname sunması veya vekalet sunamıyorsa portal üzerinden kredi kartı bilgilerini girmesi beklenmekte ve bireysel kullanıcının kredi kartı üzerinden bir cayma/provizyon bedeli (karar tarihi itibarıyla (.....) Türk lirası) ayrılmaktadır. Bireysel kullanıcının, vasıtası açık artırmaya çıkarılana kadar sürecin herhangi bir aşamasında satıştan vazgeçebileceği ve bu durumda kredi kartından geçici limit olarak ayrılan provizyon tutarının koşulsuz olarak kendisine iade edileceği ifade edilmiştir. Açık artırma sürecine geçildikten sonra satıştan vazgeçilmesi halinde provizyon bedeli SAHİBİNDEN tarafından gelir olarak kaydedilmektedir.

²⁶ Çevrim içi araç değerlemesi yapmak isteyen kişinin bireysel satıcı olduğunun tespiti için ilgili kişinin "bireysel kullanıcı olarak log-in olmuş/giriş yapmış bir kişi olmasının beklendiği SAHİBİNDEN tarafından belirtilmekle birlikte "önerilen açık artırma başlangıç fiyatı" hesaplama enstrümanının amacı dışında "piyasada bir fiyatlama referans sitesi" olarak manipülatif amaçlarla kullanılmasının da önüne geçilmesi hedeflenmektedir.

²⁷ Sektörde yer alan diğer oyunculardan (.....), (.....), (.....), (.....), (.....), (.....) ve (.....)'un bireysel kullanıcıların ikinci el araçlarını alım satım hizmetleri kapsamında sistemlerine dahil etmeleri süreci, Otobid hizmet süreciyle ekspertiz raporunun sisteme yüklenmesi aşamasına dek aynı şekilde işlemektedir.

- (87) Vekaletnamenin sunulması veya kredi kartından geçici olarak provizyon bedelinin ayrılmasından sonra satıcı aracını Otobid hizmet noktasında açık artırmaya hazırlanması için bırakmakta; açık artırma için aracın fotoğrafları çekilmekte ve sisteme yüklenmektedir. Kurumsal alıcılar bu aşamadan itibaren, ihale oturumu başlayana kadar aracı tüm detaylarıyla inceleyebilmekte ve favoriye alabilmektedir.
- (88) Akabinde araç, SAHİBİNDEN'in kurumsal üyelerinin katıldığı bir çevrim içi açık artırmaya çıkarılmaktadır²⁸. Bireysel kullanıcılara kendi araçlarının açık artırmalarını izleyebilmeleri için bir bağlantı gönderilmektedir. Açık artırmada en az bir teklif gelmesi durumunda aracın satış süreci başlamaktadır. En yüksek teklifi veren kurumsal üyeye araç bedelinin, hizmet bedelinin, noter ve devir hizmet bedelinin ödenmesi için 24 saat süre verilmektedir. Vasıta, yürürlükte olan mevzuata uyumluluk açısından önce bireysel kullanıcıdan Otobid'e (SAHİBİNDEN), sonrasında da aynı satış fiyatı üzerinden kurumsal kullanıcıya/alıcıya devredilmektedir.
- (89) İlaveten kullanıcıların söz konusu süreci başlatabileceği tek adres SAHİBİNDEN platformu da değildir. Otobid'in İstanbul, Ankara, İzmir, Adana, Antalya, Afyonkarahisar, Balıkesir, Bursa, Denizli, Eskişehir, Gaziantep, Kocaeli, Konya, Manisa, Mersin, Sakarya, Samsun, Ordu ve Trabzon illerinde olmak üzere toplam 19 ilde, 44 adet hizmet noktası bulunmaktadır. Bireysel kullanıcılar SAHİBİNDEN üzerinden randevu almadan da Otobid hizmet noktalarına gelebilmekte, bu durumda satmak istedikleri araç detaylı olarak incelenip satışa hazırlanarak bir gün sonra (ertesi iş günü) açık artırmaya çıkarılmaktadır. Hangi illerde hangi tarih itibarıyla Otobid hizmetinin sunulmaya başlandığı aşağıdaki tabloda belirtilmiştir.

Tablo 3: Otobid Hizmetinin Sunulmaya Başlandığı Tarihler

İl	İlk Randevu Alınan Tarih
İstanbul	(.....)
Ankara	(.....)
Antalya	(.....)
Bursa	(.....)
İzmir	(.....)
Sakarya	(.....)
Adana	(.....)
Kocaeli	(.....)
Samsun	(.....)
Balıkesir	(.....)
Konya	(.....)
Afyonkarahisar	(.....)
Eskişehir	(.....)
Denizli	(.....)
Gaziantep	(.....)
Manisa	(.....)
Mersin	(.....)
Trabzon	(.....)
Ordu	(.....)
Kaynak: SAHİBİNDEN Cevabi Yazısı.	

1.5.1.2. SAHİBİNDEN'in S-ATS Hizmetine İlişkin Genel Bilgi

- (90) İnceleme konusu SAHİBİNDEN'in Otobid hizmeti olmakla birlikte, S-ATS hizmetinin arz tarafının bireysel kullanıcılardan oluşması dışında Otobid'e benzemesi ve potansiyel olarak Otobid ve S-ATS'nin aynı ürün pazarında

²⁸ Otobid açık artırmaları pazar günleri hariç haftanın her günü gerçekleştirilmektedir.

değerlendirilebilecek olması nedeniyle aşağıda S-ATS hizmetine yönelik açıklamalara yer verilmiştir.

- (91) S-ATS, en basit haliyle kurumsal satıcıların ikinci el araçlarının ihale usulü ile kurumsal alıcılara satışını mümkün kılan ve B2B niteliği taşıyan bir hizmet olarak tanımlanabilecektir. Söz konusu sistemde araç kiralama yapan şirketler, bankalar ve diğer finansal kuruluşlar ile ikinci el araç filosuna sahip kurumlar veya şirketler gibi tüzel veya gerçek kişiler, maliki oldukları veya vekâletname ile araç satma yetkilerinin bulunduğu araçları, açık ya da kapalı teklif usulü, sabit satış fiyatlı gibi farklı satış yöntemleri ile ikinci el araç ticaretiyle iştigal eden işletmelere satmaktadır. Genel itibarıyla uzun dönem, kısa dönem ve günlük araç kiralama şirketleri kurumsal satıcı tarafını oluşturmaktadır. Bunun yanı sıra, çeşitli otomobil markalarının yetkili bayileri ve satıcıları ile sınırlı sayıda oto galeri de kurumsal satıcılar arasında yer almaktadır. Öte yandan kurumsal alıcı tarafını çoğunlukla oto galeriler oluşturmakta, ancak az sayıda yetkili bayi/satıcı da kurumsal alıcı olabilmektedir. Söz konusu kurumsal satıcılar ve kurumsal alıcılar SAHİBİNDEN tarafından oluşturulan S-ATS’de bir araya gelmekte ve hizmet kapsamında düzenlenen e-ihaleler vasıtasıyla kurumsal satıcıların araçları kurumsal alıcılara satılmaktadır. Bu sistemde, SAHİBİNDEN “Aracı Hizmet Sağlayıcı” rolünü üstlenmekte olup satışı gerçekleştirilen araç bedeline bağlı olarak bir hizmet bedeli almaktadır²⁹.
- (92) S-ATS üzerinden ikinci el araç satın almak üzere katılım gösteren kurumsal hesap sahipleri, “teklif toplamalı veya kesin satışlı olmak üzere açık artırma usulü” ile ya da “Hemen Al” usulü ile sunulan yöntemlerdeki süreçleri izleyerek ekspertizi yapılmış olan araçları satın alabilmektedir. Buradaki ekspertiz süreci SAHİBİNDEN’in kendi ekspertiz uzmanları veya anlaşmalı iş ortakları eliyle satıcının yerleşkesinde veya mutabık kalınan başka bir mekanda gerçekleştirilmektedir.

1.5.2. İlgili Ürün Pazarı

- (93) İlgili ürün pazarının tanımlanmasındaki amaç, inceleme konusu teşebbüsün ürettiği ürüne ya da sunduğu hizmete rekabetçi baskı oluşturabilecek ürünleri ve hizmetleri tespit etmektir. Bu bağlamda, inceleme konusu mal ve hizmetlerle, tüketicinin gözünde fiyatı, kullanım amaçları ve nitelikleri bakımından ikame sayılan mal veya hizmetler, ilgili ürün pazarını oluşturmaktadır. Bu ikame analizinde temel kriter talep ikamesi olmakla birlikte, talep ikamesine eş değer etkisinin olduğu durumlarda, talep ikamesinin yanında arz ikamesi de hesaba katılabilmektedir.
- (94) İnceleme konusu iddialar, SAHİBİNDEN’in çevrim içi ikinci el araç alım satım pazarında kullanıma sunmuş olduğu hizmetler ile www.sahibinden.com üzerinden sunduğu çevrim içi ilan listeleme hizmetlerini birbirine bağlamak ve tüketiciler nezdinde sömürücü etkiler yaratmak suretiyle hâkim durumunu kötüye kullanarak 4054 sayılı Kanun’un 6. maddesini ihlal ettiğine ilişkindir.
- (95) Bu doğrultuda, aşağıda öncelikle SAHİBİNDEN’in sunmakta olduğu kurumsal ve bireysel üyelerin araç satış faaliyetlerine yönelik çevrim içi platform hizmetleri ile çevrim içi ikinci el araç alım satım hizmetlerinin yer aldığı pazar tanımlarına ilişkin genel çerçeve ortaya konulmaktadır.

²⁹ Kurulun 07.12.2023 tarihli ve 23-56/1114-396 sayılı kararı.

I.5.2.1. Çevrim İçi İlan Listeleme Hizmetlerine İlişkin Pazar Tanımı

- (96) SAHİBİNDEN'in faaliyet gösterdiği temel iş alanı en geniş haliyle ürün veya hizmet arz edenler (ilan verenler) ile bu ürünleri ve hizmetleri talep edenlerin (ziyaretçiler/kullanıcılar) çevrim içi mecrada bir araya getirilmesine aracılık etme faaliyetleri olarak tanımlanabilmektedir. SAHİBİNDEN platformunda, ilan vermek isteyenler bireysel ve kurumsal kullanıcı olarak ikiye ayrılmakta; faaliyet konusu emlak ve/veya vasıta alımı, satımı ve kiralaması olan teşebbüsler kurumsal müşteri, profesyonel olarak emlak ve/veya vasıta alımı, satımı ve kiralaması işiyle iştigal etmeyen gerçek kişiler ise bireysel müşteri olarak adlandırılmaktadır. SAHİBİNDEN, her bir kullanıcı grubuna sunulan aracılık hizmetine karşılık farklı fiyatlandırma politikası uygulamaktadır.
- (97) SAHİBİNDEN hakkında yürütülen soruşturmalara ilişkin Kurul kararlarında³⁰ incelenen iddialar kapsamında şikâyeteye konu davranışların ilişkili olduğu hizmetler bakımından emlak ve vasıta kategorisi ayrıştırılarak ayrı ilgili ürün pazarı tanımları yapılmıştır. Bu kapsamda, söz konusu kararlarda;
- Çevrim dışı (oto galerileri ile gazete, süreli yayın ilanları vb.) mecralar ile çevrim içi mecraların ikame analizi sonucunda erişebilirlik, araştırma maliyetlerinden kurtulmak suretiyle elde edilen zaman tasarrufu, kullanım kolaylığı, vasıta ve emlak portföyünün ve türünün fazla olması, karşılaştırma yaparken işlem maliyetini en aza indirmesi, çevrim içi kanalın birden fazla satıcıya ulaşma bakımından kolaylık sağlaması vb. nitelikleri sebebiyle çevrim içi platformların geleneksel kanala ikame olmadığı, bilakis onu tamamlayıcı nitelik arz ettiği,
 - Platform hizmeti sunan teşebbüsler ile kendi internet sitesi üzerinden hizmet sunan teşebbüslerin faaliyetleri analiz edildiğinde ise, (i) ilan arayan tüketiciler açısından sınırlı bir ikamenin olduğu, zira araç satın alma niyetinde olan tüketicinin gerek bazı galerilerin veya yetkili bayilerin internet sitelerinden gerekse de SAHİBİNDEN'den araç ilanlarına ulaşabileceği, ancak bu kanalların SAHİBİNDEN'in ürün çeşitliliğine ulaşamayacağı, (ii) ilan verenler açısından ise iki kanal arasında ikamenin söz konusu olmadığı, nitekim kullanıcıların bu kanallar üzerinden bireysel olarak ilan veremedikleri
- değerlendirmeleri yapılmıştır.
- (98) Ayrıca Kurulun 3. Aşırı Fiyat Kararı'nda SAHİBİNDEN platformunda verilen ilanlar açısından kurumsal üyelik ve bireysel üyelik arasında da ikame analizi yapılmıştır. Bu bağlamda,
- Bireysel üyelerin, kurumsal üyelerin aksine yıl içerisindeki ilk ilanlarını ücretsiz verdikleri, ücretsiz ilan süresi dolduktan sonra ilanı yayımlamaya devam edebilmeleri için bireysel üyelerin ücret ödemesi gerektiği, ancak özellikle vasıta kategorisi için bireysel müşterilerin ücretsiz ilanlarını ücretli ilana dönüştürme oranlarının yıllar içerisinde gerilediği, dolayısıyla bireysel üyelerin SAHİBİNDEN platformunu genel olarak ücretsiz kullanmayı tercih ettikleri,
 - Kurumsal üyelere birden fazla ilanı aynı anda sabit bir fiyatla yayımlama imkânı veren "ilan paketleri" sunulduğu, paketteki ilan sayısı arttıkça ilan başına ücretin azaldığı, kurumsal müşterilere uygulanan paket fiyatlarının SAHİBİNDEN'in kriterlerine göre oluşturulan bölgeler arasında farklılaştığı

³⁰ Kurulun 01.10.2018 tarihli, 18-36/584-285 sayılı; 08.07.2021 tarihli, 21-34/475-237 sayılı ve 17.08.2023 tarihli, 23-39/754-263 sayılı kararları.

ifade edilerek kurumsal üyelik ve bireysel üyelik özelinde ayrı ilgili ürün pazarı tanımlarına yer verilmiştir. Bu çerçevede vasıta kategorisi bakımından ilgili ürün pazarları “*kurumsal üyelerin vasıta satış faaliyetlerine yönelik çevrim içi platform hizmeti*” ve “*bireysel üyelerin vasıta satış faaliyetlerine yönelik çevrim içi platform hizmetleri*” olarak tanımlanmıştır.

- (99) Mevcut karara konu iddialar, esas olarak 2023 yılı sonunda piyasaya sürülen ve C2B olarak nitelendirilen Otobid hizmetine yönelik olmakla birlikte, SAHİBİNDEN’in B2B hizmeti olan S-ATS’nin mevcudiyeti ve pazardaki iş modellerinin hibrit ve parçalı yapısı nedeniyle, bireysel üyeler yanında kurumsal üyelere yönelik de pazar tanımı yapılmasının uygun olduğu değerlendirilmektedir.
- (100) Yukarıda yer alan bilgiler doğrultusunda, incelenen teşebbüsün ana faaliyet alanları, geçmiş Kurul kararlarında yer verilen değerlendirmeler ve söz konusu kararlar sonrasında ilgili ürün pazarı tanımını değiştirmeyi gerektirecek herhangi bir gelişmenin yaşanmadığı dikkate alınarak mevcut inceleme kapsamında ilgili ürün pazarları;
- *Bireysel üyelerin vasıta satış faaliyetlerine yönelik çevrim içi platform hizmetleri pazarı* ve
 - *Kurumsal üyelerin vasıta satış faaliyetlerine yönelik çevrim içi platform hizmetleri pazarı*
- olarak belirlenmiştir.

1.5.2.2. Çevrim İçi İkinci El Araç Alım Satım Hizmetlerine İlişkin İlgili Pazar Tanımı

- (101) Türkiye’de ikinci el araç alım satım pazarında faaliyet gösteren teşebbüsler bakımından çevrim içi ve çevrim dışı (geleneksel) olmak üzere iki kanal bulunmakta olup söz konusu kanallarda oto galeriler, filo kiralama şirketleri ve çevrim içi alım satım gerçekleştiren teşebbüsler gibi birçok oyuncu bulunmaktadır. Çevrim dışı kanal, geleneksel kanal olarak da adlandırılabilir olup fiziksel sergileme ve satış alanında faaliyet gösteren oto galeriler ve bazı markaların yetkili bayileri bu kanaldaki oyunculara örnektir. Öte yandan dijitalleşmenin hız kazanmasına paralel olarak araçlara bedel tayin ederek daha sonra satmak üzere bireysel veya kurumsal müşterilerden araç satın alan veya ihale yöntemleri vasıtasıyla kendi kanalları üzerinden alım satım yapan ve çevrim içi faaliyet yürüten teşebbüsler de ortaya çıkmıştır. Çevrim içi kanalda ayrıca doğrudan araç alım satım işleminin tarafı olmayan, ancak sahip oldukları platformlar aracılığıyla ilan listeleme hizmeti vererek alıcı ve satıcı tarafı buluşturan teşebbüsler de bulunmaktadır.
- (102) Yer verilen açıklamalar doğrultusunda, ikinci el araçların alım satımının çevrim içi ve çevrim dışı kanallardan gerçekleştirildiği dikkate alınarak söz konusu kanallara ilişkin ikame analizi yapılmıştır. Bunun yanı sıra, çevrim içi mecralarda ikinci el araçların alım satımının ilan hizmeti veya alım satım hizmeti üzerinden gerçekleştirilebildiği de göz önünde bulundurularak söz konusu hizmetler arasındaki ikame ilişkisi de değerlendirilmiştir.
- (103) Bu kapsamda, diğer ilgili ürün pazarının tespiti bakımından aşağıda öncelikle, ikinci el araçların alım ve satımının yapıldığı çevrim içi ve çevrim dışı kanalların; devamında ise ikinci el araç alım ve satım hizmetleri bakımından çevrim içi ilan hizmetleri veren platformlar ile çevrim içi alım satım gerçekleştirilen teşebbüslerin birbirlerine ikame olup olmadığına ilişkin değerlendirmeler yer almaktadır.

Çevrim İçi Kanallar ile Çevrim Dışı Kanallar Arasındaki İkame Analizi

- (104) İkinci el araç alım satım hizmetleri bakımından aracını satmak isteyen ve araç satın almak isteyen kullanıcı grupları açısından çevrim içi ve çevrim dışı kanallar üzerinden sunulan hizmetlerin farklı niteliklere sahip olduğu görülmektedir. Çevrim dışı kanallarda araç alım satımı; araç almak isteyen bir kişinin fiziki olarak aracı görmesi ve test etmesi sonucunda araç alımına karar vermesi akabinde satıcıyla araç satış sözleşmesi yapmasıyla gerçekleşmektedir. Bu kapsamda, alıcılar bakımından çevrim dışı hizmetler, daha büyük bilgi toplama/araştırma maliyeti içermekteyken çevrim içi kanalda internet bağlantısının olduğu her yerden araştırma yapılması ve hizmete ulaşılması mümkün olmaktadır. Diğer kullanıcı grubu olan araç satıcıları ise çevrim içi kanalda, bulunduğu mekândan/ilçeden/ilden bağımsız olarak ülke çapında pazarlama imkânına sahip olmakta ve çok daha geniş bir alıcı kitlesine ulaşabilmektedir. Nitekim SAHİBİNDEN soruşturmalarına ilişkin geçmiş Kurul kararlarında da, çevrim içi kanalın her iki karar birimi için de zaman tasarrufu ve daha geniş mal/hizmet/tüketici gruplarına erişim sağlaması bakımından çevrim dışı kanaldan farklılaştığı değerlendirilmesine yer verilmiştir.
- (105) Konuya ilişkin olarak sektörde faaliyet göstermekte olan teşebbüslerden ikinci el araç alım satım hizmetleri bakımından çevrim dışı kanallar ve ikinci el araçlara yönelik alım satım gerçekleştirilen çevrim içi platformlar arasındaki ikame ilişkisi hakkında bilgi talebinde bulunulmuştur. Bu çerçevede, teşebbüsler tarafından sunulan cevabi yazılarda, çevrim içi ve çevrim dışı kanalların birbirleriyle teşebbüs sayısı, teşebbüslerin finansal büyüklüğü, teşebbüs başına alım satımı gerçekleştiren araç sayısı, aracını satmaya istekli kitleye erişim olanakları ve teşebbüslerin satış yöntemleri bakımından farklılaştığı ifade edilmiştir. Diğer bir deyişle çevrim içi ve çevrim dışı kanallarda faaliyet gösteren teşebbüsler arasında ölçek bakımından ciddi farklar bulunmaktadır. Ayrıca çevrim dışı kanallar, çevrim içi kanallara göre daha dar coğrafi bölgelere hitap etmektedir. Özellikle çevrim içi ilan listeleme hizmetlerine Türkiye'nin herhangi bir bölgesinden erişim sağlanabilirken çevrim dışı kanallarda faaliyet gösteren teşebbüslerle yüz yüze (çevrim dışı) etkileşim sağlanması gerekmektedir. Bu durumun sonuçlarından birisi ülke genelinde ikinci el araç talebini oluşturan tüketicilerin çevrim dışı kanallardaki araç fiyatlarını bütüncül olarak (ülke genelinde) araştıramamasıdır. Çevrim içi kanallar, fiyat araştırması ve takibi konusunda tüketicilere geniş olanaklar sunarken çevrim dışı kanallar bu olanağı sunamamaktadır. Dolayısıyla çevrim dışı kanalların ülke genelindeki ikinci el araç fiyatlarına etkisinin çevrim içi kanallara kıyasla bölgesel kalacağı ifade edilmektedir.
- (106) Kurulun 07.12.2023 tarihli ve 23-56/1114-396 sayılı kararında da erişebilirlik, zaman tasarrufu, kullanım kolaylığı, araç sayısının ve türünün fazla olması, karşılaştırma yaparken işlem maliyetini en aza indirmesi, çevrim içi kanalın birden fazla alıcıya veya satıcıya ulaşma bakımından kolaylık sağlaması gibi nitelikleri sebebiyle çevrim içi platformların çevrim dışı kanallardan farklılıkları bulunduğu tespit edilmiştir³¹.
- (107) Dolayısıyla, ikinci el araç alım satım hizmetleri bakımından çevrim dışı kanallar ve ikinci el araçlara yönelik alım satım gerçekleştirilen çevrim içi platformların hizmet sunumu,

³¹ Kurulun 08.03.2018 tarihli ve 18-07/111-58 sayılı *Çiçeksepeti*, 09.06.2016 tarihli ve 16-20/347-156 sayılı *Yemeksepeti*, 05.01.2017 tarihli ve 17-01/12-4 sayılı *Booking*, 03.1.2013 tarihli ve 13-01/7-7 sayılı *D-Market* ve 02.11.2011 tarihli ve 11-55/1442-516 sayılı *Kariyer.net*, 08.07.2021 tarihli ve 21-34/475-237 sayılı *Sahibinden.com* ve 30.09.2021 tarihli ve 21-46/655-325 sayılı *Sahibinden.com* kararları gibi çevrim içi platformlara ilişkin pek çok kararında da çevrim dışı mecra pazar tanımına dâhil edilmemiştir.

ürün farklılaştırması, ürün çeşitliliği ve erişim maliyetleri gibi farklılıkları dikkate alındığında söz konusu iki kanalın hem bireysel hem kurumsal kullanıcılar bakımından birbirlerine ikame olmadığı kanaatine varılmıştır.

İlan Hizmeti Veren Platformlar ile Çevrim İçi Alım Satım Gerçekleştirilen Platformlar Arasındaki İkame Analizi

- (108) Çevrim içi ikinci el araç alım satım pazarı, farklı iş modellerine sahip oyunculardan oluşmakla birlikte SAHİBİNDEN (www.sahibinden.com üzerinden verilen ilan listeleme hizmeti) ve ARABAMCOM gibi çevrim içi ilan hizmeti veren platformlar ile çevrim içi kanalda ikinci el araçların alım ve satımlarının gerçekleştirildiği teşebbüslerin sunulan hizmeti niteliği, bireysel ve kurumsal kullanıcılar tarafından kullanım amacı ve kullanıcılara sunduğu hizmetlerin kapsamının farklılaşması bakımından ayrıştığı görülmektedir. Bu kapsamda SAHİBİNDEN ve ARABAMCOM gibi çevrim içi ilan listeleme platformları ikinci el araç alımına ve satımına yönelik olarak bireysel ve kurumsal kullanıcılara aracılık hizmeti sunarken OTONET ve VAVACARS gibi çevrim içi alım satım gerçekleştirilen teşebbüsler, aracını satmak isteyen kullanıcılardan satın alarak kendi mülkiyetlerine geçirdikleri araçları satmakta veya düzenledikleri e-ihale yöntemleri ile çevrim içi bir ortamda araçların gerçek zamanlı satışına aracılık etmektedir.
- (109) Öneraştırma kapsamında çevrim içi ikinci el araç alım satım hizmetleri sunan teşebbüsler tarafından iletilen görüşler doğrultusunda da çevrim içi ilan listeleme hizmeti veren platformlar ile ikinci el araç araçların çevrim içi alımı ve satımı gerçekleştirilen platformlar arasında ikame ilişkisi bulunmadığı anlaşılmaktadır. Bu çerçevede, çevrim içi ilan listeleme platformlarının bireysel ve kurumsal ikinci el araç sahipleri ve müşterileri için pazar yeri görevi gördüğü, ikinci el araç ticareti ile uğraşan kurumsal firmaların ve bireysel araç sahiplerinin ise listeleme platformlarında araçlarını sergilediği ifade edilmektedir.
- (110) Çevrim içi ilan listeleme platformlarının ikinci el vasıta pazar fiyatlarının oluşmasında ve pazar talebinde belirleyici bir rol oynadığı ve çevrim içi alım satım gerçekleştiren teşebbüslerin ilan listeleme platformlarını takip ettiği görülmekle birlikte ikinci el araç alım satım sürecine giren tüm bireysel kullanıcıların, özellikle en yüksek araç ilan adedine ve çevrim içi trafiğe sahip olan SAHİBİNDEN'e uğradıklarının varsayıldığı anlaşılmaktadır. Çevrim içi ilan listeleme platformları hem aracını satmak isteyen hem de araç satın almak isteyen taraflar için bir bilgi ve takip kaynağıdır. Çevrim içi ilan listeleme platformları pazar araştırması yapmak ve piyasa trendlerini takip etmek için kullanılabilirken çevrim içi alım satım gerçekleştiren teşebbüsler için bu tür veriler girdi niteliğindedir. Nitekim çevrim içi alım satım gerçekleştiren teşebbüslerin çevrim içi ilan listeleme platformlarının kullanıcısı olması yaygın bir durumken bunun aksi gözlemlenmemiştir.
- (111) Sektörde faaliyet gösteren teşebbüsler tarafından sunulan cevabi yazılarda çevrim içi ilan listeme hizmeti veren platformlar ile çevrim içi ikinci el araç alım satım platformlarının birbirleri ile tamamlayıcı ilişki içinde olduğu görüşü öne çıkmaktayken bazı teşebbüsler de söz konusu platformların birbirleri ile ikame edilebilir olduğunu ifade etmektedir. Bununla birlikte, 07.12.2023 tarihli ve 23-56/1114-396 sayılı Kurul kararında da dile getirildiği üzere, esasen iki hizmeti de sunan teşebbüslerin sundukları hizmetin niteliği, kapsamı, araç almak veya satmak isteyen son kullanıcılara yönelik işlevleri, içerdikleri araç sayısı ve çeşitliliği bakımından birbirlerinden ayrışan özellikleri bulunmaktadır. Şöyle ki çevrim içi ilan listeleme platformlarında herhangi bir alım satım işlemi gerçekleşmemekte, araç satın almak isteyen alıcılar kendi çabalarıyla satıcı ile

iletişime geçmekte, bu da en nihayetinde bir güven sorunu yaratabilmektedir. Oysaki çevrim içi alım satım gerçekleştirilen teşebbüsler ya mülkiyetlerinde bulunan araçları satmakta ya da araçların satışına düzenlenen e-ihaleler vasıtasıyla aracılık etmektedir. Söz konusu teşebbüslerde ise araç satışı gerçekleştiren tarafların genellikle büyük kurumsal firmalar olması nedeniyle alıcılar açısından daha güvenilir bir seçenek ortaya çıkmaktadır. Bunun yanı sıra, ilan listeleme platformlarından farklı olarak aracın kurumsal bir ekspertiz firması ya da teşebbüsün kendi eksperleri aracılığıyla tespit edilen hasar ve mekanik durumu araç almak isteyenlere sunulmaktadır. Ayrıca kimi çevrim içi alım satım teşebbüsleri araç satışının yanında fiyatlama, sigorta, kredi, bakım, lastik hizmeti gibi tamamlayıcı hizmetler de sunabilmektedir. Dolayısıyla, iki pazarın farklı rekabet koşullarına da tabi olduğu göz önünde bulundurularak hem bireysel hem de kurumsal kullanıcılar bakımından çevrim içi ilan hizmeti veren platformlar ile ikinci el araç alım satım faaliyetleri gerçekleştirilen teşebbüslerin birbirleri ile ikame edilebilir olmadığı kanaatine varılmıştır.

- (112) Sonuç olarak, yukarıda yer verilen değerlendirmeler doğrultusunda; dosya kapsamında bir diğer ilgili ürün pazarı “*çevrim içi ikinci el araç alım satım hizmetleri pazarı*” olarak tanımlanmıştır. Bununla birlikte, dosya kapsamında tanımlanmasına ihtiyaç görülmemesine karşın SAHİBİNDEN’in varsayımsal olarak en dar pazar olan “*çevrim içi ikinci el bireysel kullanıcıdan araç alım hizmeti*” pazarındaki konumu da hâkim durum değerlendirmesinde dikkate alınmıştır.

I.5.3. İlgili Coğrafi Pazar

- (113) İlgili ürün pazarı olarak tanımlanmış olan çevrim içi ikinci el araç alım satımına yönelik platform hizmetleri coğrafi bakımdan farklılaşmamakta olup ikinci el araç alım ve satım faaliyetleri yürüten galeriler, filolar, bireysel veya kurumsal kullanıcılar internet erişimi sağlanan herhangi bir bölgeden bu hizmetlerden faydalanabilmektedir. Hizmetin anılan niteliği ve SAHİBİNDEN hakkında yürütülen geçmiş soruşturmalar da dikkate alınarak ilgili coğrafi pazar “Türkiye” olarak tespit edilmiştir.

I.6. Değerlendirme

- (114) 4054 sayılı Kanun’un 6. maddesi kapsamında incelenen bir davranışın ihlal teşkil edebilmesi için davranışı gerçekleştiren teşebbüsün ilgili pazarda hâkim durumda olması ve davranışın bir kötüye kullanma niteliği taşıması gerekmektedir. Bu çerçevede aşağıda öncelikle SAHİBİNDEN’e ilişkin hâkim durum değerlendirmesine, ardından ise SAHİBİNDEN’in inceme konusu davranışlarının kötüye kullanma teşkil edip etmediğine ilişkin değerlendirmeye yer verilecektir.

I.6.1. SAHİBİNDEN’e İlişkin Hâkim Durum Değerlendirmesi

I.6.1.1. Vasıta Kategorisindeki Çevrim İçi İlan Listeleme Hizmetleri Pazarına Yönelik Hâkim Durum Analizi

- (115) 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.
- (116) Hâkim Durumdaki Teşebbüslerin Dışlayıcı Kötüye Kullanma Niteliğindeki Davranışlarının Değerlendirilmesine İlişkin Kılavuz’da (Hâkim Durum Kılavuzu) 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.

- (117) Hâkim durum değerlendirmesine geçmeden önce SAHİBİNDEN hakkında alınan ve yukarıda detaylarına yer verilmiş olan geçmiş tarihli Kurul kararlarının üzerinde durmak yerinde olacaktır. 2. Aşırı Fiyat Kararı'nda SAHİBİNDEN'in ve rakiplerinin 2015-2017 dönemine ilişkin olarak *"kurumsal üyelerin vasıta satış faaliyetlerine yönelik çevrim içi platform hizmeti"* pazarındaki konumu incelenmiş olup SAHİBİNDEN'in bahsedilen dönem bakımından anılan pazarda, 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 söz konusu pazarda hâkim durumda olduğu tespiti yapılmıştır. Benzer şekilde, 3. Aşırı Fiyat Kararı'nda ise 2018-2020 dönemi incelenerek SAHİBİNDEN'in *"kurumsal üyelerin vasıta satış faaliyetlerine yönelik çevrim içi platform hizmeti"* ve *"bireysel üyelerin vasıta satış faaliyetlerine yönelik çevrim içi platform hizmeti"* pazarlarında hâkim durumda bulunduğu tespit edilmiştir. 13.07.2023 tarihli ve 23-31/604-204 sayılı Kurul kararında ise hâkim durum değerlendirmesinde 2020-2022 dönemi dikkate alınmış olup SAHİBİNDEN'in yine sözü edilen iki pazarda hâkim durumda olduğu değerlendirilmiştir. Benzer şekilde, Kurulun Veri Taşınabilirliği kararı ile 07.12.2023 tarihli ve 23-56/1114-396 sayılı kararında da SAHİBİNDEN'in *"kurumsal üyelerin vasıta satış faaliyetlerine yönelik çevrim içi platform hizmeti"* ve *"bireysel üyelerin vasıta satış faaliyetlerine yönelik çevrim içi platform hizmeti"* pazarlarında hâkim durumda olduğuna karar verilmiştir. Mevcut dosya kapsamındaki hâkim durum analizi de bir önceki Kurul kararında esas alınan döneme 2024 verilerinin eklenmesi suretiyle gerçekleştirilmiştir³².
- (118) Rekabet hukuku analizlerinde belirli bir piyasada pazar gücünün tespitinde kullanılan en önemli gösterge, incelenen teşebbüsün ve rakiplerinin pazar payıdır. Hâkim Durum Kılavuzu'nda 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.
- (119) SAHİBİNDEN, ikinci el vasıta satışı 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 çerçevede, devam eden bölümde ilan sayıları, üye sayıları, üyelik geliri, sayfa görüntüleme sayıları ve pazarlama, satış ve dağıtım giderleri esas alınarak hesaplanan pazar payı bilgilerine yer verilmektedir.

³² Mevcut dosya kapsamında yapılan analizler çerçevesinde Otobid'in kullanıma sunulduğu tarih aralığını kapsayacak şekilde Kasım 2023-Kasım 2024 dönemi esas alınmıştır.

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

- (120) Kurumsal üyelerin vasıta satış faaliyetlerine yönelik çevrim içi platform hizmetleri pazarında SAHİBİNDEN'in ve ARABAMCOM'un rakibi olduğu tespit edilen ARABAMCOM'un 2022-2024 (Kasım) dönemindeki pazar payı bilgileri aşağıdaki tabloda yer almaktadır.

Tablo 4: 2022-2024 (Kasım) Dönemi İtibarıyla Kurumsal Üyelerin Vasıta Satış Faaliyetlerine Yönelik Çevrim İçi Platform Hizmetlerinde SAHİBİNDEN'in ve Rakibinin Pazar Payları (%)

Pazar Payı Hesabında Dikkate Alınan Kriterler	Teşebbüsler	2022	2023	Kasım 2023 - Kasım 2024
Kurumsal İlan Sayısı	SAHİBİNDEN	(....)	(....)	(....)
	ARABAMCOM	(....)	(....)	(....)
Kurumsal Üye Sayısı	SAHİBİNDEN	(....)	(....)	(....)
	ARABAMCOM	(....)	(....)	(....)
Kurumsal Üyelerden Elde Edilen Gelirler	SAHİBİNDEN	(....)	(....)	(....)
	ARABAMCOM	(....)	(....)	(....)
Kaynak: Teşebbüslerden Elde Edilen Veriler ve Dosya Kapsamında Yapılan Hesaplamalar.				

- (121) Yukarıdaki tablo incelendiğinde, kurumsal ilan sayısı, kurumsal üye sayısı ve kurumsal üyelerden elde edilen gelirler bakımından SAHİBİNDEN'in 2022-2024 (Kasım) 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 ilan sayısına bakıldığında, SAHİBİNDEN'in 2022-2024 (Kasım) döneminde ortalama pazar payının %(....) ile ARABAMCOM'un ortalama pazar payının yaklaşık (....) katı olduğu anlaşılmaktadır. Kurumsal üye sayısına bakıldığında, SAHİBİNDEN'in 2022-2024 (Kasım) döneminde ortalama pazar payının %(....) ile ARABAMCOM'un ortalama pazar payının yaklaşık (....) katı olduğu görülmektedir. Teşebbüslerin kurumsal üyelerden elde ettiği gelirler göz önünde bulundurulduğunda ise SAHİBİNDEN'in 2022-2024 (Kasım) döneminde %(....) ortalama pazar payıyla ARABAMCOM'un ortalama pazar payının yaklaşık (....) katı büyüklüğe sahip olduğu görülmektedir.
- (122) 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 oldukça güçlü bir konumda olduğu anlaşılmaktadır.

Bireysel Üyelerin Vasıta Satış Faaliyetlerine Yönelik Çevrim İçi Platform Hizmeti Pazarındaki Pazar Payı Gelişimi

- (123) Bireysel üyelerin vasıta satış faaliyetlerine yönelik çevrim içi platform hizmetleri pazarında SAHİBİNDEN'in ve rakipleri ARABAMCOM ile OTOKOÇ'un³³ 2022-2024 (Kasım) dönemindeki pazar payı bilgileri aşağıdaki tabloda yer almaktadır.

Tablo 5: 2022-2024/11 Dönemi İtibarıyla Bireysel Üyelerin Vasıta Satış Faaliyetlerine Yönelik Çevrim İçi Platform Hizmetlerinde SAHİBİNDEN'in ve Rakiplerinin Pazar Payları (%)

Pazar Payı Hesabında Dikkate Alınan Kriterler	Teşebbüsler	2022	2023	Kasım 2023 - Kasım 2024
Bireysel İlan Sayısı	SAHİBİNDEN	(.....)	(.....)	(.....)
	ARABAMCOM	(.....)	(.....)	(.....)
	OTOKOÇ	(.....)	(.....)	(.....)
Bireysel Üye Sayısı	SAHİBİNDEN	(.....)	(.....)	(.....)
	ARABAMCOM	(.....)	(.....)	(.....)
	OTOKOÇ	(.....)	(.....)	(.....)
Bireysel Üyelerden Elde Edilen Gelirler	SAHİBİNDEN	(.....)	(.....)	(.....)
	ARABAMCOM	(.....)	(.....)	(.....)
	OTOKOÇ	(.....)	(.....)	(.....)
Kaynak: Teşebbüslerden Elde Edilen Veriler ve Dosya Kapsamında Yapılan Hesaplamalar.				

- (124) Yukarıdaki tablo incelendiğinde, 2022-2024 (Kasım) döneminde bireysel ilan sayısı, bireysel üye sayısı ve bireysel üye gelirleri bakımından SAHİBİNDEN'in en yüksek pazar payına sahip teşebbüs konumunda olduğu görülmektedir. Tabloda yer verilen bireysel ilan sayısına bakıldığında SAHİBİNDEN'in 2022-2024 (Kasım) dönemindeki ortalama pazar payının %(.....) ile ARABAMCOM'un yaklaşık (.....) katı, OTOKOÇ'un yaklaşık (.....) katı olduğu anlaşılmaktadır. Bireysel üye sayısına bakıldığında, SAHİBİNDEN'in 2022-2024 (Kasım) dönemindeki ortalama pazar payının %(.....) ile ARABAMCOM'un yaklaşık (.....) katı, OTOKOÇ'un yaklaşık (.....) katı olduğu anlaşılmaktadır. Teşebbüslerin bireysel üyelerden elde ettiği gelirlere bakıldığında da SAHİBİNDEN'in pazar payının %(.....)'un üzerinde olduğu görülmekte ve 2024 yılında sırasıyla %(.....) pazar payıyla ARABAMCOM ile OTOKOÇ'un oldukça önünde olduğu görülmektedir.
- (125) Söz konusu veriler dikkate alındığında, ARABAMCOM ile OTOKOÇ'un 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 tespit edilmektedir. Dolayısıyla, yukarıda bahsedilen göstergeler ışığında SAHİBİNDEN'in bireysel üyelerin vasıta satış faaliyetlerine yönelik çevrim içi platform hizmeti pazarında oldukça güçlü bir konumda olduğu değerlendirilmektedir.
- (126) SAHİBİNDEN'in vasıta satış faaliyetlerine yönelik (hem bireysel hem de kurumsal üyelerin) çevrim içi platform hizmeti pazarındaki rakiplerinin söz konusu güçlü konumla rekabet edebilmek adına ne derece yatırım gerçekleştirdiklerini somutlaştırmak

³³ OTOKOÇ, 06.02.2024 tarihi itibarıyla bireysel kullanıcılara platform hizmeti sunmaya başlamıştır. Dolayısıyla kararın devamında OTOKOÇ hakkında yer verilen veriler Şubat 2024 – Kasım 2024 dönemine ilişkindir. (.....).

amacıyla, pazarlama, satış ve dağıtım giderleri (PSDG) ve PSDG'nin toplam gelir içerisindeki payı da incelenmiştir. Söz konusu analiz aşağıda tabloda aktarılmaktadır.

Tablo 6: 2022-2024/11 Dönemi İtibarıyla Vasıta Satış Faaliyetlerine Yönelik Çevrim İçi Platform Hizmetleri Kapsamında PSDG ve Toplam Elde edilen Gelir İçerisindeki Payı (%)

Teşebbüsler	Hesaplama Dikkate Alınan Kriterler	2022	2023	Kasım 2023 - Kasım 2024
SAHİBİNDEN	Toplam Elde Edilen Gelir	(.....)	(.....)	(.....)
	Toplam PSDG	(.....)	(.....)	(.....)
	Toplam Elde Edilen Gelir İçerisinde PSDG'nin Oranı (%)	(.....)	(.....)	(.....)
ARABAMCOM	Toplam Elde Edilen Gelir	(.....)	(.....)	(.....)
	Toplam PSDG	(.....)	(.....)	(.....)
	Toplam Elde Edilen Gelir İçerisinde PSDG'nin Oranı (%)	(.....)	(.....)	(.....)
OTOKOÇ	Toplam Elde Edilen Gelir	(.....)	(.....)	(.....)
	Toplam PSDG	(.....)	(.....)	(.....)
	Toplam Elde Edilen Gelir İçerisinde PSDG'nin Oranı (%)	(.....)	(.....)	(.....) ³⁴
Kaynak: Teşebbüslerden Elde Edilen Veriler ve Dosya Kapsamında Yapılan Hesaplamalar.				

- (127) Yukarıda yer verilen tablo incelendiğinde SAHİBİNDEN'in 2022-2024 (Kasım) döneminde vasıta satış faaliyetlerine yönelik çevrim içi platform hizmetleri kapsamında ortalama olarak (.....) TL gelir elde ettiği ve bu gelirin ortalama (.....) TL'sini pazarlama, satış ve dağıtım harcadığı, ARABAMCOM'un ortalama olarak (.....) TL gelir elde ettiği bu gelirin ortalama (.....) TL'sini pazarlama, satış ve dağıtım harcadığı, OTOKOÇ'un ise (.....) TL pazarlama, satış ve dağıtım harcaması yaptığı görülebilmektedir. Bu doğrultuda elde edilen verilere göre, SAHİBİNDEN gelirinin %(.....)'ini pazarlama, satış ve dağıtım ayırırken ARABAMCOM gelirinin %(.....) pazarlama, satış ve dağıtım ayırmaktadır. SAHİBİNDEN'in harcaması oransal anlamda ARABAMCOM'un harcamasından düşük olsa da sayısal anlamda ARABAMCOM'un harcamasının neredeyse (.....) katıdır.
- (128) Son olarak SAHİBİNDEN'in ve SAHİBİNDEN'in vasıta satış faaliyetlerine yönelik (hem bireysel hem de kurumsal üyelerin) çevrim içi platform hizmeti pazarındaki rakiplerinin sayfa görüntülenme sayıları üzerinden bir analiz yapılmıştır. Sayfa görüntülenme sayıları göz önünde bulundurulduğunda SAHİBİNDEN'in 2022-2024 (Kasım) döneminde %(.....) ortalama pazar payıyla ARABAMCOM'un yaklaşık (.....) katı, OTOKOÇ'un yaklaşık (.....) katı büyüklüğe sahip olduğu görülmektedir. Bahse konu verilere aşağıdaki tabloda yer verilmektedir.

Tablo 7: 2022-2024 (Kasım) Dönemi İtibarıyla Sayfa Görüntülenme Sayısı Bazında SAHİBİNDEN'in ve Vasıta Satış Faaliyetlerine Yönelik Çevrim İçi Platform Hizmetleri Pazarındaki Rakiplerinin Pazar Payları (%)

Teşebbüsler	2022	2023	Kasım 2023 – Kasım 2024
SAHİBİNDEN	(.....)	(.....)	(.....)
ARABAMCOM	(.....)	(.....)	(.....)
OTOKOÇ	(.....)	(.....)	(.....)
Kaynak: Teşebbüslerden Elde Edilen Veriler ve Dosya Kapsamında Yapılan Hesaplamalar.			

³⁴ (.....).

- (129) İlâveten geçmiş tarihli Kurul kararlarında hâkim durum değerlendirmesinde pazar payı analizinin yanı sıra çevrim içi ilan listeleme hizmetinin çok taraflı platform olma özelliğine bağlı olarak ağ dışsallıklarına tabi olması, ölçek ekonomileri, SAHİBİNDEN'in sahip olduğu yüksek marka bilinirliği, finansal ve ekonomik gücünün pazara giriş ve pazarda büyüme engeli yarattığı ve pazardaki alıcıların SAHİBİNDEN'e karşı dengeleyici bir unsur olma gücünün bulunmadığı değerlendirilmiştir. Anılan Kurul kararlarının oldukça güncel olması ve mevcut dosya kapsamında da ilgili pazarlarda SAHİBİNDEN'in hâkim durumunu değiştirecek nitelikte bir gelişme yaşanmaması göz önünde bulundurularak SAHİBİNDEN'in *"kurumsal üyelerin vasıta satış faaliyetlerine yönelik çevrim içi platform hizmeti"* ile *"bireysel üyelerin vasıta satış faaliyetlerine yönelik çevrim içi platform hizmeti"* pazarlarında hâkim durumda olduğu kanaatine varılmıştır.

1.6.1.2. SAHİBİNDEN'in Çevrim İçi İkinci El Araç Alım Satım Pazarındaki Konumu

- (130) SAHİBİNDEN'in çevrim içi ilan listeleme hizmetleri pazarında hâkim durumda bulunduğunun tespitinin akabinde, çevrim içi ikinci el araç alım satım hizmetleri pazarı bakımından da teşebbüsün konumunun ortaya konulması önem arz etmektedir. Bu doğrultuda, bu başlık altında SAHİBİNDEN'in ilgili pazardaki konumu, teşebbüslerden elde edilen veriler ışığında değerlendirilecektir. Bununla beraber, çevrim içi ikinci el araç alım satım hizmetleri pazarında faaliyet gösteren oyuncular, tedarik kanalları ve hizmet sunuş biçimleri bakımından tekdüze bir nitelik taşımamakta, aksine birbirinden oldukça farklılaşan iş modellerini benimsemektedir³⁵. Dolayısıyla önaraştırma sürecinde elde edilen veriler, pazar hakkında bir ön bilgi oluşturma amacıyla, uygun düştüğü ölçüde toplulaştırılmıştır.
- (131) SAHİBİNDEN, çevrim içi ikinci el araç alım satım hizmetleri pazarındaki faaliyetlerine 2023 yılının Mart ayında S-ATS ile başlamış, 2023 yılının Kasım ayında ise Otobid hizmetini sunmaya başlayarak pazardaki faaliyetlerini bireysel kullanıcılara doğru genişletmiştir. S-ATS hizmeti temelde, kurumsal satıcıların ikinci el araçlarını ihale usulüyle SAHİBİNDEN'in vasıta kategorisindeki kurumsal müşterilerine satışına imkân tanırken Otobid, bireysel satıcıların ikinci el araçlarını ihale usulüyle SAHİBİNDEN'in vasıta kategorisindeki kurumsal müşterilerine satışına imkân tanımaktadır. Diğer bir ifadeyle SAHİBİNDEN, mevcut durumda, kurumsal ve bireysel satıcıların ikinci el vasıtalarının, kurumsal alıcılara ihale yoluyla satılmasına aracılık etmektedir.
- (132) Yukarıda bahsedildiği üzere, Hâkim Durum Kılavuzu'na göre belirli bir teşebbüsün pazardaki konumu incelenirken ilk olarak teşebbüsün mevcut pazar payına bakılmaktadır. Bu çerçevede SAHİBİNDEN ve rakiplerinin pazar payları ilk olarak ilgili hizmet kapsamında elde edilen gelirler bakımından incelenmiştir.

³⁵ Bazı teşebbüsler tüketicilerden veya galerilerden tedarik ettikleri araçların çevrim içi ortamda yeniden satıcısı olarak faaliyet gösterirken bazı teşebbüsler çevrim içi araç alım satım işlemine e-ihale gibi yöntemlerle aracılık etmekte veya aynı anda her iki iş modelinde de faaliyet göstermektedir. Ayrıca pazardaki teşebbüslerin kendi nam ve hesabına gerçekleştirdikleri veya aracılık ettikleri araç alım satım işlemlerini muhasebeleştirme yöntemleri de birbirlerinden farklılaşabilmektedir. Örneğin bazı teşebbüsler e-ihale gibi yöntemlerle alım satımına aracılık ettikleri araçları önce kendi mülkiyetine geçirmekte ve ardından alıcıya devretmektedir. Esasen bu iş modelinde de teşebbüsler yalnızca komisyon/hizmet geliri elde ederken satış değerleri (veya ciroları) bu iş modeliyle çalışmayan rakiplerine göre oldukça yüksek tutarlara ulaşabilmektedir.

Tablo 8: 2023 Kasım – 2024 Kasım Dönemi Çevrim İçi İkinci El Araç Alım Satım Hizmetleri Pazarında SAHİBİNDEN'in ve Rakiplerinin Kurumsal Satışlardan Elde Ettiği Gelir Üzerinden Hesaplanan Pazar Payları (%)

TEŞEBBÜS	2023/11 ³⁶	2023/12	2024/1	2024/2	2024/3	2024/4	2024/5	2024/6	2024/7	2024/8	2024/9	2024/10	2024/11
SAHİBİNDEN ³⁷	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ARABAMCOM	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
VAVACARS	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
KAVAK	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
AUTOROLA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
BORUSAN ³⁸	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
İKİNCİYENİ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MÜZAYEDE	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
OTOCASH	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
OTOKOÇ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
OTONET	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
OTOSHOPS	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
LETGO ³⁹	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
TOPLAM	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Kaynak: Teşebbüslerden Elde Edilen Veriler Doğrultusunda Dosya Kapsamında Yapılan Hesaplamalar.													

³⁶ Kasım ayı verileri bazı teşebbüsler tarafından 20.11.2023-30.11.2023 tarihlerine ilişkin olarak, bazıları tarafından ise takvim ayı bazında sunulduğundan tablo pazarın genel durumunu olduğu gibi yansıtmayabilecektir.

³⁷ Tabloda SAHİBİNDEN'in pazar payı Otobid ve S-ATS gelirleri dikkate alınarak hesaplanmıştır.

³⁸ Verilerinde tutarsızlık tespit edilen veya talep edildiği gibi veri sunamayan teşebbüslere ait veriler, hesaplamalarda dikkate alınmamıştır. (.....).

³⁹ Bkz. 38 numaralı dipnot. (.....).

- (133) Yukarıdaki tablo incelendiğinde, çevrim içi ikinci el araç alım satım pazarında çok parçalı bir yapının mevcut olduğu ve teşebbüslerin gelir bakımından pazar paylarının incelenen dönemde değişkenlik gösterdiği görülmektedir. SAHİBİNDEN, Otobid hizmetini piyasaya sürdüğü 2023 yılının Kasım ayında elde edilen gelir bazında %(.....) pazar payına sahipken bir yıl içerisinde payını neredeyse iki katına çıkartarak %(.....) paya ulaşmıştır. Mevcut pazar koşullarında ise ARABAMCOM %(.....) pazar payıyla pazar lideri konumundadır. ARABAMCOM'u %(.....) pazar payıyla VAVACARS, %(.....) pazar payıyla OTOCASH takip etmektedir. SAHİBİNDEN mevcut durumda pazar (.....) konumunda bulunmaktadır.
- (134) Dijital pazarlarda belirli bir teşebbüsün pazardaki konumu incelenirken tercih edilen ölçütlerden bir diğeri de ilgili teşebbüsün hizmetini sunduğu internet sitesinin trafik verisidir. Söz konusu pazarın temel girdisini kurumsal veya bireysel üçüncü tarafların vasıtaları oluşturduğundan incelenen teşebbüsün trafiği ne kadar yüksekse o kadar çok bilinirliğe ve dolayısıyla pazarda büyüme potansiyeline ulaşacağı söylenebilecektir. Bu çerçevede aşağıda SAHİBİNDEN'in ve rakiplerinin çevrim içi ikinci el araç alım satım hizmetleri pazarındaki trafik verileri bazında hesaplanan pazar paylarına yer verilmektedir.

Tablo 9: 2023 Kasım – 2024 Kasım Dönemi Çevrim İçi İkinci El Araç Alım Satım Hizmetleri Pazarında SAHİBİNDEN'in ve Rakiplerinin Aldıkları Trafik Üzerinden Hesaplanan Pazar Payları (%)

TEŞEBBÜS	2023/11 ⁴⁰	2023/12	2024/1	2024/2	2024/3	2024/4	2024/5	2024/6	2024/7	2024/8	2024/9	2024/10	2024/11
SAHİBİNDEN ⁴¹	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
ARABAMCOM	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
VAVACARS	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
KAVAK	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
AUTOROLA	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
BORUSAN	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
İKİNCİYENİ	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
MÜZAYEDE	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
OTOCASH	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
OTOKOÇ	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
OTONET	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
OTOSHOPS	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
LETGO	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
TOPLAM	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Kaynak: Teşebbüslerden Elde Edilen Veriler ve Dosya Kapsamında Yapılan Hesaplamalar.													

⁴⁰ Bkz. 36 numaralı dipnot.

⁴¹ Yukarıda yer verilen tabloda SAHİBİNDEN'in pazar payı yalnızca Otobid hizmeti dikkate alınarak hesaplanırken ARABAMCOM, VAVACARS, LETGO gibi rakiplerin pazar payı, söz konusu teşebbüsler verileri ayrıştırarak sunmadığından, bütün hizmetlerinin trafik verileri dikkate alınarak hesaplanmıştır.

- (135) Yukarıda yer verilen tabloda SAHİBİNDEN'in pazar payı yalnızca Otobid hizmeti üzerinden elde ettiği trafik dikkate alınarak hesaplanmıştır. Her ne kadar sunulan tabloda yer alan veriler tüm teşebbüsler bakımından yeknesaklaştırılmıyor olsa da ilgili verilerin en azından gösterge teşkil edebileceği değerlendirilmektedir. SAHİBİNDEN'in diğer teşebbüslere karşılık tüm trafiğinin dikkate alınmadığı senaryoda dahi, Otobid hizmetini piyasaya sürdüğü sene içerisinde pazar payını (.....) katına (%(.....)) çıkararak pazar (.....) yükselmesi dikkat çekicidir. Bunun yanında, bütün trafiği dikkate alınarak hesaplanan pazar paylarına göre ARABAMCOM 2024 yılının Kasım ayında %(.....) pazar payıyla pazar lideri konumunda iken LETGO aynı dönemde %(.....) pazar payıyla pazar (.....) konumundadır.
- (136) İlaveten, inceleme konusu pazarın temel iş modeli, araçların çevrim içi yollar ile alınıp kurumsal müşterilere satılması olduğundan satılan araç sayısı ve vasıta satın alan kurumsal kullanıcı sayısı gibi ölçütler de pazar payı incelemesinde dikkate alınabilecektir. Bu çerçevede SAHİBİNDEN'in ve rakiplerinin bu ölçütlere göre hesaplanan pazar paylarına aşağıda yer verilmektedir.

25-02/47-28

Tablo 10: SAHİBİNDEN'in ve Rakiplerinin Satılan Araç Sayısı ve Vasıta Satın Alan Kurumsal Kullanıcı Sayısı Ölçütleri Bakımından Hesaplanan Pazar Payları (%)

Satılan Araç Sayısı (%)													
TEŞEBBÜS	2023/11 ⁴²	2023/12	2024/1	2024/2	2024/3	2024/4	2024/5	2024/6	2024/7	2024/8	2024/9	2024/10	2024/11
SAHİBİNDEN	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
ARABAMCOM	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
VAVACARS	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
KAVAK	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
AUTOROLA	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
BORUSAN	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
İKİNCİYENİ	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
MÜZAYEDE	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
OTOCASH	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
OTOKOÇ	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
OTONET	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
OTOSHOPS	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
LETGO ⁴³	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
TOPLAM	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Vasıta Satın Alan Kurumsal Kullanıcı Sayısı (%)													
TEŞEBBÜS	2023/11 ⁴⁴	2023/12	2024/1	2024/2	2024/3	2024/4	2024/5	2024/6	2024/7	2024/8	2024/9	2024/10	2024/11
SAHİBİNDEN	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
ARABAMCOM	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
VAVACARS	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
KAVAK	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
AUTOROLA	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
BORUSAN	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
İKİNCİYENİ	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
MÜZAYEDE	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
OTOCASH	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
OTOKOÇ	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
OTONET	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
OTOSHOPS ⁴⁵	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
LETGO ⁴⁶	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
TOPLAM	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Kaynak: Teşebbüslerden Elde Edilen Veriler Doğrultusunda Dosya Kapsamında Yapılan Hesaplamalar.													

⁴² Bkz. 36 numaralı dipnot.⁴³ Bkz. 38 numaralı dipnot.⁴⁴ Bkz. 36 numaralı dipnot.⁴⁵ Bkz. 38 numaralı dipnot.⁴⁶ Bkz. 38 numaralı dipnot.

- (137) Yukarıda yer alan tablo incelendiğinde, 2024 yılının Kasım ayında satılan araç sayısı bakımından ARABAMCOM'un %(.....) pazar payıyla lider konumunda olduğu görülmekte, ARABAMCOM'u sırasıyla %(.....), %(.....) ve %(.....) pazar paylarıyla OTOKOÇ, VAVACARS ve OTONET takip ettiği görülmektedir. İlgili dönemde SAHİBİNDEN ise %(.....) pazar payıyla pazar (.....) konumundadır. Vasıta satın alan kurumsal kullanıcı sayısı bakımından da pazar durumu benzer bir yapı sergilemekte; ARABAMCOM 2024 yılının Kasım ayında %(.....) pazar payıyla lider konumdayken OTOKOÇ, OTONET, SAHİBİNDEN ve VAVACARS, sırasıyla %(.....), %(.....), %(.....) ve %(.....) pazar paylarıyla ARABAMCOM'u takip etmektedir.
- (138) Yukarıda yer verilen ve geniş anlamda çevrim içi ikinci el araç alım satım pazarı hakkında bilgi sunan verilerin yanında, şikâyet konusunun SAHİBİNDEN'in Otobid hizmeti olması sebebiyle; gerçekleşen randevu sayısı ve vasıtasını satan bireysel kullanıcı sayısı gibi daha dar ölçütler üzerinden de pazardaki durum incelenmiştir. Bu çerçevede SAHİBİNDEN'in ve rakiplerinin pazar payları aşağıda sunulmaktadır.

Tablo 11: SAHİBİNDEN'in ve Rakiplerinin Gerçekleşen Randevu Sayısı ve Vasıtasını Satan Bireysel Kullanıcı Sayısı Ölçütleri Bakımından Hesaplanan Pazar Payları (%)

Gerçekleşen Randevu Sayısı (%)													
TEŞEBBÜS	2023/11 ⁴⁷	2023/12	2024/1	2024/2	2024/3	2024/4	2024/5	2024/6	2024/7	2024/8	2024/9	2024/10	2024/11
SAHİBİNDEN	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
ARABAMCOM	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
VAVACARS	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
KAVAK	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
AUTOROLA	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
BORUSAN	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
İKİNCİYENİ	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
MÜZAYEDE	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
OTOCASH	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
OTOKOÇ	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
OTONET	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
OTOSHOPS	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
LETGO	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
TOPLAM	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Vasıtasını Satan Bireysel Kullanıcı Sayısı (%)													
TEŞEBBÜS	2023/11 ⁴⁸	2023/12	2024/1	2024/2	2024/3	2024/4	2024/5	2024/6	2024/7	2024/8	2024/9	2024/10	2024/11
SAHİBİNDEN	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
ARABAMCOM	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
VAVACARS	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
KAVAK	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
AUTOROLA	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
BORUSAN	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
İKİNCİYENİ	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
MÜZAYEDE	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
OTOCASH	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
OTOKOÇ ⁴⁹	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
OTONET	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
OTOSHOPS ⁵⁰	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
LETGO	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
TOPLAM	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Kaynak: Teşebbüslerden Elde Edilen Veriler ve Dosya Kapsamında Yapılan Hesaplamalar.

⁴⁷ Bkz. 36 numaralı dipnot.⁴⁸ Bkz. 36 numaralı dipnot.⁴⁹ Bkz. 38 numaralı dipnot.⁵⁰ Bkz. 38 numaralı dipnot.

- (139) Yukarıda yer verilen tablolar bütüncül bir şekilde incelendiğinde, 2024 yılının Kasım ayı itibarıyla gerçekleşen randevu sayısı ve vasıtasını satan bireysel kullanıcı sayısı ölçütleri bakımından ARABAMCOM sırasıyla %(.....) ve %(.....) pazar paylarıyla lider konumda; SAHİBİNDEN %(.....) ve %(.....) pazar paylarıyla pazar (.....) konumundadır. Dolayısıyla SAHİBİNDEN'in pazarda faaliyet gösterdiği süre içerisinde Otobid hizmetinin bilinirliğini artırdığı ancak bu artışı henüz randevu sayısına ve daha da önemlisi vasıta satışına yönlendiremediği değerlendirilmektedir.
- (140) Bununla birlikte yukarıda aktarılan gerçekleşen randevu sayısı ve vasıtasını satan bireysel kullanıcı sayısı yanında hizmete başvuran kullanıcı sayıları da incelenmiştir. 2023 Kasım – 2024 Kasım döneminde SAHİBİNDEN'in ve rakiplerinin hizmete başvuran bireysel kullanıcı sayılarına aşağıdaki grafikte yer verilmektedir.

Grafik 1: 2023 Kasım – 2024 Kasım Dönemi SAHİBİNDEN'in ve Rakiplerinin Hizmet Başvuran Bireysel Kullanıcı Sayıları

(.....TİCARİ SIR.....)

Kaynak: Teşebbüslerden Elde Edilen Veriler ve Dosya Kapsamında Yapılan Hesaplamalar.

- (141) Yukarıda yer verilen grafik incelendiğinde, hizmete başvuran bireysel kullanıcıların sayısı bakımından ARABAMCOM'un ortalama (.....) başvuran kullanıcı sayısı ile pazarda (.....) sırada olduğu, akabinde SAHİBİNDEN'in ortalama (.....) başvuran sayısı ile ARABAMCOM'u takip ettiği, incelenen dönemde ARABAMCOM aylık başvuran sayısı genel seyrini korurken SAHİBİNDEN'in Otobid hizmetini devreye aldığı sene içerisinde hizmete başvuran bireysel kullanıcı sayısını yaklaşık (.....)'e katladığı, Kasım 2024 itibarıyla ARABAMCOM'un hizmete başvuran bireysel kullanıcı sayısının⁵¹ yarısından çoğuna ulaşabildiği ((.....)) görülebilmektedir.
- (142) Nihayet, Otobid hizmeti e-ihale iş modelini benimsediğinden, çevrim içi ikinci el araç alım satım pazarının bir alt kırılımı niteliğini taşıyan bu iş modeli özelinde de pazar gelişiminin incelenmiştir. Bu doğrultuda, gerçekleştirilen ihale sayısı, ihaleye çıkarılan araç sayısı ve teklif veren kurumsal kullanıcı sayısı ölçütleri kullanılarak hesaplanan pazar payı verilerine aşağıda yer verilmektedir.

⁵¹ ARABAMCOM'un söz konusu verisi (.....) adettir.

Tablo 12: SAHİBİNDEN'in ve Rakiplerinin Gerçekleştirilen İhale Sayısı, İhaleye Çıkarılan Araç Sayısı ve Teklif Veren Kurumsal Kullanıcı Sayısı Ölçütleri Bakımından Pazar Payları (%)

Gerçekleştirilen İhale Sayısı (%)													
TEŞEBBÜS	2023/11 ⁵²	2023/12	2024/1	2024/2	2024/3	2024/4	2024/5	2024/6	2024/7	2024/8	2024/9	2024/10	2024/11
SAHİBİNDEN	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
ARABAMCOM	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
VAVACARS	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
KAVAK	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
AUTOROLA	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
BORUSAN ⁵³	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
İKİNCİYENİ	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
MÜZAYEDE	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
OTOCASH	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
OTOKOÇ	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
OTONET	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
OTOSHOPS	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
LETGO ⁵⁴	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
TOPLAM	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
İhaleye Çıkarılan Araç Sayısı (%)													
TEŞEBBÜS	2023/11 ⁵⁵	2023/12	2024/1	2024/2	2024/3	2024/4	2024/5	2024/6	2024/7	2024/8	2024/9	2024/10	2024/11
SAHİBİNDEN	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
ARABAMCOM	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
VAVACARS	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
KAVAK	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
AUTOROLA	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
BORUSAN ⁵⁶	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
İKİNCİYENİ	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
MÜZAYEDE	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
OTOCASH	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
OTOKOÇ	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
OTONET	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)

⁵² Bkz. 36 numaralı dipnot.⁵³ Bkz. 38 numaralı dipnot.⁵⁴ Bkz. 38 numaralı dipnot.⁵⁵ Bkz. 36 numaralı dipnot.⁵⁶ Bkz. 38 numaralı dipnot.

İhaleye Çıkarılan Araç Sayısı (%)													
TEŞEBBÜS	2023/11 ⁵⁷	2023/12	2024/1	2024/2	2024/3	2024/4	2024/5	2024/6	2024/7	2024/8	2024/9	2024/10	2024/11
OTOSHOPS ⁵⁸	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
LETGO ⁵⁹	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
TOPLAM	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Teklif Veren Kurumsal Kullanıcı Sayısı (%)													
TEŞEBBÜS	2023/11 ⁶⁰	2023/12	2024/1	2024/2	2024/3	2024/4	2024/5	2024/6	2024/7	2024/8	2024/9	2024/10	2024/11
SAHİBİNDEN	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
ARABAMCOM	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
VAVACARS	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
KAVAK	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
AUTOROLA	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
BORUSAN ⁶¹	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
İKİNCİYENİ	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
MÜZAYEDECOM	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
OTOCASH	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
OTOKOÇ	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
OTONET	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
OTOSHOPS ⁶²	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
LETGO ⁶³	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
TOPLAM	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Kaynak: Teşebbüslerden Elde Edilen Veriler ve Dosya Kapsamında Yapılan Hesaplamalar.													

⁵⁷ Bkz. 36 numaralı dipnot.

⁵⁸ Bkz. 38 numaralı dipnot.

⁵⁹ Bkz. 38 numaralı dipnot.

⁶⁰ Bkz. 36 numaralı dipnot.

⁶¹ Bkz. 38 numaralı dipnot.

⁶² Bkz. 38 numaralı dipnot.

⁶³ Bkz. 38 numaralı dipnot.

- (143) Yukarıdaki tablolarda yer alan veriler bir bütün olarak değerlendirildiğinde gerçekleştirilen ihale sayısı bakımından pazarın oldukça yoğunlaştığı söylenebilecekken ihaleye çıkan araç sayısı ve ihalelerde teklif veren kurumsal kullanıcı sayısı bakımından pazarın rekabetçi bir görünüm arz ettiği değerlendirilmektedir. E-ihale sisteminin geleneksel ihalelere göre çok daha kolay düzenlenebildiği de dikkate alındığında ihale sıklığının ve sayısının teşebbüslerin tercihine dayanması nedeniyle, ihaleye çıkarılan araç sayısı ile teklif veren kurumsal kullanıcı sayısı ölçütleri pazarın durumunu ortaya koymada daha isabetli parametreler olarak görülmektedir. Nitekim ihaleye çıkarılan araç sayısı bakımından pazara yeni giriş yapan SAHİBİNDEN, %(.....) pazar payıyla, ancak pazar (.....) konumuna ulaşabilmiştir. Öte yandan SAHİBİNDEN, ihaleye az sayıda araç çıkartsa da ihalede teklif veren kurumsal kullanıcı sayısı bakımından %(.....) ile pazar (.....) konumundadır. Dolayısıyla yukarıda yer verilen veriler ile paralel bir şekilde SAHİBİNDEN'in Otobid hizmetinin kurumsal kullanıcılar arasında bilinir olduğu ancak bu bilinirliğin henüz ihalelere yansıtılamadığı değerlendirilmektedir.
- (144) Bütün bu veriler birlikte dikkate alındığında SAHİBİNDEN'in çevrim içi ikinci el araç alım satım pazarında; elde edilen gelir, satılan araç sayısı, vasıta satın alan kurumsal kullanıcı sayısı, gerçekleşen randevu sayısı, vasıtasını satan bireysel kullanıcı sayısı, ihaleye çıkarılan araç sayısı gibi pazardaki somut faaliyeti gösteren ölçütler bakımından, genel anlamda, pazar (.....) ile (.....) arasında değişken konumlara sahip olduğu, dolayısıyla pazardaki yerinin sınırlı olduğu değerlendirilmektedir. Öte yandan SAHİBİNDEN'in; trafik verisi, hizmete başvuran bireysel kullanıcı sayısı ve teklif veren kurumsal kullanıcı sayısı gibi belirli bir hizmetin bilinirliğini gösteren ölçütler bakımından genelde pazar (.....) konumunda olduğu, dolayısıyla hem kurumsal hem de bireysel kullanıcılar bakımından yüksek bilinirliğe sahip olduğu anlaşılmaktadır.
- (145) Bunların yanında pazar oyuncularından alınan görüşlere göre çevrim içi ikinci el araç alım satım pazarının çok büyük bir büyüme potansiyeli bulunmakta, çevrim içi kanalın payı, bütün ikinci el araç alım satım pazarının yalnızca dörtte birini oluşturmakta, çevrim dışı kanallardaki lokasyon ve personel maliyetlerinin artması sebebiyle giderek daha çok teşebbüs dijitalleşme yolunu tercih etmektedir.
- (146) Öte yandan, pazara giriş yapılabilmesi için *know-how*'a ve önemli yatırımlara ihtiyaç duyulmakta, satılan ürünler mali anlamda değerli olduğundan ilk olarak marka bilinirliğinin ve güvenin de oluşturulması gerekmektedir. Bunun yanında makroekonomik koşullar, faiz oranları ve döviz kurları da araç tedariki bakımından önem taşımakta, teşebbüslerin çoğu zaman araç tedarikini öz sermayeleri ile gerçekleştirmesi gerekmektedir. Ayrıca çevrim içi operasyonlar ile çevrim dışı operasyonlar tamamlayıcı olduğu için yazılım maliyetlerine ve lojistik maliyetlere katlanılması da gerekmektedir. Pazarın rekabetçi bir yapıda olduğu ve bu sebeple kâr marjlarının da düşük olduğu göz önünde bulundurulduğunda pazara giriş yapan küçük teşebbüslerin başarılı bir faaliyet göstermesinin oldukça zor olduğu ifade edilmektedir.
- (147) SAHİBİNDEN'in pazara girişi sonrasında pazar yapısında ne gibi değişiklikler olabileceği sorgulandığında ise sektör oyuncuları tarafından; SAHİBİNDEN'in Türkiye'nin en büyük ilan sitesi olduğu, ilan adetleri, açma-kapama tarihleri ve fiyat tarihçesi gibi rakiplerin ulaşamadığı veya ciddi maliyetlere katlanarak ulaşabildiği birçok veriye erişiminin olduğu, ikinci el araç pazarında faaliyet gösteren bütün kurumsal kullanıcılar ile ilişkisinin olduğu, aracını satmak isteyen kullanıcıların ilk olarak SAHİBİNDEN'de ilan vermeyi denediği, araç almak isteyen kullanıcıların da araçlarla ilgili bilgileri SAHİBİNDEN üzerinden takip ettiği, çevrim içi ikinci el araç alım satım hizmetleri pazarına her geçen gün yeni oyuncular girmesine rağmen pazarda

SAHİBİNDEN'in pazarlama gücü nedeniyle bu oyuncuların uzun vadede pazarda anlamlı bir büyüme kaydetmesinin mümkün olmayacağı hususları ifade edilmiştir. Yine; bireysel kullanıcılardan anlamlı miktarda araç tedarik edilebilmesi için çok yüksek sayıda kullanıcının çevrim içi teklif alması ve yüksek sayıda tüketicinin ekspertize gelmesi gerektiği ve bunu temin etmede SAHİBİNDEN'in rakipsiz bir konumda olduğu, mevcut durumda araç ilanı vermek isteyen kullanıcıları, ilan bile vermeden önce Otobid'e yönlendirdiği, rakiplerin pazarlama faaliyetlerini ne kadar artırırsa artırsın bu güçle rekabet edemeyeceği, SAHİBİNDEN'in kurumsal ve bireysel kullanıcılara çeşitli teşvikler sunarak bu yönlendirmeyi daha da güçlendirdiği, rakiplerin bütün bu olumsuzluklarla pazarlama harcamalarını artırarak rekabet etmeye çalıştığı ancak SAHİBİNDEN'in büyük şehirlerde hizmet noktalarını faaliyete sokması sonrasında, Otobid'e ilişkin reklam yatırımlarını hızla artırdığı ifade edilmiştir.

I.6.2. 4054 Sayılı Kanun'un 6. Maddesi Kapsamında Değerlendirme

I.6.2.1. Vasıta Satış Faaliyetlerine Yönelik Çevrim İçi İlan Listeleme Hizmetleri ile Otobid Hizmetinin Bağlanması Yoluyla Rekabetin Kısıtlandığı İddiasına İlişkin Değerlendirme

- (148) Şikâyet başvurularında SAHİBİNDEN'in Otobid hizmetinin çevrim içi ilan listeme hizmetlerine bağlamak suretiyle rekabeti kısıtlandığı iddia edilmektedir. Şikâyetin temelinde, Otobid üzerinden ikinci el araç satışının yalnızca www.sahibinden.com'da bireysel hesap sahibi olan kullanıcılar tarafından, yine www.sahibinden.com'da kurumsal hesap sahibi olan galericilere yapılabildiği ve bu nedenle Otobid hizmetinden yararlanmak isteyen kullanıcıların www.sahibinden.com'a üye olmalarının zorunlu hale getirildiği hususu yatmaktadır.
- (149) Hâkim Durum Kılavuzu'nda bağlama, genellikle bir ürünü (bağlayan ürün) hâkim durumdaki teşebbüsten satın alan müşterilerin bir başka ürünü (bağlı ürün) de aynı teşebbüsten almasını gerektiren durumlar şeklinde tanımlanmaktadır. Bu çerçevede hâkim durumdaki teşebbüslerin bağlama uygulamalarının 4054 sayılı Kanun'u ihlal edip etmediğinin değerlendirilmesinde iki faktörün varlığı aranmaktadır:
- Bağlayan ve bağlı ürünlerin iki farklı ürün olması,
 - Bağlama uygulamasının rekabet karşıtı piyasa kapamaya yol açmasının muhtemel olması.
- (150) Avrupa Birliği (AB) uygulamasına bakıldığında ise, Komisyon genel olarak bağlama uygulamasının Avrupa Birliği'nin İşleyişine Dair Anlaşma'nın (ABİDA) 102. maddesi kapsamında rekabete aykırı olarak değerlendirilmesi için aşağıda yer alan beş koşulun bir arada bulunması gerektiğini kabul etmektedir:
- Bağlayan ve bağlanan ürünlerin farklı ilgili ürün pazarlarında yer alması,
 - Bağlama uygulamasını gerçekleştiren teşebbüsün bağlayan ürün pazarında hâkim durumda olması,
 - Teşebbüsün tüketicilere, bağlayan ürünü bağlanan üründen bağımsız bir şekilde tek olarak satın alma şansını sunmaması,
 - Bağlama uygulaması sonucunda pazarda rekabet karşıtı etkilerin ortaya çıkması ve

- Bağlama uygulamasının nesnel olarak gerekçelendirilememesi veya verimlilik sağlanmaması⁶⁴.

- (151) Geleneksel pazarlara dair yukarıda anlatılanların yanında, dijital ekonominin ortaya çıkışı, bağlama doktrininin daha da önem kazanmasına neden olmuş ve -başlangıçta birden fazla ürünün kombine satışı için geliştirilmiş olsa da- son on yılda bu doktrin, yazılımın bir işletim sistemine entegrasyonu gibi birçok alanda uygulanmıştır. Bu yönüyle bakılınca bağlama davranışı, dijital pazarlarda yeni biçimler alabilmektedir. Ayrıca dijital pazarlar bakımından uygulamada ne tür bir davranışın bağlama oluşturduğunu belirlemek de zor olabilmektedir. Bu çerçevede, dijital pazarlarda sıklıkla ortaya çıkan ağ etkileri dijital pazarlarda bağlamaya ilişkin zarar teorileri bakımından bir odak noktası oluşturmaktadır. Firmalar, rakipleriyle etkin bir şekilde rekabet edebilmelerini sağlayacak bir kullanıcı tabanı ve yeterli ağ etkileri elde etmek için bir bağlama eylemi gerçekleştirebilmektedir.
- (152) Dijital pazarlarda görülen bağlama uygulamalarıyla teşebbüsler, bir pazardaki güçlerini başka bir pazara aktararak söz konusu ikinci pazardaki pozisyonlarını güçlendirebilmekte ve bağlanan ürün pazarındaki rakiplerin piyasa dışına itilmesine sebep olarak veya pazara yeni teşebbüslerin giriş yapmasını engelleyerek etkin rekabetin işleyişini olumsuz etkileyebilmektedir. İlaveten platform içi bağlama kapsamında çok taraflı bir platform, platform içinde sunulan çeşitli hizmetleri birbirlerine bağlayabilmektedir⁶⁵. Uygulamada bu, bir hizmetin kullanımının ve/veya katılımının (i) başka bir hizmetin kullanımına veya katılımına bağlı hale getirilmesini veya (ii) bir hizmetin kullanımının otomatik olarak başka bir platform hizmetinin kullanımını veya katılımını tetiklemesini gerektirmesi şeklinde görülmektedir.
- (153) Daha önce yer verildiği üzere, bağlama uygulamalarının 4054 sayılı Kanun'u ihlal edip etmediğinin değerlendirilmesinde bağlayan ve bağlı ürünlerin iki farklı ürün olması ve bağlama uygulamasının rekabet karşıtı piyasa kapamaya sebep olmasının muhtemel olması olmak üzere iki faktörün varlığı aranmaktadır. Hâkim durumdaki teşebbüs, bağlama yoluyla bağlı pazardaki rakipleri için potansiyel müşterilerin sayısını azaltarak mevcut rakiplerin pazar dışına çıkmasına neden olabilmekte, giriş engellerini artırabilmekte veya yeni giriş engelleri yaratabilmektedir. Bağlı pazarın kapanması hâkim durumdaki teşebbüsün bu pazarda daha çok kâr elde etmesini sağlayabileceği gibi, bağlayan pazardaki hâkim durumunun güçlenmesine ya da korunmasına da hizmet edebilmektedir.
- (154) Bağlama iddiasına ilişkin olarak başvuruda, Otobid üzerinden ikinci el araç satışının yalnızca www.sahibinden.com'da bireysel hesap sahibi olan kullanıcılar tarafından, yine www.sahibinden.com'da kurumsal hesap sahibi olan galericilere yapılabildiği ve bu nedenle Otobid hizmetinden yararlanmak isteyen kullanıcıların www.sahibinden.com'a üye olmalarının zorunlu hale getirilerek SAHİBİNDEN'in Otobid hizmetinin çevrim içi ilan listeme hizmetlerine bağlandığı belirtilmiştir.

⁶⁴ Bağlama testine ilişkin ilk dört unsur Komisyonun *Microsoft (WMP)* kararında açıkça sayılmıştır. Öte yandan kararda bağlama testinin bir unsuru olarak sayılmasa da Komisyon, yasaklanan bir bağlama uygulamasının haklı gerekçe gösterilmesi halinde yasaktan kurtulacağını kabul etmiştir.

⁶⁵ Daniel Mandrescu (2023) "On-platform Tying or Another Case of Leveraging – A Discussion on Facebook Marketplace", *Kluwer Competition Law Blog*, <https://competitionlawblog.kluwercompetitionlaw.com/2023/01/04/on-platform-tying-or-another-case-of-leveraging-a-discussion-on-facebook-marketplace/>, Erişim Tarihi: 08.01.2025.

- (155) Bağlama uygulamasının ihlal olarak değerlendirilebilmesi için zorlamanın olması bir başka deyişle hâkim durumdaki teşebbüsün bu ürünleri ayrı ayrı piyasaya satmaması ancak ve ancak bir arada satışa sunması gerekmektedir⁶⁶. Dijital platformlar birçok farklı ve/veya ilişkili pazarda yer alan hizmetlerden oluşabilmektedir ve bu durum ilgili platformların bir ekosistem halinde faaliyet göstermelerine olanak sağlamaktadır. Örnek vermek gerekirse, arama motorları en temelde genel arama hizmeti sunmakla birlikte, platformları üzerinden alışveriş karşılaştırma, haritalar, çeviri gibi hizmetler de sunabilmektedir. İlaveten e-pazaryerleri her ne kadar belirli kategorilerle ve perakende seviyede faaliyet göstermeye başlamış olsalar da daha sonra yemek, market, taze çiçek, finans, kargo vb. alanlarda faaliyetlerini platformlarına entegre edebilmiştir. Dolayısıyla dijital platformlar aynı platform üzerinden çok çeşitli hizmetler sunabilmekte; kullanıcılar da tercih etmek istedikleri çok çeşitli hizmetlerden istedikleri gibi faydalanabilmektedir.
- (156) SAHİBİNDEN ise platformu üzerinden başta emlak ve vasıta kategorileri olmak üzere; iş makineleri ve sanayi, ustalar ve hizmetler, özel ders verenler, iş ilanları, yardımcı arayanlar ve hayvanlar âlemi ile yedek parça, aksesuar, donanım ve tuning, ikinci el ve sıfır alışveriş olarak adlandırılan toplamda 10 farklı kategorideki ilanlara mecra sağlamaktadır. İlaveten SAHİBİNDEN 2023 yılının Mart ayında S-ATS ve 2024 yılının Kasım ayında Otobid hizmetlerini kullanıma sürmüş ve böylece ilan hizmetlerine ek olarak çevrim içi ikinci el araç alım satımı hizmetleri de sunmaya başlamıştır. Bu çerçevede, aracını satışa sunmak isteyen bir bireysel kullanıcı isteğine bağlı olarak gerek ilan hizmetleri gerekse Otobid hizmeti kapsamında hizmet alabilmektedir.
- (157) SAHİBİNDEN'in bireysel kullanıcılara sunulan hizmetler bakımından www.sahibinden.com dışında herhangi bir internet sitesi bulunmamaktadır. Nitekim SAHİBİNDEN tarafından da; hâlihazırda SAHİBİNDEN'de her bir farklı hizmet kullanımı için ayrı hesaplar tanımlanması yönteminin benimsenmediği, bireysel hesap sahibi bir kullanıcının, bu hesabını kullanarak hem vasıta veya ev ilanı verebildiği, hem de "S-Param Güvende" ilanı vererek güvenli e-ticaret işlemi de gerçekleştirebildiği, bireysel kullanıcılardan platform üzerindeki farklı türde hizmetlerden faydalanmak için farklı farklı hesaplar oluşturmalarının beklenmesinin kullanıcı nezdinde de sorgulanacağı ve etkin bir yöntem olmayacağı, söz konusu hizmetlerin tek bir platform üzerinden sunulmasının kullanım kolaylığı ve müşteri memnuniyeti bakımından da önem taşıdığı belirtilmiştir.
- (158) İlaveten SAHİBİNDEN tarafından, çevrim içi araç değerlemesi yapmak isteyen kişinin bir bireysel satıcı olduğunun tespiti amacıyla ilgili kişinin bireysel kullanıcı olarak giriş yapmasının beklendiği, bu sayede Otobid hizmeti içerisinde yer alan "önerilen açık artırma başlangıç fiyatı" hesaplama aracının yalnızca aracını satmak isteyen "bireysel satıcılar" tarafından kullanılmasının sağlanması ve temelde bireysel kullanıcı olmayan ve işgal alanı motorlu taşıt satışı olan gerçek veya tüzel kişiler (galeriler) başta olmak üzere diğer üçüncü kişiler tarafından kuruluş amacı dışında kullanılmasının önüne geçilmek istendiği ifade edilmektedir. Zira Motorlu Kara Taşıtlarının Ticareti Hakkında Yönetmelik'in "Ön değerlemeye ilişkin yükümlülükler" başlıklı 24. maddesinin "(1) *Elektronik ortamda ikinci el motorlu kara taşıtı ön değerlemesi yapan gerçek veya tüzel kişiler asgari olarak satıcının beyan ettiği taşıtın marka, ticari ad, cins, tip, kasa, yakıt, şanzıman, donanım, aksesuar, kilometre ve renk bilgileri ile taşıtın arızalı, boyalı ve değişen parça bilgilerini dikkate alarak ön değerlendirme yapar.*" şeklindeki birinci fıkrası

⁶⁶ Kurulun 26.11.2014 tarihli ve 14-46/834-375 sayılı kararı.

uyarınca, ön değerlendirme yapmak isteyen kişinin de doğrudan veya dolaylı surette “satıcı” olarak hareket etme niyetinin olması gerektiği, Otobid hizmetini kullanacak kişilerin bireysel hesap sahibi olmalarının beklenmesinin anılan Yönetmelik’teki beklenti ile uyumlu olduğu belirtilmektedir.

- (159) Dolayısıyla, nasıl ki ilan hizmetinden faydalanmak isteyen bir kullanıcı SAHİBİNDEN’e üye olmak suretiyle ilan hizmetinden faydalanabiliyorsa benzer şekilde Otobid hizmetinden faydalanmak isteyen bir kullanıcının da aynı şekilde siteye üye olması gerekmektedir. Otobid hizmeti kapsamında hizmete üye olan bireysel kullanıcıya ilan hizmetleri bakımından ayrı bir üyelik oluşturmaları ve/veya ilan hizmetinden faydalanmasını gerektirecek ilave ek yükümlülükler getirilmemekte ve/veya kullanıcının hangi hizmeti seçmek isteyeceği noktasında sahip olduğu seçim hakkı platforma üye olurken ortadan kaldırılmamaktadır. Benzer şekilde, “*Otobid’ten fiyat al*” sekmesinin ana ekrana yerleştirilmesi de ilk etapta ilan hizmetinden faydalanmak adına hesap oluşturan bireysel kullanıcıları aktif veya pasif olarak Otobid hizmetine katılmaya veya bu hizmeti kullanmaya zorlama olarak kabul edilemeyecektir. Nitekim Bulgu-5’te yer alan “*ilan yayınlasın yayınlamasın bireylerin gerekli aşamalardan geçerek (ekspertiz, fiyat v.b.) ihalede aracını satışa çıkarabileceğini*” belirledik; dolayısıyla ihaleye katılımı ilan yayınlamadan bağımsız tuttuk.” ifadeleri de bu hususu destekler nitelik taşımaktadır.
- (160) Sonuç olarak, SAHİBİNDEN’e üyelik doğrudan herhangi bir faaliyetle ilişkilendirilmemekte; bireysel kullanıcılar üyelik oluşturmaları halinde istedikleri hizmetten faydalanabilmektedir. Teşebbüslerin aynı platform üzerinden paralel şekilde farklı hizmetler sunmalarında tek başına herhangi bir sakınca bulunmamaktadır. SAHİBİNDEN bünyesinde ilan hizmetinden faydalanmak isteyen bir kullanıcıya Otobid hizmeti ve Otobid hizmetinden faydalanmak isteyen bir kullanıcıya ilan hizmeti zorunlu kılınmamaktadır. Zira her bir hizmetten tek başına ayrı ayrı faydalanılabilmektedir.
- (161) Tüm bu hususlar birlikte değerlendirildiğinde, önaraştırma sürecinde elde edilen bilgiler ışığında SAHİBİNDEN tarafından bir hizmetten faydalanılabilmesi için diğer bir hizmetin zorunlu kılınmadığı ve en temelde ilgili davranışın bağlama teşkil etmediği değerlendirilmektedir.

I.6.2.2. Tüketiciler Nezdinde Sömürücü Etkiler Yaratılmak Suretiyle Rekabetin Kısıtlandığı İddiasına İlişkin Değerlendirme

- (162) Başvurularda yer alan diğer bir iddia SAHİBİNDEN’in Otobid hizmetine yönelik aldığı provizyon bedellerini tüketicilere iade etmeyerek, bireysel kullanıcıları Otobid hizmetine mecbur ederek ve doğruluğu olmayan bilgilerle tüketicileri aldatmaya çalışarak Otobid hizmetiyle tüketiciler nezdinde sömürücü etkiler yaratmak suretiyle rekabeti kısıtladığına ilişkindir.
- (163) Bu kapsamda öncelikle provizyon bedellerinin ödenmemesi iddiası ele alınmıştır. Bu bakımdan, SAHİBİNDEN’in bireysel kullanıcılar ile akdettiği Otobid İkinci El Araç Satış Sözleşmesi’nin provizyon bedeli alınması hususunu düzenleyen 4.11. ve 4.12 numaralı hükümlerine aşağıda yer verilmektedir:
- “4.11. Açık İhale’de Satıcı’nın Otobid aracılığı ile Araç’ını satabilmesi için OTOBİD A.Ş.’ye satış vekaletnamesi vermesi ve vekaletnameyi Otobid Hizmet Noktası’nda bulunan OTOBİD A.Ş. operasyon yetkilisine teslim etmesi gerekir. OTOBİD A.Ş.’ye vekaletname vermemesi halinde Portal üzerinden kaydedeceği kredi kartına satmak istediği her bir Araç başına bloke (“Ön Provizyon”) konulması için online ortamda Ön Provizyon tutarını onaylaması

gerekir. Bu iki seçenekten herhangi birinin seçilmemesi halinde; Araç Otobid ile satışa sunulamaz. Satıcı'nın OTOBİD A.Ş.'ye satış vekaletnamesi vermiş olmasına rağmen noterden satış işlemi öncesinde verdiği vekaletnameyi iptal edip vekil ettiği kişileri azletmesi halinde ise; Satıcı'dan Ön Provizyon bedeli tutarında cezai şart bedeli tahsil edilir.

- 4.12. Satıcı'nın, herhangi bir haklı neden olmaksızın, işbu Sözleşme'yi onayladığı/imzaladığı tarihten itibaren Araç'ın Otobid platformu üzerinden Açık İhale'de listelenmesine veya Express İhale'ye çıkarılmasına kadar Araç satışından vazgeçme hakkı vardır. Bu şekilde vazgeçmesi halinde kredi kartına bloke konulan Ön Provizyon bedelinin tamamı Satıcı'ya iade edilir. Ancak Araç satışa sunulup, herhangi bir haklı sebep olmaksızın Satıcı'nın Sözleşme'yi feshetmesi ve/veya Araç satışından vazgeçmesi ya da Sözleşme kapsamındaki yükümlülüklerinden herhangi birini yerine getirmemesi halinde; kredi kartından bloke edilen Ön Provizyon bedeli cezai şart tutarı olarak SAHİBİNDEN tarafından Satıcı'dan tahsil edilir. OTOBİD A.Ş.'ye vekaletname verdiği için kredi kartında Ön Provizyon bedeli bloke edilmeyen Satıcı ise; kendisine cezai şart bedeli olarak fatura edilecek tutarı ödemekle yükümlü olacaktır. Satıcı cezai şart ödemesi gereken durumlarda cezai şart ile ilgili SAHİBİNDEN veya OTOBİD A.Ş.'ye karşı herhangi bir hak ya da alacak talebinde bulunmayacağını kabul ve taahhüt eder. Satıcı'nın Araç satışının resmi devir işlemleri tamamlandıktan sonra ise Satıcı'nın herhangi bir vazgeçme hakkı bulunmamaktadır.”

(164) Yukarıda yer verilen sözleşme hükümlerinden bir bireysel kullanıcının aracını Otobid hizmeti ile satabilmesi için ya SAHİBİNDEN'e vekalet vermesi gerektiği ya da SAHİBİNDEN sitesi üzerinden kredi kartı bilgilerini girerek ön provizyon tutarını onaylaması gerektiği, aksi taktirde Otobid üzerinden araç satışı gerçekleştirmediği anlaşılmaktadır. İlgili hükümlerden görüldüğü üzere, bireysel kullanıcıya provizyon bedelinin geri ödenmediği veya aynı tutarda cezai şart bedelinin tahsil edildiği iki durum söz konusudur. Bunlardan ilki SAHİBİNDEN'e vekalet verilmemesi veya SAHİBİNDEN sitesi üzerinden ön provizyon tutarı onaylanarak ilerlenmesi halinde açık artıma süreci başladıktan sonra araç satışından vazgeçilmesidir. Bu durumda ön provizyon bedeli bireysel kullanıcıya iade edilmemektedir. İkinci durum ise SAHİBİNDEN'e vekalet verilmesi ve açık artırma süreci başladıktan sonra araç satışından vazgeçilmesidir ve bu durumda bireysel kullanıcıdan ön provizyon bedeli kadar cezai şart bedeli tahsil edilmektedir (10.01.2025 tarihi itibarıyla ön provizyon bedeli 9.500 Türk lirasıdır.) Söz konusu husus SAHİBİNDEN tarafından da teyit edilmiş olup bireysel kullanıcının, vasıtası açık artırmaya çıkarılana kadar sürecin herhangi bir aşamasında satıştan vazgeçebileceği ve bu durumda kredi kartından geçici limit olarak ayrılan provizyon tutarının koşulsuz olarak kendisine iade edileceği ifade edilmiştir.

(165) Nitekim SAHİBİNDEN tarafından sunulan verilere bakıldığında, açık artırma öncesinde bireysel kullanıcılardan (.....) adet işlem için provizyon alındığı anlaşılmaktadır. Bunlardan (.....) adet provizyonun iptal edildiği (buna göre provizyonların iptal edilme oranı %(.....) olmaktadır) ve iptal işlemlerinin SAHİBİNDEN tarafından ilgili bankaya ortalama 1,4 gün⁶⁷ içerisinde iletiliği belirtilmektedir. (.....) adet provizyon işleminin ise

⁶⁷ Buradaki ortalama süre kullanıcının açık artırmaya çıkmayı kabul etmesinden açık artırmanın tamamlandığı ana kadar geçen süreyi de kapsamaktadır. Örneğin kullanıcı saat 13.00'te Otobid'e gelip açık artırmaya katılmayı kabul ettiğinde ve kendisinden provizyon tutarı çekildiğinde iş akışı gereği bu

aracın açık artırmada kullanıcının ihalede onayladığı fiyatın üzerinde bir fiyattan satılmasına rağmen, noter işlemleri öncesi vazgeçildiği için – cayma bedeli olarak- SAHİBİNDEN tarafından tahsil edildiği ifade edilmektedir.

- (166) Bununla birlikte, provizyon iptalini gerektiren durum olduğu andan sonra iptal talebinin bankaya iletilmesinin akabinde, SAHİBİNDEN'in sürece ilişkin herhangi bir müdahalesinin bulunmadığı/bulunamadığı da belirtilmekle birlikte teknik problem yaşanan birkaç istisnai işlem haricinde burada da işlemin anında gerçekleştiği ifade edilmektedir. Nitekim Bulgu-14'te yer alan *"Burada bireysel kullanıcının bankası ile işlemi olarak anlıyorum. Dolayısıyla müdahil olmamız zor ancak banka bilgisi varsa provizyon sürecin nasıl işlediğini öğrenmek adına iletişime geçebiliriz.... Kullanıcı Otobid sürecine girdiği için mağdur olmamalı, bankadan kaynaklanıyor diyerek geçebileceğimiz bir konu değil malesef. Dönüşünüzü bekliyoruz. Provizyon iade edilince veya edildiyse; yaşanan durum tamamen banka ile ilgili diye belirterek yine de kullanıcıya yaşadığı deneyimden dolayı bir fayda düşünelim... Bu konuda HSBC ve Garanti tarafı ile iletişime geçtik destek olabilmek adına. Ancak herhangi bir müdahalede bulunamıyoruz... Müşteri Otobid sürecine girdiği için bu sorunu yaşadığından sorun her ne kadar banka kaynaklı da olsa çözüm için detsek olabilmek istiyoruz."* ifadelerinden de provizyon bedellerinin geç ödendiği bazı tali durumların yaşanabildiği ancak söz konusu durumun esas nedeninin büyük ölçüde banka süreçlerindeki aksamalar olduğu ve olası mağduriyetlerin giderilmesi için aksiyon alınmasının talep edildiği görülmektedir.
- (167) SAHİBİNDEN'in Otobid'e vekâlet verilmesi veya bireysel kullanıcıların kredi kartlarından ön provizyon tutarını onaylaması aşamasından önce bireysel kullanıcılarla randevu oluşturduğu, söz konusu kullanıcılara ücretsiz ekspertiz hizmeti sunduğu, akabinde fiyatlama uzmanının ilgili ekspertiz raporunu inceleyerek kurumsal alıcıların açık artırmada söz konusu aracı hangi fiyattan satın alabileceğini ilişkin bir öngöründe bulunduğu ve bunu kullanıcının onayına sunduğu görülmektedir. Açık artırma süreci ise bireysel kullanıcı teklif edilen bu fiyatı kabul ettikten sonra başlamaktadır. Kullanıcının bu aşamada herhangi bir cezai şart veya provizyon bedeli ödemediği satıştan vazgeçme hakkı bulunmaktadır. Nitekim Bulgu-3'te yer alan *"Satıcı, "Devir & Teslimat" aşaması öncesine kadar vazgeçebilir; bu aşamaya geldiğinde artık vazgeçme opsiyonu aktif olmaz."* ifadeleri de bu durumu destekler niteliktedir. SAHİBİNDEN'in gerek açık artırma öncesi gerekse açık artırma süreci başladıktan sonra teklif toplama aşamasında katlandığı maliyetler dikkate alındığında kullanıcılardan satıştan vazgeçmeleri halinde bir bedel tahsil edilmesinin makul olduğu değerlendirilmektedir. Kaldı ki provizyon bedeline ilişkin hükümlere kullanıcı sözleşmelerinde de yer verildiği ve kullanıcıların bu hususta bilgilendirildikleri de anlaşılmaktadır.
- (168) Tüm bunlar birlikte değerlendirildiğinde, SAHİBİNDEN'in Otobid hizmetine yönelik aldığı provizyon bedellerinin tüketicilere iade edilmediği ve tüketiciler nezdinde sömürücü uygulamalara neden olduğu yönündeki iddia bakımından rekabet karşıtı herhangi bir endişenin ortaya çıkmayacağı değerlendirilmektedir.
- (169) Provizyon bedellerinin ödenmemesine ilişkin iddianın yanı sıra değerlendirilmesi gereken diğer bir iddia da SAHİBİNDEN'in Otobid hizmetinin çeşitli yönleriyle

kullanıcının işlemi saat 13.00'ten sonraya kaldığı için genellikle aracı ertesi günkü ihalede satışa sunulmaktadır. Dolayısıyla ortalama süre hesaplanırken bu süreç dikkate alınmıştır.

tüketicileri aldatmaya çalıştığına ve sömürücü etkilere neden olduğuna ilişkindir. Bu çerçevede;

- Otobid hizmeti kapsamında oto galerilerin (kurumsal alıcıların) katıldığı ihale yönteminin bir aracın satışındaki en iyi (yüksek) teklifi vereceğini iddia ederek,
- Otobid araç ihalelerinin yüksek rekabete konu olduğu ve araç satış fiyatının, ihale başlangıç fiyatının oldukça üzerinde gerçekleştiği yönünde bir algı oluşturarak,
- Otobid.com'a girilen gün aracın açık artırmaya çıkarılacağı vaadiyle,
- Sonuç vermeme ya da tüketiciyi memnun etmeyen sonuç verme ihtimali yüksek olan Otobid hizmetini, aracını satmak isteyen bir tüketicinin tüm kaygılarını giderecek nitelikte göstererek

tüketiciyi aldatmaya çalıştığı iddia edilmektedir.

- (170) Yukarıda yer verilen iddialar temelde tüketicinin yanıltılmasına ilişkin hususlardır. İlgili hususlar 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun ve Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği ile 6102 sayılı Türk Ticaret Kanunu kapsamında düzenlenen haksız rekabet hükümleri doğrultusunda incelenmektedir. Nitekim dosya kapsamında gerçekleştirilen incelemeler ve tespitler doğrultusunda SAHİBİNDEN'in yukarıda sayılan davranışları hakkında ilgili mevzuat çerçevesinde bir inceleme gerçekleştirildiği bilgisi edinilmiştir. Dolayısıyla ilgili davranışların 4054 sayılı Kanun kapsamında olmadığı ve bu çerçevede herhangi bir rekabet karşıtı endişeye neden olmayacağı değerlendirilmektedir.
- (171) Son olarak her ne kadar başvurular kapsamında rekabeti sınırladığı iddia edilen bir davranış olmasa da SAHİBİNDEN'in Otobid kapsamında ücretsiz olarak sunduğu ekspertiz hizmetinin şeffaf bir şekilde sunulup sunulmadığının, SAHİBİNDEN'in kendi ekspertiz firması olan AUTOKING'i kayırıp kayırmadığının ve/veya yanıltıcı/aldatıcı sonuçlar doğrultusunda birtakım yönlendirmeler gerçekleştirip gerçekleştirmediği de inceleme kapsamında ele alınmıştır.
- (172) Daha önce de belirtildiği üzere, tahmini açık artırma başlangıç fiyatını görüntüleyen kullanıcı "ücretsiz randevu al" butonuna tıklayarak önce kendisine en uygun Otobid hizmet noktasını, tarihi ve saati seçmektedir. Randevu seçimini yaptıktan sonra, araç sahibinin adı soyadı ve aracı getirecek kişinin araç sahibi olup olmadığı, araç sahibi getirmeyecekse aracı getirecek kişinin adı, soyadı, T.C. kimlik numarası, cep telefonu ve e-posta bilgileri sorulmaktadır. Kullanıcı bu bilgileri de eksiksiz girerek "İleri" butonuna tıkladığında başarılı şekilde ücretsiz ekspertiz randevusu almış olmaktadır.
- (173) Kullanıcı randevu saatinde Otobid hizmet noktasına gelmekte, müşteri deneyimi yöneticisi tarafından karşılanmakta, kimlik bilgileri ve araç bilgileri doğrulanmaktadır. Sürecin devamı ile ilgili tüm detaylar kullanıcı ile paylaşarak aracın mekanik kondisyonu, varsa güncel arızaları, değişmesi gereken parçaları, araç içi donanımla ilgili detaylar ve iç kısımdaki tüm kozmetik unsurlarla ilgili detaylar incelenmektedir. Akabinde detaylı ekspertiz raporu hazırlanarak sisteme yüklenmektedir.
- (174) Yukarıda detayları ile aktarılan ekspertiz hizmeti hâlihazırda Otobid'in i) kendi eksperleri olduğu gibi, grup şirketi olan ii) AUTOKING ekspertiz hizmeti ve iii) anlaşmalı olunan Dynobil firmasından alınan ekspertiz hizmetinden temin edilmektedir. SAHİBİNDEN tarafından, AUTOKING bayilerine ekspertiz başına verilen ücret ile anlaşmalı olunan Dynobil bayilerine verilen ücret arasında herhangi bir fark bulunmadığı da ifade edilmektedir.

- (175) Bununla birlikte, bu noktada SAHİBİNDEN tarafından sağlanan hizmetin niteliğinin de netleştirilmesi önem taşımaktadır. Motorlu Kara Taşıtlarının Ticareti Hakkında Yönetmelik'in 23. maddesi ile ikinci el motorlu kara taşıtlarına ilişkin çevrim içi ihale düzenleyen işletmelere *"İhale kapsamında satışa sunulan her bir taşıtın detaylı görseli, markası, ticari adı, cinsi, tipi, model yılı, şasi ve plaka numaraları, yakıt, şanzıman, donanım, kasa, kilometre ve renk bilgileri, taşıtın kaporta aksamındaki boyanan ve değişen parça bilgileri ile satıcının taşıt üzerinde satış ve/veya devri kısıtlayıcı herhangi bir tedbir veya kayıt bulunup bulunmadığına dair beyanı"*na yer verme yükümlülüğü getirilmiştir. SAHİBİNDEN, bu yükümlülüğünün ifası için ihtiyaç duyulan ekspertiz hizmetini kendisi hizmet noktalarında yerine getirmektedir. Bu kapsamda yapılan ekspertiz incelemesinin Motorlu Kara Taşıtlarının Ticareti Hakkında Yönetmelik'in 16. maddesi çerçevesinde son kullanıcılara galeriler tarafından yapılacak ikinci el araç satışlarında mecbur tutulan TSE onaylı ekspertiz ile karıştırılmaması gerekmektedir (zira Otobid hizmetinde alıcı tüketici değil galerilerdir, diğer yandan SAHİBİNDEN tarafından sağlanan ekspertiz hizmeti, 16. madde uyarınca alınması zorunlu tutulan ekspertiz yerine de geçmemektedir).
- (176) İlaveten, SAHİBİNDEN'in anlaşmalı olduğu Dynobil firması ile imzalamış olduğu sözleşmelerde de herhangi bir münhasırlık şartının öngörülmediği anlaşılmaktadır. Diğer bir deyişle Dynobil ile münhasır koşul ile çalışılmamakta, Dynobil'in diğer ihale platformları da dâhil olmak üzere farklı tüzel kişilere hizmet vermesi önünde hiçbir engel bulunmamaktadır. Bununla birlikte kendi ekonomik bütünlüğü içinde bulunan AUTOKING'in de SAHİBİNDEN dışında herhangi bir kişi/kurum/platform ile çalışması engellenmemektedir. Nitekim Bulgu-12'de yer alan *"Autoking Ekspertiz, Sahibinden Müşterileri dışındaki ekspertiz yaptırmak isteyenlere de ekspertiz hizmeti verecek, ancak Otobid randevularını önceliklendirerek ekspertiz randevuları oluşturacaktır."* ve *"5.8 Autoking Ekspertiz; işbu Sözleşme süresince Sahibinden'in Otobid Hizmeti ile aynı/benzer hizmet veren/verebilecek kuruluşlara ekspertiz hizmeti verebilecek, ancak bu kuruluşlara şube ve bayilerinde Otobid benzeri bir hizmet için fiziksel lokasyon sağlamayacak, bu kuruluşların personelinin Autoking Ekspertiz şube veya bayilerinde fiziksel olarak bulundurmayacak, bu kuruluşlara ait "Tanıtıcı İşaretler"i Autoking Ekspertiz şube veya bayilerinde kullanmayacaktır."* ifadeleri de bu bulguyu destekler niteliktedir.
- (177) Bununla birlikte, durumun daha net anlaşılabilmesi adına Türkiye'de ekspertiz faaliyeti yürüten teşebbüslerin tahmini hizmet noktası sayılarına da aşağıdaki tabloda yer verilmiştir.

Tablo 13: 20.12.2024 tarihi itibarıyla Türkiye’de Ekspertiz Hizmeti Sunan Teşebbüslerin Tahmini Hizmet Noktası Sayısı

TEŞEBBÜS	HİZMET NOKTASI
PİLOT GARAGE	(.....)
OTORAPOR	(.....)
DYNOBİL	(.....)
UMRAN	(.....)
AUTOKING	(.....)
GARANTİLİ ARABAM	(.....)
COMPUTES	(.....)
KALE	(.....)
ARABAMCOM	(.....)
AS OTO	(.....)
TARCANLAR	(.....)
RS EKSPERTİZ	(.....)
EKSPERİX	(.....)
YAMANLAR	(.....)
EKSPERİM	(.....)
D-EXPERT	(.....)
OTO360	(.....)
DYNO POWER	(.....)
EXPERTİKA	(.....)
DİĞERLERİ	(.....)
TOPLAM	(.....)

Kaynak: SAHİBİNDEN Cevabi Yazısı.

(178) Yukarıdaki tablodan da görüleceği üzere, SAHİBİNDEN ile aynı ekonomik bütünlükte bulunan AUTOKING’in toplam hizmet noktası adedi (.....); SAHİBİNDEN ile anlaşmalı olan Dynobil firmasının ise toplam hizmet noktası sayısı (.....)’dir. Genel toplam içinde söz konusu teşebbüslerin payına bakıldığında AUTOKING’in %(.....) Dynobil’in ise %(.....) pay sahibi olduğu görülmektedir. Bununla birlikte AUTOKING’in (.....) adet hizmet noktası, Dynobil’in ise (.....) adet hizmet noktası Otobid hizmet noktası olarak faaliyet göstermektedir. İlaveten Kasım 2023’ten bu yana AUTOKING franchise ağına katılmak için yapılan başvurular ile ilgili gelişmelerin aşağıdaki gibi olduğu da ifade edilmektedir:

- 2023 Kasım ayında, (.....) AUTOKING bayisi aktif olarak hizmet veriyorken bugün itibarıyla bu sayı (.....)’ya çıkmış durumdadır. Bu süreçte AUTOKING tarafından (.....) bayinin faaliyetlerine son verilirken, (.....) yeni bayi sisteme katılmıştır. Ayrıca, AUTOKING (.....) bayi ile sözleşme imzalamış olup bayilerin inşaat ve eğitim süreçleri devam etmektedir. Tüm bu gelişmeler göz önünde bulundurulduğunda, açılmış ve henüz açılmamış fakat sözleşme imzalanmış bayilerle birlikte AUTOKING tarafından toplam (.....) bayi adayının başvurusu kabul edilmiştir.
- Yeni internet sitesi AUTOKING tarafından 08.01.2024 tarihinde yayına alınmıştır. Bu tarihten itibaren, AUTOKING internet sitesi üzerinden gelen tüm bayilik başvuru talepleri sisteme kaydedilmeye başlanmıştır. Şu ana kadar AUTOKING tarafından toplamda (.....) bilgi alma amaçlı talep alınmıştır.

(179) Bu çerçevede, AUTOKING ekspertiz lokasyon sayısının ((.....)), Türkiye’deki toplam ekspertiz lokasyon sayısı (tahmini (.....)) içinde son derece minimal bir seviyeye tekabül ettiği söylenebilecektir. AUTOKING lokasyonları içinde Otobid hizmet noktası olan (.....) adet lokasyon olduğu dikkate alındığında, bahse konu teşebbüs toplam ekspertiz havuzu içinde daha da ufak bir kısmı temsil etmektedir.

- (180) Sonuç olarak aktarılan sürecin teknik yeterlilik vb. gibi kriterler üzerinden kurgulandığı, SAHİBİNDEN'in Otobid hizmetini sunarken kullanıcılara önereceği açık artırma başlangıç fiyatının tespiti bakımından ekspertiz hizmetinin önem arz ettiği, eş deyişle ekspertiz hizmetinin araçların fiyatlarının doğru belirlenmesi, aracın özelliklerinin satıcı beyanlarıyla örtüşüp örtüşmediğinin tespit edilebilmesi adına önem taşıdığı, tüm bunlara ilaveten SAHİBİNDEN'in süreci kendisinin yönetmesi bakımından yasal yükümlülük altında olduğu ve bu süreci yönetirken de kullanıcılara hem kendi bünyesinde faaliyet gösteren hem de anlaşmalı olduğu ekspertiz firmaları arasında seçim imkânı sunduğu dikkate alındığında, ekspertiz hizmetinin şeffaf bir şekilde sunulup sunulmadığı, SAHİBİNDEN'in kendi ekspertiz firması olan AUTOKING'i kayırıp kayırmadığı ya da yanıltıcı/aldatıcı sonuçlar doğrultusunda birtakım yönlendirmeler gerçekleştirip gerçekleştirmediği bakımından yapılan inceleme sonucunda, bu aşamada rekabet karşıtı herhangi bir endişenin ortaya çıkmayacağı kanaatine ulaşılmıştır.

J. SONUÇ

- (181) Düzenlenen rapora ve incelenen dosya kapsamına göre, 4054 sayılı Kanun'un 41. maddesi uyarınca Sahibinden Bilgi Teknolojileri Pazarlama ve Ticaret AŞ hakkında, kurumsal üyelerin vasıta satış faaliyetlerine yönelik çevrim içi platform hizmeti ve bireysel üyelerin vasıta satış faaliyetlerine yönelik çevrim içi platform hizmeti ile Otobid hizmetinin bağlanması ve tüketiciler nezdinde sömürücü etkiler yaratılmak suretiyle rekabetin kısıtlandığı iddiası bakımından soruşturma açılmamasına gerekçeli kararın tebliğinden itibaren 60 gün içinde Ankara İdare Mahkemelerinde yargı yolu açık olmak üzere OYBİRLİĞİ ile karar verilmiştir.