

**BU KARAR DANISTAY 13.DAIRESI'NCE IPTAL EDILMISTIR. REKABET KURULU'NUN AYNI KONUYA ILISKIN 26.07.2007 TARİH VE 07-62/742-269 NOLU KARARINA İNTERNET SAYFAMIZDAKI KARAR ARAMA BÖLÜMÜNDEN ERİŞEBİLİRSİNİZ.**

## **REKABET KURULU KARARI**

**Dosya Sayısı** : D2/2/Ş.YA.-99/1 ( Soruşturma )  
**Karar Sayısı** : 00-26/291-161  
**Karar Tarihi** : 17/07/2000

### **A- TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER**

**Başkan** : Prof. Dr. M. Tamer MÜFTÜOĞLU.  
**Üyeler** : Dr. Kemal EROL, Mehmet Zeki UZUN, Sadık KUTLU, İsmet CANTÜRK, Necdet KARACEHENNEM, Mustafa PARLAK, A. Ersan GÖKMEN, R. Müfit SONBAY, Kubilay ATASAYAR, Murat GENCER

### **B- SORUŞTURMA HEYETİ:**

**Başkan** : Mustafa PARLAK, Rekabet Kurulu Üyesi  
**Raportörler** : Murat ÇETİNKAYA, Ali DEMİRÖZ, Şahin ARDIYOK

### **C- İNCELEME TALEBİNDE BULUNAN :**

Uluslararası Moda Yayıncılık A.Ş.

Temsilcileri:

- Av. Hüseyin Yarsuvat , Av. Mehtap Çiftçioğlu  
Harman Cad. Polat Plaza N0:4  
B blok Kat.6 80640 Levent - İSTANBUL

### **D- HAKKINDA SORUŞTURMA YAPILANLAR:**

1. Hürriyet Gazetecilik ve Matbaacılık A.Ş.  
Hürriyet Medya Towers, 34544 Güneşli-İstanbul
2. Milliyet Gazetecilik A.Ş.  
Doğan Medya Center, 34554 Bağcılar-İstanbul
3. Simge Yayıncılık ve Dağıtım A.Ş.  
Doğan Medya Center, 34554 Bağcılar- İstanbul
4. Sabah Yayıncılık A.Ş.  
Teşvikiye Caddesi No: 123  
80200 Nişantaşı-İstanbul

Temsilcileri:

- Prof. Dr. Arif ESİN  
Akaretler Sıraevleri Spor Caddesi No: 67  
80680 Beşiktaş-İstanbul

### **E- İDDİALARIN ÖZETİ:**

Hürriyet Gazetecilik ve Matbaacılık A.Ş., Milliyet Gazetecilik A.Ş., Simge Yayıncılık ve Dağıtım A.Ş. ve Sabah Yayıncılık A.Ş.'nin uyumlu eylem yoluyla Hürriyet, Milliyet ve Sabah gazeteleri ile Fanatik ve Tarafar-Fotomaç gazetelerinin fiyatlarını birlikte belirledikleri.

## **F- DOSYA EVRELERİ**

**1.** Uluslararası Moda Yayıncılık A.Ş. vekilleri Av. Hüseyin Yarsuvat ve Av. Mehtap Çiftçioğlu'nun;

- Hürriyet, Milliyet ve Sabah gazetelerinin satış fiyatlarını, aynı tarihlerde veya bir gün ara ile aynı oranda artırdıkları ve bu uygulamayı belirli aralıklarla sürdürmeye devam ettiklerini,

- Gazete fiyatlarının uzunca bir süredir birlikte belirlenmesinin, söz konusu üç gazetenin oluşturduğu bir teşebbüs birliği vasıtasıyla gerçekleştirildiğini,

iddia eden dilekçeleri 04.05.1998 tarihinde Kurumumuz kayıtlarına intikal etmiştir.

**2.** Söz konusu dilekçe üzerine, Rekabet Kurulu'nun 10.09.1998 tarihli toplantısında 4054 sayılı Kanun'un 40/1 inci maddesi uyarınca konuya ilişkin önaraştırma yapılmasına karar verilmiştir.

**3.** Önaraştırma sonucunda Kurum raportörlerince düzenlenen 15.01.1999 tarihli ve D2/2/Ş.Y.A-99/1 sayılı Önaraştırma Raporu Rekabet Kurulu'nun 04.02.1999 tarihli toplantısında görüşülmüş ve 99-5/38-13 sayılı karar ile 4054 sayılı Kanun'un 41 inci maddesi uyarınca;

- Hürriyet Gazetecilik ve Matbaacılık Anonim Şirketi,
- Milliyet Gazetecilik Anonim Şirketi,
- Simge Yayıncılık ve Dağıtım Anonim Şirketi,
- Sabah Yayıncılık Anonim Şirketi

hakkında Kanun'un 4 üncü maddesinin ikinci fıkrasının;

"mal veya hizmetlerin alım ya da satım fiyatının, fiyatı oluşturan maliyet, kar gibi unsurlar ile her türlü alım yahut satım şartlarının tespit edilmesi"

şeklindeki (a) bendini ihlal ettikleri gerekçesiyle soruşturma açılmasına karar verilmiştir.

**4.** 19.02.1999 tarihinde, Kanun'un 43/2 nci maddesi uyarınca taraflara soruşturma açıldığına dair bildirimde bulunularak taraflardan 30 gün içinde ilk yazılı savunmalarını göndermeleri istenmiştir.

**5.** Taraflardan Sabah Yayıncılık ve Dağıtım A.Ş.'nin ilk yazılı savunması süresi içinde Kurum'a gönderilmiş, Hürriyet ve Milliyet ise savunmalarını soruşturma raporunun tebliğinden sonra yapacaklarını belirtmişlerdir.

**6.** Rekabet Kurulu'nun 13.07.1999 tarihli toplantısında Kanun'un 43 üncü maddesi hükmü uyarınca Soruşturmanın süresi altı (6) ay uzatılmıştır.

**7.** Soruşturma Heyetince tamamlanan 04.02.2000 tarih ve SR/00-1 sayılı Soruşturma Raporu, Kanun'un 45/1 inci maddesi uyarınca Başkanlıkça tüm Kurul Üyeleri ile ilgili taraflara tebliğ olunmuş ve aynı maddenin ikinci fıkrası gereğince taraflardan 30 gün içinde yazılı savunmalarını göndermeleri istenilmiştir.

**8.** Soruşturma Raporunun tebliğini takiben, hakkında soruşturma yürütülen teşebbüsler, savunma sürelerinin Kanun'un 45 inci maddesinin ikinci fıkrası uyarınca 30 gün uzatılmasını talep etmişlerdir. Tarafların bu talepleri Kurul kararı ile kısmen kabul edilmiş ve bu teşebbüslere 20 gün ek süre tanınmıştır. Hakkında soruşturma yürütülen bütün teşebbüslerin ikinci savunma yazıları yasal süreleri içinde Kurumumuz kayıtlarına intikal etmiştir.

**9.** Soruşturma Heyetinin hazırladığı "Ek Yazılı Görüş", Kanun'un 45/2 nci maddesi uyarınca, 17.02.2000 tarihinde tüm Kurul Üyeleri ve taraflara tebliğ edilmiştir.

**10.** Ek yazılı görüşün tebliğini takiben, hakkında soruşturma yürütülen teşebbüsler, savunma sürelerinin Kanun'un 45 inci maddesinin ikinci fıkrası uyarınca 30 gün uzatılmasını talep etmişlerdir. Ancak;

-"...Daha önce de taraflara 4054 sayılı yasanın 45 inci maddesi uyarınca ek savunma süresi verilmiş olması ve ek yazılı görüşte Soruşturma Heyeti'nce yeni bir hususun ileri sürülmemiş olması da göz önünde bulundurularak..."

tarafların ek süre talebi Kurulumuzca uygun görülmeyerek reddedilmiştir.

**11.** İlgili teşebbüslerin ek yazılı görüşe karşı cevapları yasal süreleri içinde Rekabet Kurumu'na intikal etmiştir.

**12.** Rekabet Kurulu'nun 30.05.2000 tarih ve 00-20 sayılı toplantısında, yürütülen soruşturma ile ilgili olarak 05.07.2000 tarihinde sözlü savunma toplantısı yapılmasına karar verilmiş ve sözlü savunma toplantısı davetiyeleri, Kanun'un 46/2 nci maddesi uyarınca ilgililere gönderilmiştir.

**13.** 05.07.2000 tarihinde taraflar sözlü savunmalarını yapmışlardır.

**14.** Rekabet Kurulu 17.07.2000 tarihinde nihai kararını vermiş ve karar 19.07.2000 tarihinde taraflara tefhim edilmiştir.

## **G- SORUŞTURMA HEYETİNİN GÖRÜŞÜ:**

Doğan ve Bilgin gruplarının, siyasi gazeteler ve spor gazeteleri pazarında, gazetelerin satış fiyatını ve bazı satış şartlarını gelecekteki davranışlarındaki belirsizlikleri ortadan kaldıracak şekilde, kendi bağımsız davranışları yerine geçen uyumlu eylemler ile belirledikleri, tarafların bu eylemlerinin 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 4 üncü maddesinin "Mal veya hizmetlerin alım yada satım fiyatının, fiyatı oluşturan maliyet, kar gibi unsurlar ile her türlü alım yahut satım şartlarının tespit edilmesi" şeklindeki (a) bendine uygunluk gösterdiği, bu nedenle; Hürriyet Gazetecilik ve Matbaacılık A.Ş., Milliyet Gazetecilik A.Ş., Simge Yayıncılık ve Dağıtım A.Ş. ve Sabah Yayıncılık A.Ş.'ne Kanun'un 16 ncı maddesinin ikinci fıkrası gereğince idari para cezası uygulanması gerektiği düşünülmektedir.

## **H- İNCELEME VE DEĞERLENDİRME**

### **1. İLGİLİ PAZAR**

#### **1.1. Türkiye'de Gazetecilik**

Gazete yayıncılığı kendine has birtakım özellikler arz etmektedir. Özellikle son yıllarda çeşitli medya dallarının medya grupları içerisinde bütünleşmesi ile birlikte televizyon, gazete, dergi yayıncılığı aynı bünye içerisinde gerçekleştirilmektedir. Hatta her bir yayın türü diğerini tamamlamakta, özellikle gazete ve televizyon yayınları bütünleşmektedir. Bu nedenle, gazete sahipliği ve gazete birleşmeleri konusu, bazı ülkelerde özel düzenlemelere tabi olmakta ve gazete birleşmelerinde daha sıkı bir değerlendirme yapılmaktadır. Gazetelerin devir ya da birleşmelerinde sadece ekonomik kriterlere bakılmamakta, haberlerin doğru sunumu ve düşüncüyü ifade etme özgürlüğünün etkilenebileceği de dikkate alınmaktadır. Bu nedenle, bu piyasada rekabetin teşekkülü sadece ekonomik amaçlara değil, kamu çıkarlarının gözetilmesine de hizmet edecektir.

Türkiye'de gazetecilik sektörünün yapısının anlaşılabilmesi için, öncelikle gazete türlerinin, gazete sahipliğinin, talebin yapısının, dağıtım ve reklam gelirlerinin incelenmesi gerekmektedir.

#### **1.2. Gazete Türleri**

Gazeteler aşağıda dağıtım, içerik ve period açısından sınıflandırılmıştır.

**i-Dağıtım:**

**Ulusal Gazeteler :** Türkiye'nin her yerine dağıtımı yapılan, dolayısıyla her yerleşim biriminde okuyuculara ulaşabilen gazetelerdir.

**Yerel Gazeteler :** Dağıtımı Türkiye'nin belli bir bölgesiyle sınırlı kalan gazetelerdir.

## ii-İçerik:

Siyasi, Ekonomi, Spor, Magazin, Promosyon.

## iii-Period:

Günlük, Haftalık, Diğer.

### 1.3. Gazete Sahipliği

Yukarıda verilen bilgiler ışığında "günlük siyasi gazete" olarak nitelendirilen ancak kendi içerisinde çeşitli bölümlere ayrılacak çok sayıda gazete ve buna ek olarak günlük spor, ekonomi ve magazin gazeteleri yayınlandığı görülmektedir.

Haklarında soruşturma yürütülen Doğan ve Bilgin grupları adlı teşebbüsler, geniş bir yelpazeye hitab eden gazeteleri ile toplam gazete pazarında birinci ve ikinci sırayı almaktadır. Bu iki teşebbüse rakip olabilecek teşebbüsler; Star(Uzan) ve Çukurova gruplarıdır. Bununla birlikte, 1999 Mart'ında pazara giren Star Grubu ve Akşam ve Güneş gazetelerinin sahibi olduğu bilinen Çukurova Grubu'nun halihazırda "Büyük Gazete" ya da "Amiral Gazete" olarak tabir edilen gazetelerden çok, Doğan ve Bilgin Grupları'nın ikincil gazetelerine rakip olabildikleri gözlenmektedir.

İlgili ürün pazarı bölümünde ayrıntılı olarak belirtildiği gibi bu gazeteler dışındaki gazetelerin farklı okuyucu kitlelerine hitap ettikleri ve önemli oranda müşteri bağımlılığına sahip oldukları gözlenmektedir. Dolayısıyla, geniş halk kitlelerine hitab eden yayıncılık anlayışlarıyla farklı kulvarlara yönelen Doğan ve Bilgin Grupları, sektördeki diğer gazetelerden farklı bir pazar yapısı içerisinde yer almakta ve bu pazarların da büyük bir kısmını ellerinde bulundurdukları görülmektedir.

Ayrıca, gazete yayıncılığı alanında güçlü konumda bulunan Doğan ve Sabah Grupları'nın diğer medya dallarında da önemli faaliyetleri olduğu bilinmektedir. Her iki grup da dergi ve televizyon yayıncılığı alanında faaliyet göstermekte, bu alanda uluslararası şirketlerle işbirlikleri yapmakta ve medyanın bu alanlarında da önemli bir konumda bulunmaktadır.

### 1.4. Talebin Yapısı

"Gazete" diğer mal ve hizmet piyasalarında üretilen ürünlerden farklı bir nitelik arz etmektedir. Çünkü tüketicilerin (okuyucu) bir gazete satın alması onun başka bir gazete almasını engellemeyecek, eğer şartları oluşmuşsa (manşetten önemli bir haber yayınlaması gibi) aynı gün içerisinde başka bir gazete daha alabilecektir.

Öte yandan, gazeteler günlük olarak tüketilmekte ve her gün okuyucunun karşısına bir önceki günden farklı haberlerle dolu olarak çıkmaktadır. Bu duruma bir de haftasonu ve sair günlerde verilen ilaveler de eklenince gazete talebinin günden

güne farklılıklar gösterdiği, özellikle kamuoyunda büyük yankılar oluşturan olaylar söz konusu olduğunda da gazetelere olan talebin fiyattan önemli ölçüde bağımsız olarak arttığı bilinmektedir.

Gazetelere ilişkin bir diğer önemli özellik ise, bazı okuyucuların tercihlerini yaparken gazetenin yayın politikasını, savunduğu görüşleri, içeriğini, yazar kadrosunu ön planda tutmalarıdır. Dolayısıyla bazı gazeteler, aynı görüşü paylaşan okuyucu kitleleri tarafından tercih edilmektedir. Bir başka deyişle, farklı görüşlere sahip okuyucular için bu gazeteler ikame edilemez. Okuyucuların sadık olduğu bu gazeteler için bir tür marka bağımlılığından söz etmek mümkündür. Gazete satış rakamlarına bakıldığında, bazı gazetelerin satışlarının son derece tutarlı bir seyir izlediği, sahip oldukları sürekli okuyucular nedeniyle gazete piyasasında meydana gelen değişikliklerden pek fazla etkilenmedikleri görülmektedir. Sadık okuyucular, başka gazetelerin fiyatını indirmesi, promosyon uygulaması ya da okudukları gazetenin fiyatının artması gibi değişiklikler sebebiyle tercihlerini değiştirmemektedirler.

Bu çerçevede, her gazetenin bir miktar kararlı okuyucu kitlesine sahip olmasına karşılık, Radikal, Türkiye, Cumhuriyet, Yeni Şafak, Milli Gazete, Yeni Evrensel, Zaman ve Akit gazetelerinin bu niteliklerinin diğer gazetelere oranla ön plana çıktığı, bunların neredeyse her birinin kendilerine özgü bir pazarı olduğu, taleplerinin piyasadaki fiyat hareketlerinden önemli ölçüde etkilenmediği görülmektedir:

Ulusal günlük siyasi gazetelerin yukarıda belirlenen alt pazar dışında kalan kısmını değerlendirecek olursak, öncelikle, fiyat ve promosyonların okuyucu talebini önemli ölçüde etkilediğini belirtmek gerekmektedir.

Bu alt pazarda yer alan gazeteler iki ana grupta ele alınabilir: “Büyük Gazeteler” olarak adlandırılan Sabah, Hürriyet, Milliyet gazeteleri ile “İkincil Gazeteler” olarak adlandırılan Takvim, Gözcü, Posta, Akşam, Güneş ve Star gazeteleri.

Hürriyet, Milliyet ve Sabah gazeteleri, net satış adetleri, fiyatları, reklam gelirleri ve yazar kadroları açısından diğer gazetelerden farklı olarak ayrı bir alt pazar oluşturmaktadırlar. Ayrıca, okuyucularca fiyat, promosyon, verilen ekler ve nitelikleri açısından, reklam verenlerce de hedef kitleye ulaşım açısından bu üç gazete birbirlerini ikame edebilecek niteliktedirler.

Takvim, Posta, Akşam, Star, Gözcü, Güneş gazeteleri de hedef kitleleri, sayfa yapıları, fiyatları, reklam gelirleri açısından birbirleri ile benzerlik göstermektedirler. Daha çok dar gelirli okuyucuları hedef alan bu gazeteler, genellikle maliyetlerinin altında bir fiyatla satışa sunulmakta; ayrıca çok az ilan ve reklam içermektedirler. Dolayısıyla, bu tür gazeteler genellikle büyük grupların “Amiral Gazete” olarak tabir edilen, ilan ve reklam potansiyeli yüksek büyük gazetelerinin sabit giderlerini bölüşmek amacıyla faaliyet göstermektedir. Ayrıca, hedef kitleleri açısından, gazetenin fiyatı önemli bir unsur olduğu için, taleplerinin fiyat esneklikleri de farklıdır.

Aynı zamanda bu grupların birden fazla gazeteye sahip oldukları ve bu gazetelerin en az birinin “amiral” gazete niteliği, diğerlerinin ise “ikincil” gazete niteliği taşıdığı görülmektedir. Birden fazla gazeteye sahip olma yolu ile gruplar, hem “amiral” gazetelerin sabit giderlerini paylaştırabilmekte hem de ürün farklılaştırma yoluyla değişik okuyucu kitlelerine farklı fiyattan hizmet sunabilmektedirler. Aynı gruba ait gazeteler aynı baskı tesisleri, dağıtım kanalları ve haber kaynaklarından faydalanmaktadırlar.

Gazetelerin birbirleriyle rekabetinde belirleyici faktörlerden biri de basım yerlerinin sayısıdır. Sadece İstanbul’da basılan bir gazetenin okura zamanında ulaşması için erken saatlerde yola çıkması gerekmekte, bu da belli bir saatten sonra meydana gelen gelişmelerin bu gazetelerde yer almasını engellemektedir. Buna karşılık birden fazla merkezde basılan gazeteler (soruşturma kapsamındaki teşebbüslerin gazeteleri bu sınıfa dahildir) ise hem daha geç saatlerde meydana gelen haber gelişmelerini içerdiklerinden, hem de bölgesel ekler sunabildiklerinden rekabette önemli bir avantaj elde edebilmektedirler. Bu nedenle Hürriyet, Sabah ve Milliyet gazeteleri ile tam anlamıyla rekabet edebilecek bir gazetenin piyasaya girmesi oldukça yüksek bir maliyet gerektirecektir.

### **1.5. Dağıtım**

Türkiye’deki gazetecilik sektörünün yapısını tam olarak anlayabilmek için, dağıtım ağının iyi kavranması ve gerekli değerlendirmelerin bu yapı göz önünde bulundurularak yapılması gerekmektedir.

Gazete ve dergi dağıtımı, her türlü yayının, yayınevinden çıkıp okuyucuya ulaşmasına kadar olan faaliyetlerin bütünü kapsayan sektördür.

Türkiye’de dağıtım alanında faaliyet gösteren dört dağıtım şirketi olmakla beraber, bunlardan yalnızca üçü fiziki olarak dağıtım yapmaktadır. Bunlardan; YAYSAT Yayın Satış Pazarlama ve Dağıtım A.Ş. Doğan Grubuna, B.B.D. Birleşik Basın Dağıtım A.Ş. ise Bilgin Grubuna aittir. Uzan Grubu da kendi gazetesini dağıtmak amacıyla bir dağıtım şirketi kurmuştur. Müşteri yayınlarının dağıtımını amacıyla kurulan BİRİYAY Birleşik Yayın Dağıtım A.Ş. ise Doğan ve Bilgin Gruplarının bir ortak girişimi niteliğinde olup fiilen dağıtım yapmamaktadır.

### **1.6. Reklam Gelirleri**

Gazeteler tüketiciye pazarlanan bir ürün olmanın dışında yayıncıların reklam geliri elde etmelerine de olanak tanıyan bir araçtır. Bu ekonomik ayrıcalık, yayıncılara farklı politikalar izleyebilme şansı tanımaktadır. Buna göre, ürün fiyatı maliyetinin üzerinde belirlenerek ürün satışından kazanç sağlanabileceği gibi ürün fiyatını maliyetinin altında tutarak daha geniş bir okur kitlesine ulaşmak, bunun bir sonucu olarak da reklam piyasasında daha büyük bir pay elde etmek ve kazançları bu yolla artırmak da mümkündür. Örneğin, 1997 yılına ilişkin Hürriyet, Milliyet ve Sabah gazetelerinin satış ve reklam gelirlerinin toplam gelirleri içindeki durumları aşağıdaki tabloda belirtildiği gibidir:



## Hürriyet, Milliyet ve Sabah'a ait 1997 yılı Gelirlerinin Karşılaştırılması

	<i>HÜRRİYET</i>	<i>MİLLİYET</i>	<i>SABAH</i>
Reklam Geliri	23.139.941.401.998	7.701.867.000.000	11.408.241.000.000
Satış Geliri	21.480.241.637.684	21.351.426.000.000	20.105.487.000.000
Diğer Gelirler	4.403.808.468.339	6.508.988.000.000	5.165.677.000.000
<b>TOPLAM GELİR</b>	<b>49.023.991.508.021</b>	<b>35.562.281.000.000</b>	<b>36.679.405.000.000</b>

1997 yılına ait verilerden görüleceği üzere, Hürriyet gazetesi, gazete satış gelirlerine oranla daha fazla reklam geliri elde etmektedir. Bu rakam da Milliyet gazetesi reklam gelirlerinin yaklaşık üç katına, Sabah gazetesi reklam gelirlerinin ise yaklaşık iki katına eşittir.

### 1.7. İlgili Ürün Pazarı

Gazete yayıncılığı sektörüne ilişkin verilen bilgilerden de anlaşılacağı üzere günlük siyasi gazete yayıncılığı pazarında yayın politikası, tüketici bağımlılığı, fiyat, reklam kapasitesi, fiyat değişimlerine karşı müşteri tepkisi ve gazetelerin piyasada sahip olduğu istikrarlı trendler dikkate alındığında, bu üç büyük gazetenin diğer günlük siyasi gazetelerden ayrı olarak ele alınması gerektiği düşünülmektedir. Yukarıda yer verilen açıklamalar dikkate alındığında; Hürriyet, Milliyet ve Sabah gazeteleri diğer gazetelerden farklı olarak ayrı bir alt pazar oluşturmaktadırlar.

Soruşturma konusu diğer pazar ise günlük spor gazeteleri pazarıdır. Bu pazarda Doğan grubuna ait Fanatik gazetesi ile Bilgin grubuna ait Taraftar/Fotomaç gazeteleri bulunmakta ve bu gazetelerde de ağırlıklı olarak futbol olmak üzere spor dallarına ilişkin haber ve yorumlar yer almaktadır.

Sonuç olarak, ilgili ürün pazarı;

- ulusal yayın yapan günlük siyasi gazete pazarı ve
- ulusal yayın yapan günlük spor gazeteleri pazarı

olmak üzere iki pazar olarak belirlenmiştir. Ulusal yayın yapan siyasi gazete pazarında da Hürriyet, Milliyet ve Sabah ayrı bir kategori olarak değerlendirilmiştir.

### 1.8. İlgili Coğrafi Pazar

Söz konusu gazeteler ülke çapında basılmakta ve pazarlanmakta olduğundan, ilgili coğrafi pazar, tüm Türkiye olarak belirlenmiştir.

## 2. YAPILAN TESPİTLER

### 2.1. Uyumlu Eylem Bulguları

#### 2.1.1. Önaraştırma Dönemi

Önaraştırma döneminde raportörler tarafından teşebbüslerde yapılan yerinde incelemeler sırasında günlük siyasi gazetelerin ve günlük spor gazetelerinin fiyatlarının belirlenmesi amacını taşıyan, Doğan ve Sabah Grupları arasında gazete yayıncılığı piyasasında kendi bağımsız davranışları yerine geçen ve piyasadaki fiyat konusunda belirsizlikleri ortadan kaldıran bir koordinasyon olduğunu gösteren bulgulara ulaşılmıştır. Bu bulgular şunlardır:

1- 16.12.1998 tarihinde Hürriyet Gazetecilik ve Matbaacılık A.Ş.'de, Yönetim Kurulu Üyesi ve İcra Kurulu Başkan Yardımcısı Y. B. ve Hukuk Bürosu Müdürü Av. E.T. Y. ile görüşülmüş ve Y. B.'nin çalışma odası ve sekreteryasında mevcut belgeler üzerinde incelemeler yapılmıştır.

İncelemeler sırasında, rakip teşebbüslerden Sabah gazetesi ile reklam fiyatlarının sabitlemesi konusunda yapılan görüşmeyi de içeren "01.12.1998 İcra Kurulu Kararı" tespit edilmiş ancak, kontrolden geçmediği, toplantıya katılanlarca imzalanmadığı ve şirketin işleyişi ile ilgili ticari sır niteliğinde bilgiler içerdiği gibi rekabet hukuku anlamında yasal dayanaktan yoksun gerekçeler öne sürülerek sureti raportörlere verilmemiştir. Bu durum raportörlerce düzenlenen 16.12.1998 tarihli tutanakla sabittir. Söz konusu belge, 15.01.1999 tarih ve 158 sayılı yazı ile de taraflardan istenmiş, fakat Hürriyet Gazetecilik ve Matbaacılık A.Ş. tarafından Rekabet Kurumu'na gönderilmemiştir.

2- 18.12.1998 tarihinde Milliyet Gazetecilik A.Ş.'de yerinde inceleme yapılmış ve Yönetim Kurulu Üyesi ve İcra Kurulu Başkan Yardımcısı H.i. S'in sekreteryasında mevcut belgeler üzerinde yapılan incelemede, icra kurulu toplantılarına ait olduğu anlaşılan aşağıda sıralanan karar metinleri tespit edilmiştir:

"Milliyet Gazetesi İcra Kurulu Kararları 19.08.1998" başlıklı belgenin 5 inci maddesinde, "Pazar günleri verilen ilavelerin yüksek maliyetinden dolayı yapılması düşünülen zammın Ekim ayında olabileceği düşünüldü. Ayrıca Sabah Grubunun Eylül başından itibaren 125.000 TL'ye artırım fikri tartışıldı." ifadesi bulunmaktadır.

"Milliyet Gazetesi İcra Kurulu Kararları 25.02.1998" başlıklı belgenin 8 inci maddesinde, "Sabah Grubunun diğer gazetelerinde, anlaşmanın aksine günlük promosyona başladığı anlatıldı. Yeni Yüzyıl ve Radikal'in net satış rakamları incelendi ve aradaki farkın açılması sebebiyle Radikal için rezerve edilen ürünlerin kampanyalarına başlamasına karar verildi. Ayrıca Hürriyet'in stoğunda bulunan 150.000 adet oyuncak otomobilin Radikal ile günlük verilmesi uygun bulundu." ifadesi yer almaktadır.

“Milliyet Gazetesi İcra Kurulu Kararları 12.03.1998” başlıklı belgenin 7 nci maddesinde, “Sabah Grubu ile de mutabık kalınarak 25 Mart 1998 tarihinden itibaren 29 kuponun altında ürün verilmemesine karar verildi.” ifadesi bulunmaktadır.

“Milliyet Gazetesi İcra Kurulu Kararları 29 Nisan 1998” başlıklı belgenin 6 ncı maddesinde, “Gazete ile günlük dağıtılacak deterjan ve meyve suyu tekliflerinin gelmesi üzerine, Sabah Grubu ile de görüşülerek yapılmamasına karar verildi.” ifadesi yer almaktadır.

“Milliyet Gazetesi İcra Kurulu Kararları 27 Mayıs 1998” başlıklı belgenin 2 nci maddesinde, “Milliyet-Sabah-Hürriyet-Radikal-Yeniyüzyıl Gazetelerinin satış rakamları incelendi, promosyon programları gözden geçirildi. Gazete fiyatları konusunda Sn. Y. E., Sabah ile yapılan görüşme konusunda bilgi verdi...” ifadesi bulunmaktadır. Y. E., Hürriyet Gazetecilik ve Matbaacılık A.Ş.'de Yönetim Kurulu üyesidir.

“Milliyet Gazetesi İcra Kurulu Kararları 26.08.1998” başlıklı belgenin 5 inci maddesinde, “Sabah Grubu ile mutabık kalarak Fotomaç ile Fanatik gazetesinin satış fiyatınının 1 Eylül Salı gününden itibaren 40.000 TL'den 50.000 TL'ye artırılmasına karar verildi.” ifadesi yer almaktadır.

### **2.1.2. Soruşturma Dönemi**

Soruşturma döneminde, önaraştırma döneminde ulaşılan bulgular ışığında, ilgili piyasanın yapısı ve bu piyasada teşebbüslerin uyguladığı stratejiler çeşitli yönleriyle incelenmiştir. Bu aşamada, önaraştırma döneminde, özellikle Milliyet gazetesinde bulunan ve gazetelerin piyasa davranışlarını koordine ettiklerini, belirli sürelerde biraraya gelerek gelecekle ilgili kararlar aldıklarını ve doğrudan ya da dolaylı olarak fiyatı belirleyen unsurlar üzerinde karar verdiklerini gösteren bulguların ve alınan kararların hayata geçirilip geçirilmediğinin tespit edilmesi amaçlanmıştır. Bu amaca yönelik olarak, öncelikle, Hürriyet Gazetecilik ve Matbaacılık A.Ş.'den, Simge Yayıncılık ve Dağıtımcılık A.Ş.'den, Milliyet Gazetecilik A.Ş.'den ve Sabah Yayıncılık A.Ş.'den 03.06.1999 ve 14.09.1999'da aşağıdaki bilgiler istenmiştir:

- Yapılan fiyat artışları ve tarihleri,
- Ayrıntılı reklam tarifeleri,
- Yayınlanan gazetelerin promosyonlu ve promosyonsuz olarak günlük tiraj rakamları,
- Uygulanan promosyonlarla ilgili ayrıntılı bilgiler,
- Şirketlerin bilanço ve gelir tablolarının onaylı örnekleri,
- Yayınlanan gazetelere ilişkin aylık ayrıntılı gelir rakamları,
- Yayınlanan gazetelere ilişkin aylık ayrıntılı maliyet rakamları.

Elde edilen bilgi ve belgelerle ulaşılan sonuçlar, aşağıda ekonomik ve hukuki değerlendirme bölümünde ele alınmıştır.

### 3. SAVUNMALAR

#### 3.1. Sabah Yayıncılık A.Ş.'nin İlk Yazılı Savunması

##### a- Usule ilişkin itirazlar

Usule ilişkin olarak yapılan savunma ve beyanlarda Sabah Yayıncılık A.Ş. iki konu üzerinde durmaktadır:

- Soruşturma başladığında yasal sürelerin aşıldığı,
- Şikayetçi tüzel kişiliğin şikayette meşru menfaati bulunup bulunmadığının tespit edilip raporda açıkça izah edilmediği.

Sabah Yayıncılık A.Ş. 4054 sayılı Kanun'un Öneriştirmanın Sonuçlanması başlıklı 41 inci maddesinin "Öneriştirma raporunun Kurula teslimini takip eden 10 gün içinde, Kurul elde edilmiş olan bilgileri değerlendirerek karar vermek üzere toplanır ve soruşturma açılmasına veya açılmamasına karar verir." hükmü ve 42 nci maddesinin ikinci fıkrasındaki "Kurul'un gerek başvuruları açıkça reddetmesi, gerekse süresi içinde bildirimde bulunmayarak reddetmiş sayılması durumlarında....." hükmü dikkate alındığında, öneriştirma raporunun tamamlanmasından sonraki 10 gün içerisinde soruşturmaya başlanmamasının süresi içinde bildirimde bulunmama durumunu ortaya çıkaracağını ve bu hükümler çerçevesinde başvurunun reddedilmiş sayılması gerektiğini iddia etmektedir. Bu çerçevede, raportörlerce hazırlanan öneriştirma raporunun 15 Ocak 1999 tarihini taşıdığı, rapor tarihinden 12 gün sonra 27 Ocak 1999 tarihinde Başkanlık Önergesi ile raporun gündeme alındığı ve ancak 4 Şubat 1999 tarihinde soruşturma açılmasına karar verildiği belirtilerek, Öneriştirma Raporu tarihinden itibaren yaklaşık 20 gün sonra karar alınmasının yasanın zorunlu kıldığı sürelerin aşıldığı anlamına geldiği bu nedenle de, soruşturmanın reddi talep edilmiştir.

Sabah Yayıncılık A.Ş.'nin savunmasında usule ilişkin olarak ikinci itiraz konusu şikayetçi tarafın meşru menfaatinin bulunup bulunmadığı meselesidir. Savunmada Kanun'un 9 uncu maddesinin 2 nci fıkrasındaki "Meşru bir menfaati bulunan gerçek ve tüzel kişiler şikayette bulunabilir" hüküm uyarınca müşteki Uluslararası Moda Yayıncılık A.Ş.'nin şikayette meşru bir menfaatte bulunup bulunmadığının kendilerine gönderilen belgelerde yeterli açıklığa kavuşmadığı belirtilerek, şikayetçi şirketin iştiğal konusunun, basın piyasasında hangi gazeteleri yayınladıklarının, varlığı iddia edilen uyumlu eylemden ne şekilde etkilendiklerinin açıklığa kavuşturulması gerektiği ifade edilmiştir. Eğer müşteki firma öneriştirma raporunda belirlenen pazara ikamesi önemli bulunmayan bir sektörde mevkute yayınlıyorsa uyumlu eylem dahil herhangi bir davranıştan etkilenmeyeceği, bu itibarla şikayette meşru bir menfaatinin bulunmayacağı ve soruşturmanın reddedilmesi gerektiği iddia edilmiştir.

##### b- Esasa ilişkin Savunma

Sabah Yayıncılık A.Ş.'nin esasa ilişkin savunmasında,

- Sabah Yayıncılık A.Ş.'nin Hürriyet ve Milliyet Grubu ile uyumlu eylem içinde bulunarak rekabeti bozucu anlaşma yaptığı şeklindeki iddiaların hukuki geçerliliği bulunmadığı, 1997 yılının büyük bölümünde fiyatların farklı seyrettiği ancak piyasadaki rekabet koşulları nedeniyle sadece belli bir dönemde fiyatların yakın düzeyde gerçekleştiği, mali tablolarındaki maliyet kalemleri incelendiğinde, sözkonusu satış koşullarının uygulanmasının pazar koşulları ve rekabetin gereği olduğu ve basın kuruluşlarının ilk madde malzeme temininde benzer koşullarla karşıya karşıya oldukları bu nedenle gazete maliyetlerinin ve gazete fiyatlarının benzer olmasının sürpriz olmadığı,
- Sabah Yayıncılık A.Ş.'nin uyumlu eylem saiki ve iradesi ile hareket etmediği ve bu hususta Sabah Yayıncılık A.Ş.'ni sorumluluk altına sokacak bir kanıtın bulunmadığı,
- Öneri raporu ifadesi geçen " Teşebbüslerin faaliyet gösterdikleri pazar yapısının bir fiyat paralelliğini zorunlu kılmadığı" şeklinde varılan kanaatin somut bir veriye dayanmadığı,
- Hürriyet Gazetecilik ve Matbaacılık A.Ş. ile Sabah Yayıncılık A.Ş. arasında iddialara kanıt olabilecek somut bir belge bulunmadığı; Milliyet Gazetecilik A.Ş.'de yerinde inceleme sırasında elde edilen bilgilerin ilgili şirketi temsil ettiği ve Sabah Yayıncılık A.Ş.'ne teşmil edilemeyeceği.

ifade edilmiştir.

### **3.2. Diğer Teşebbüslerin Savunmaları**

Sabah Yayıncılık A.Ş. dışında haklarında soruşturma yürütülen diğer teşebbüslerin (Doğan Grubu) ilk yazılı savunmaları Kurumumuz'a yasal süresi içinde iletilmemiştir. 06.04.1999 tarihinde Kurumumuz'a iletilen yazılarda Kanun'un 43 ve 44 üncü maddeleri çerçevesinde savunmalarını yaptıkları, ancak uyumlu eylem bulguları ile ilgili savunmalarını Kurum bünyesinde haklarında düzenlenmiş her türlü evrakın ve elde edilmiş her türlü delilin bir nüshasının verilmesi ve soruşturma raporunun tebliğ edilmesi akabinde yapılacağı belirtilmiştir. Her ne kadar bu teşebbüslerin savunmaları süresi içinde yapılmamış ise de, kararın daha sonraki bölümlerinde yapılan açıklama ve değerlendirmeler soruşturma açılan konulara ilişkin olarak ilgili teşebbüslerin temsilcisi tarafından bahsedilen hususları da kapsamaktadır.

### **3.3. Tarafların Ortak Savunmaları**

#### **3.3.1. Soruşturma Raporuna Yönelik Savunmalar**

Taraflar Soruşturma Raporunun tebliği neticesinde ikinci yazılı savunmalarını birlikte yapmışlardır. Bu savunmalarında temelde Avrupa Birliği içtihatlarına dayanarak dosyada ileri sürülen iddiaların geçersiz olduğunu özellikle bahsedildiği

şekilde bir uyumlu eylemin var olmadığını ileri sürmüşlerdir. Söz konusu savunma yazısında taraflar özetle;

- Şikayetçi tarafın meşru menfaatinin bulunmadığı tekrarlanarak bunun ciddi bir usul hatası olduğu,
- Hürriyet ve Milliyet gazetelerinin aynı ekonomik bütünlük içinde yer almaları nedeniyle biraraya gelip ekonomik karar almalarının önünde bir engel olmadığı,
- Şikayetçi tarafın Sabah, Hürriyet ve Milliyet gazeteleri tarafından oluşturulan bir teşebbüs birliği vasıtasıyla bu kararların alındığı iddiasının ciddiye alınarak soruşturma açıldığı,
- Avrupa Birliği uygulamalarından örnekler verilerek, karar alınmasında soruşturma sırasında elde edilen bulgulara değil eylemin sonucuna bakılması gerektiği,
- Diğer teşebbüsler bu durumdan zarar görmüyorlarsa mevcut uyumlu eylemin rekabeti kısıtlamadığı bu nedenle elde edilen bulguların bu yönde kullanılmaması gerektiği,
- Avrupa Birliği Adalet Divanı'nın Ahlström&Ors-Komisyon davasında Komisyonun iddialarına karşı çıkarken ortaya koyduğu gerekçelerin ilgili davayla benzerlik gösterdiği; buna göre fiyat duyuruları sistemin uzun dönemli bir pazar olma niteliğinden kaynaklandığı, alıcıların ve satıcıların ticari riskleri kısıtlama ihtiyacına karşın akılcı bir cevap oluşturduğu, fiyat duyuru tarihlerindeki benzerliklerin pazarın şeffaflığının doğrudan gereği olduğu, fiyatlarda ve fiyat eğilimlerindeki paralellik pazarın oligopolistik yapısıyla ve belli dönemlerde oluşan belli durumlarla açıklanabildiği,
- Bu içtihatların Soruşturma Heyeti'nin elde etmiş olduğu bilgi ve bulgulara bağlı olarak ileri sürdüğü Doğan ve Bilgin Grupları arasında bilgi değişimi marifetiyle rekabeti kısıtladıkları savını çürüttüğü

iddia edilerek, gazete fiyat artışlarının zaman zaman aynı tarihlere isabet etmesinin ve faaliyetlerinden haberdar olmalarının tüketiciler aleyhine bir sonuç doğurmadığı, pazara giriş olanaklarının ortadan kaldırılmadığı ve ilgili gazetelerin sürekli zarar ettiklerinin dikkate alınarak Soruşturma Heyeti'nin iddialarından vazgeçmesi talep edilmiştir.

Bu savunmaya karşı Soruşturma Heyeti Ek Yazılı Görüşü'nü bildirmiştir. Soruşturma Heyeti, yapılan savunmaların Soruşturma Raporu'nda yer verilen iddiaları çürütmediğini ve AB içtihatlarından örnek olarak verilen davaların, Soruşturma Raporu'nda bahsedilen, pazarın yapısı, niteliği, şeffaflığı, ürünün özellikleri, uyumlu eylemin unsurları, bu unsurların gerçekleştiğini kanıtlayan belge ve bilgiler de gözönüne alındığında, Soruşturma Heyeti tarafından varılan sonuçları geçersiz kılan içtihatlar olmadığı görüşünü bildirmiştir.

Bu görüşe karşılık taraflar verdikleri cevapta benzer iddialarını tekrarlamışlardır.

### 3.3.2. Sözlü Savunma Toplantısında Yapılan Savunmalar

Taraflar sözlü savunmalarında özetle;

- Usul yönünden yukarıda bahsi geçen hususlara yeniden değinmişler,
- Esas yönünden ise;
  - bir ürün olarak 'gazete'nin diğer ürünlerden niteliksel olarak farklılık arzettiğini,
  - gazetelerin rekabetinde fiyatın belirleyici unsur olmadığını,
  - gazetelerin üst fiyat rekabetiyle değil, hizmet rekabetiyle yarıştıklarını,
  - fiyatın halktan kopamayacağını, yani fiyatların çok yükselmesi sonucu halkın mağdur olmadığını veya fiyatlar düşürülerek pazara giriş engeli oluşturulmadığını,
  - olayda rekabet sınırlandırılması amacı, sonucu ve etkisi olmadığını,
  - soruşturma heyetinin bahsettiği belgelere dayanarak niçin anlaşmadan değil de uyumlu eylemden inceleme yaptıklarını,
  - bahsedilen eylemlerin, uyumlu eylem kapsamında değerlendirilemeyeceğini, çünkü uyumlu eylemin ileri sürülebilmesi için fiyat paralelliği ve rekabetin sınırlandırıldığı piyasalara benzer fiili durumun varlığı olmak üzere iki şartın bir arada olmasının kanuni zorunluluk olduğunu,
  - Kanun'un madde gerekçesine bakıldığında, Kanun'un birinci paragrafında ihlalin varlığını gösterdiği düşünülen 'amaç, etki ve tehdit'in varlığı şartının uyumlu eylemlerle ilgili olarak, anlaşma ve teşebbüs birlikleri kararlarından farklı olarak etki şartına bağlandığını,
  - incelenen üç buçuk yıl içerisinde, defalarca maliyetlere ve karlılığa bakıldığı halde, fiyatların halktan kopuk ve genel enflasyonist etkilerden bağımsız olarak artırıldığı yönünde en ufak bir iddiaya yer verilmediğini,
  - öte yandan rakiplerin pazara girişlerini engelleyecek türden maliyetin altında satışlar yapıldığı veya benzeri bir iddia olmadığını, pazarların bölüşülmesi veya reklam yerlerinin satışında bir sınırlamadan bahsedilmediğini, yani rekabetin sınırlandırılmasından söz edilmediğini,

ileri sürmektedirler.

## 4. DELİLLERİN VE SAVUNMALARIN DEĞERLENDİRİLMESİ

### 4.1. Usule ilişkin savunmanın değerlendirilmesi

- Öneri raporu raporunun Raportörler tarafından tesliminden sonra kanuni sürelerin aşıldığına ilişkin savunmaya yönelik; bu süreler idareyi bağlayan, ancak haklarında soruşturma açılan tarafların savunma haklarına hanel gelmemesi nedeniyle söz konusu sürelerin aşımının, iddia edilen bir rekabet ihlalinin varlığını ortadan kaldırmayan, başlamış bir soruşturmayı kapatmayı zorunlu kılmayan sürelerdir.

- Şikayetçinin şikayetçi vasfını haiz olmadığına yönelik:

İhbar veya şikayet Rekabet Kurulu'nu bir rekabet ihlalden haberdar eden ögelerdir. Bunlar (eğer ihlale yönelik bulgular varsa) sadece ve sadece bir rekabet soruşturmasının başlamasını sağlarlar. Bu nedenle Rekabet Kurulu'nu bir ihlalden haberdar eden kişinin ihbarcı veya şikayetçi vasfına sahip olup olmaması başlamış bir soruşturmanın seyrini etkilemeyecektir. Ancak, bu soruşturma açısından gazete yayıncılığı alanında faaliyet göstermeyen Uluslararası Moda Yayıncılık A.Ş. nihai kararda ihbarcı olarak kabul edilmektedir.

#### **4.2. Esasa İlişkin Savunmaların Değerlendirilmesi**

Soruşturmanın konusu uyumlu eylem ile satış fiyatının tespit edilmesidir. Bir fiilin uyumlu eylem olarak nitelenebilmesi için şu unsurların bulunması gereklidir:

- Taraflar arasında genellikle sözlü ya da yazılı şekilde ifade edilen toplantılar, tartışmalar, bilgi değişimi veya araştırmaları içeren olumlu temaslar olmalıdır.
- Bu temas; pazar davranışını etkileme ve özellikle bir teşebbüsün gelecekteki rekabetçi davranışının belirsizliğinin önceden ortan kaldırma amacı taşımalı.
- İlgili teşebbüslerin ticari davranışlarını, tam olarak rekabetçi etkiler tarafından belirlenmeyecek bir şekilde oluşturma ya da değiştirme etkisi olmalıdır.

Burada önemli olan, teşebbüslerin, rakiplerinin gelecekteki davranışlarını öğrenmeleri ve pazardaki belirsizliğin ortadan kaldırılmasıdır.

Uyumlu eylem vakalarında önemli bir sorun da teşebbüslerin uyumlu eylem içerisinde olduklarının tespiti ve ispatıdır. 4054 sayılı Kanun piyasadaki fiyat değişimlerinin veya arz ve talep dengesinin ya da teşebbüslerin faaliyet bölgelerinin rekabetin engellendiği, bozulduğu veya kısıtlandığı piyasalardakine benzerlik göstermesi halini uyumlu eyleme karine göstermiş ve ekonomik ve rasyonel gerekçelere dayanarak uyumlu eylemde bulunulmadığının ispatını taraflara bırakmıştır. Ancak, burada olduğu gibi bir fiyat belirleme olayında, fiyat tespitinin rekabetin kısıtlandığı piyasalardaki eylemlere benzerliğinin ortaya konulması yeterli değildir. Bunun yanısıra, teşebbüsler arasında kendi bağımsız davranışlarını engelleyen rekabetçi şartlar altında olmaması gereken bir ilişkinin ortaya konması da gereklidir.

Uyumlu Eylem halinin tespitinde üç temel bulgunun ortaya çıkartılması yeterlidir. Bu bulgular:

- i- Rakip teşebbüsler arasında bir ilişkinin varlığı,
- ii- Rakip teşebbüsler arasında ortak tavır sonucunu doğuran ve diğer rakip teşebbüslerin hareketlerini etkileyen davranışların varlığı,
- iii- Rakip teşebbüsler arasında bağımsız hareket etme durumunun ortadan kalktığı durumların varlığı.



## Gruplar Arasındaki İlişki

Önaraştırma sırasında elde edilen belgelerden Doğan ve Bilgin gruplarının zaman zaman biraraya geldikleri ve uygulayacakları davranışlar üzerinde tartıştıkları görülmektedir. Elde edilen belgelerde günlük siyasi gazete ve spor gazetelerinde uygulanacak fiyatlar konusunda ortak hareket edildiği, verilen promosyonlara ve uygulanan reklam tarifelerine ilişkin kararlar alındığı gözlenmektedir. Bulguların çoğunun Doğan Grubu'na ait Milliyet Gazetecilik A.Ş.'de bulunması ve Sabah Yayıncılık A.Ş.'de benzer bulguların bulunmaması iki grup arasındaki ilişkinin varlığını yadsımayacaktır. Çünkü; bu belgelerden bahsedilen eylemleri aşağıda görüleceği üzere her iki taraf da gerçekleştirmiştir.

Bu bulgular, tutanaklarda ve elde edilen belgelerde yer alan ifadelerle birlikte değerlendirildiğinde, iki grubun faaliyetlerini uyumlaştırdıkları daha da netlik kazanacaktır.

- 19.08.1998 tarihli "Milliyet Gazetesi İcra Kurulu Kararları" başlıklı belgenin 5 inci maddesinde "... Ayrıca Sabah Grubunun Eylül başından itibaren 125.000 TL'ye artırım fikri tartışıldı." ifadesi geçmektedir. Bu ifadeden, grupların gazete fiyatları konusundaki fikirlerini birbirlerine ilettikleri ve bu fikirlerin her gazetenin ilgili kurulları tarafından tartışıldığı anlaşılmaktadır. Dolayısıyla tarafların savunmalarında ortaya koydukları dağıtım kanalındaki bayileri aracılığıyla fiyat değişimlerini kolayca takip edebildikleri bu nedenle fiyatların aynı tarihlerde arttığı iddiasının her zaman için geçerli olmadığı ortaya çıkmaktadır.

- Aynı şekilde 26.08.1998 tarihli "Milliyet Gazetesi İcra Kurulu Kararları" başlıklı belgede "Sabah Grubu ile de mutabık kalınarak Fotomaç ile Fanatik gazetesinin satış fiyatının 1 Eylül Salı gününden itibaren 40.000 TL'den 50.000 TL'ye artırılmasına karar verildi." ifadesi soruşturma kapsamında olan günlük spor gazeteleri pazarında da grupların fiyatları birlikte belirledikleri görülmektedir. Taraftar Fotomaç ve Fanatik gazetelerinin fiyatlarının 1 Eylül Salı günü 40.000 TL'den 50.000 TL'ye artırılması burada geçen ifadelerin gerçekten uygulandığını göstermektedir. Spor gazetelerinin fiyat hareketlerine bakılacak olursa uzun bir süre fiyatların paralel seyrettiği görülmektedir. Aynı gün ve aynı miktarda yapılan fiyat artışları ile uzun süredir paralel bir seyir izleyen fiyatların özellikle Milliyet Gazetesi İcra kurulu kararlarındaki bu ifadeler de dikkate alındığında pazarın yapısı ve ürünün özellikleri ile açıklanamayacak bir seyir izlediği izahlanmaktadır.

- Bunlara ek olarak, yine Milliyet Gazetesinde elde edilen belgelerden 27 Mayıs 1998 tarihli belgede geçen "Gazete fiyatları konusunda Sn. Y. E. Sabah ile yapılan görüşme konusunda bilgi verdi." ifadesi gazete fiyatları konusunda Doğan grubu ile Bilgin grubunun fiyat hareketlerinde bağımsız davranışların yerine geçen koordinasyona yönelik görüşmelerde bulunulduğunun bir başka kanıtıdır.

- Ayrıca, reklam gelirlerinin gazete yayıncılığındaki önemi dikkate alındığında, Hürriyet Gazetecilik A.Ş.'de bulunan, ancak gazete yetkilileri tarafından ilgili raportörlere verilmeyen, Hürriyet ile Sabah arasında "reklam fiyatlarının sabitlenmesi

konusunda" yapılan bir görüşmeyi içerdği tutanakla sabit olan belge de, gruplar arasındaki ilişkinin bir başka boyutunu ortaya koymaktadır.

- 25.02.1998 tarihli "Milliyet Gazetesi İcra Kurulu Kararlar" başlıklı belgede, "Sabah Grubu'nun diğer gazetelerinde anlaşmanın aksine günlük promosyona başladığı anlatıldı" ibaresi grupların günlük promosyon verme konusunda anlaşmaya vardıklarını göstermektedir. Yapılan anlaşmanın tüm gazeteleri kapsadığı da görülmektedir. Nitekim, soruşturulan dönemde yapılan promosyonlar incelendiğinde, uygulamanın yukarıda bahsedilen icra kurulu kararında olduğu gibi gerçekleştiği belirlenmiştir.

- 12.03.1998 tarihli "Milliyet Gazetesi İcra Kurulu Kararları" başlıklı belgede (bu belgenin tarihi bir önceki paragrafta belirtilen belgeden iki hafta sonradır), "Sabah grubu ile de mutabık kalınarak 25 Mart 1998 tarihinden itibaren 29 kuponun altında ürün verilmemesine karar verildi." ifadesi yer almaktadır. Bu ifadeden, kısa bir süre sonra iki grup arasında promosyon konusunda çıkan sorunun çözüldüğü ve günlük promosyondan vazgeçildiği anlaşılmaktadır. Nitekim promosyona ilişkin verilerden; Hürriyet gazetesini 29 kupon altındaki en son promosyonunu 25.03.1998 tarihinde başlatmış, 26.03.1998 tarihinden itibaren dört ay süreyle 29 kuponun altında promosyon verilmemiştir. Aynı şekilde Sabah gazetesi de, 25.03.1998 tarihinden önce 29 kuponun altında ürün vermesine rağmen, bu tarihten sonra başlattığı promosyonlarda 4 ay süreyle 29 kuponun altında uygulama yapmamıştır. Görüleceği üzere, bu icra kurulu kararı da iki grup tarafından hayata geçirilmiştir.

- 29 Nisan 1998 tarihli "Milliyet Gazetesi İcra Kurulu Kararları" başlıklı belgede, "Gazete ile günlük dağıtılacak deterjan ve meyve suyu teklifleri gelmesi üzerine, Sabah ile de görüşülerek yapılmamasına karar verildi." ifadesinden de anlaşılacağı üzere promosyonların süresinin yanısıra promosyon olarak verilecek ürünlerde de gruplar arasında işbirliği olduğu görülmektedir. Nitekim, bu tarihten itibaren Doğan ve Bilgin gruplarına ait gazeteler tarafından deterjan ve meyve suyu promosyonu yapılmamıştır.

### **Fiyat hareketleri**

1994 yılı sonundan itibaren siyasi gazete pazarında gerçekleşen fiyatlar, fiyat artış tarihlerine göre aşağıdaki tablodan izlenebilir.

## Hürriyet, Milliyet ve Sabah Gazeteleri Fiyat Hareketleri

Tarih	Hürriyet	Milliyet	Sabah	Fiyat Hareketi Niteliği
25.06.1995	20.000	15.000	15.000	
26.06.1995	20.000	15.000	20.000	Hür. - Sab. aynı gün
01.07.1995	20.000	20.000	20.000	
09.08.1995	20.000	20.000	25.000	6 gün içinde 25.000 yapılmış
12.08.1995	20.000	25.000	25.000	
15.08.1995	25.000	25.000	25.000	
16.11.1995	<b>30.000</b>	<b>30.000</b>	<b>30.000</b>	Her üçü de aynı gün
12.12.1995	<b>35.000</b>	<b>35.000</b>	<b>35.000</b>	Her üçü de aynı gün
<b>13.01.1996</b>	<b>40.000</b>	<b>40.000</b>	<b>40.000</b>	Her üçü de aynı gün
<b>14.04.1996</b>	<b>45.000</b>	<b>45.000</b>	<b>45.000</b>	Her üçü de aynı gün
<b>01.06.1996</b>	<b>50.000</b>	<b>50.000</b>	<b>50.000</b>	Her üçü de aynı gün
15.11.1996	50.000	50.000	60.000	
18.12.1996	70.000	50.000	80.000	
15.01.1997	70.000	80.000	80.000	
07.02.1997	70.000	90.000	90.000	Sab. - Mil. aynı gün
17.02.1997	80.000	90.000	90.000	
03.03.1997	80.000	90.000	40.000	
28.03.1997	120.000	120.000	40.000	
06.04.1997	35.000	30.000	40.000	
18.04.1997	40.000	40.000	40.000	
19.07.1997	40.000	40.000	50.000	
06.08.1997	40.000	50.000	50.000	
07.08.1997	50.000	50.000	50.000	
08.09.1997	50.000	50.000	60.000	
20.09.1997	60.000	60.000	60.000	
02.10.1997	60.000	60.000	70.000	
25.10.1997	70.000	70.000	70.000	
<b>29.11.1997</b>	<b>80.000</b>	<b>80.000</b>	<b>80.000</b>	Her üçü de aynı gün
<b>20.12.1997</b>	<b>100.000</b>	<b>100.000</b>	<b>100.000</b>	Her üçü de aynı gün
15.03.1998	<b>110.000</b>	<b>110.000</b>	100.000	Bir gün ara ile fiyat artışı yapılmıştır.
16.03.1998	110.000	110.000	<b>110.000</b>	
11.05.1998	110.000	110.000	70.000	
29.06.1998	110.000	110.000	80.000	
29.07.1998	110.000	110.000	90.000	
14.08.1998	110.000	110.000	100.000	
01.09.1998	120.000	120.000	100.000	
09.11.1998	120.000	120.000	120.000	
<b>14.12.1998</b>	<b>130.000</b>	<b>130.000</b>	<b>130.000</b>	Her üçü de aynı gün

Bu fiyat hareketleri Hürriyet, Milliyet ve Sabah gazeteleri arasında yüksek bir korelasyon olduğunu göstermektedir.

Yukarıdaki tablo gözönüne alındığında aşağıdaki sonuçları çıkarmak mümkündür:

- Her üç gazete de; 16.11.1995, 12.12.1995, 13.01.1996, 14.04.1996, 01.06.1996, 29.11.1997, 20.12.1997, 14.12.1998 tarihlerinde tam sekiz kez aynı tarih ve oranda fiyat artışı gerçekleştirmişlerdir. Ayrıca, 26.06.1995 tarihinde Hürriyet ve Sabah gazeteleri, 07.02.1997 tarihinde ise Milliyet ve Sabah gazeteleri aynı gün ve miktarda fiyat artışı gerçekleştirmişlerdir.
- Bazı dönemlerde bu üç gazete birbirine çok yakın tarihlerde aynı miktarlarda fiyat artışı yapmışlardır.
- Bazı dönemlerde gazeteler arasında fiyatların farklılaştığı görülse de belli bir süre sonra aynı fiyata ulaştıkları görülmektedir.
- 1994 yılından sonra gazete fiyatları sürekli olarak artmamış bazı dönemlerde azalmıştır. Örneğin, 03.03.1997 tarihinden itibaren Sabah Gazetesi, fiyatını 90.000 TL'den 40.000 TL'ye düşürmüştür. 6 Nisan 1997 tarihine kadar Hürriyet ve Milliyet herhangi bir fiyat indirimine gitmemiş, hatta bu dönem içinde fiyatını 120.000 TL'ye çıkarmıştır. Hürriyet ve Milliyet gazetelerinin 6 Nisan tarihinde 35.000 ve 30.000 TL yaptıkları 18 Nisan tarihinde de Sabah'ın fiyatı olan 40.000 TL'ye çıktıkları görülmektedir.

Soruşturmanın ilgili olduğu dönemde gerçekleşen fiyat hareketlerine ait korelasyon katsayıları incelendiğinde; aynı ekonomik birlik içinde yeralan Hürriyet ve Milliyet gazetelerinin fiyatları arasındaki korelasyon katsayısının 0,99 olduğu, Hürriyet ile Sabah gazeteleri fiyatları arasında 0,91 ve Milliyet ile Sabah gazeteleri fiyatları arasında ise 0,90 olarak gerçekleştiği görülmüştür. Bu rakamlardan da görüleceği üzere aynı grup içinde yer alan Hürriyet ve Milliyet gazeteleri arasında fiyat politikaları açısından tam bir uyum bulunmaktadır. Ayrıca sabah gazetesinin fiyatını 40.000 TL'ye indirdiği 03.03.1997 tarihinden 06.04.1997 tarihine kadar yaklaşık bir aylık dönemde Hürriyet ve Milliyet gazeteleri fiyat indirimine gitmemiş, hatta fiyatlarını önce 90.000 TL, sonra da 120.000 TL'ye çıkarmışlar ve bu bir aylık dönem sonunda tekrar Sabah ile fiyatlarını paralel hale getirmişlerdir. Bu dönemde hafta içi ve hafta sonu fiyatlarında Bilgin grubunun farklılaştırmaya gittiği, fakat Doğan grubunun bu yöntemi tercih etmediği tespit edilmiştir. Bu sebeple, mevcut fiyat hareketleri verilerinden, bu bir aylık dönem çıkarılarak korelasyon katsayıları tekrar hesaplandığında; (Hürriyet - Sabah: 0,94; Milliyet - Sabah: 0,94; Hürriyet - Milliyet: 0,99) Sabah'ın fiyat hareketleri ile Milliyet ve Hürriyet'in fiyat hareketleri arasındaki paralellik daha çarpıcı hale gelmektedir.

Aynı şekilde spor gazetelerinin fiyatlarına bakıldığında fiyat hareketlerinin çok daha paralel bir seyir izlediği görülmektedir:

Taraftar - Fotomaç ve Fanatik Gazeteleri Fiyat Hareketleri

Tarih	Taraftar - Fotomaç	Fanatik	Fiyat Hareketi Niteliği
07.05.1997	20,000	20,000	Her ikisi de aynı gün
18.07.1997	30,000	30,000	Her ikisi de aynı gün
20.12.1997	40,000	40,000	Her ikisi de aynı gün
01.09.1998	50,000	50,000	Her ikisi de aynı gün
14.12.1998	60,000	60,000	Her ikisi de aynı gün
16.04.1999	60,000	75,000	Bir gün arayla
17.04.1999	75,000	75,000	

Bu fiyat hareketlerine ilişkin olarak Taraftar - Fotomaç fiyatları ile Fanatik fiyatları arasında korelasyon katsayısı ise 0,9989 olarak bulunmuştur.

Fiyatlardaki benzer ilişkiyi Doğan ve Bilgin Gruplarına ait diğer gazetelerde de gözlemek mümkündür. Örneğin, Doğan Grubuna ait Radikal gazetesi ile Bilgin Grubuna ait Yeni Yüzyıl (bu gazete 27.08.1998 tarihinde el değiştirerek Bilgin Grubu'nun kontrolünden çıkmıştır) gazetesinin fiyatları arasındaki ilişki de aşağıdaki tabloda gösterildiği gibidir:

Radikal ve Yeni Yüzyıl Fiyat hareketleri

	Radikal	Y.Yüzyıl
13.10.1996	10.000	10.000
23.11.1996	15.000	15.000
26.12.1996	20.000	20.000
17.02.1997	25.000	25.000
21.03.1997	30.000	30.000
18.07.1997	35.000	35.000
30.08.1997	35.000	50.000
17.09.1997	40.000	50.000
27.09.1997	40.000	60.000
04.10.1997	60.000	60.000
20.12.1997	80.000	80.000
01.02.1998	80.000	100.000
06.02.1998	100.000	100.000
15.03.1998	110.000	100.000
16.03.1998	110.000	110.000

## **İ- GEREKÇE VE HUKUKİ DAYANAK**

Bu değerlendirmeler çerçevesinde;

Paralel fiyatlandırmanın zorunlu olmadığı, siyasi gazetelerde ve spor gazetelerinde çok kısa dönemler haricinde, fiyatların birbirine çok yakın hatta fiyat artış oran ve tarihlerinin aynı olduğu tespit edilmiştir. Fiyatların birbirleri ile bir ilişki içerisinde oldukları bu durum, hesaplanan korelasyon katsayıları ile de gösterilmiştir.

Haklarında soruşturma yürütülen tarafların genellikle maliyet rakamlarının birbirlerinden farklı olduğu görülmektedir. Bu nedenle, gazete fiyatlarının aynı seviyede tutulmasının maliyetlerin aynı olduğu gerekçesine dayandırılması mümkün görülmemektedir.

Aynı şekilde, tirajları, dolayısıyla gazete satış gelirleri birbirine yakın olan ancak reklam gelirleri birbirinden farklı olan Hürriyet, Milliyet ve Sabah gazetelerinin fiyatlarını aynı seviyede tutmalarını, fiyatları aynı günde ve aynı oranda arttırmalarını benzer maliyetlere dayandırmalarının ekonomik ve rasyonel bir gerekçe olarak kabul edilmesi mümkün değildir.

Dağıtım kanalı ve bayiler aracılığı ile rakibin fiyat stratejilerinin öğrenildiği, bu nedenle de fiyat artışlarının aynı tarihe denk geldiği savunması ise, yapılan fiyat artışlarının, raportörler tarafından yapılan yerinde inceleme esnasında elde edilen ve fiyat değişikliği yapılacağına ilişkin bilgiler içeren toplantı notlarındaki tarihlerden sonra gerçekleşmesini açıklamaktan uzaktır.

Özellikle 1997 yılında, taraflarca fiilen uygulanan fiyatların, enflasyon ve hammadde fiyatlarının yükselmesi sonucu ortaya çıkan maliyet artışlarıyla da açıklanması mümkün değildir. Çünkü, daha önce belirtildiği gibi, bu dönemde fiyatlar oldukça yüksek oranlarda aşağı çekilmiş ve bu durum yaklaşık on ay kadar devam etmiştir. Bu dönemde ortaya çıkan fiyat düşüşleri ve yıl sonuna doğru tekrar indirim öncesindeki fiyat seviyesine yükselme de tarafların benzer maliyet yapılarına sahip olmaları ile izah edilemeyecektir.

Taraflara ve tarafların eylemlerine ilişkin verilen bilgiler, gruplar arasındaki ilişkiye yönelik bahsedilen hususlar da dikkate alınarak değerlendirildiğinde, soruşturmaya muhatap tarafların günlük siyasi gazeteler ve spor gazetelerinde bir ilişki içerisinde oldukları, bunun sonucunda promosyon ve özellikle gazete fiyatı konusunda kendi bağımsız davranışlarının yerine geçen, rakip teşebbüslerden bağımsız olarak hareket etmelerini engelleyen ve gelecekteki pazar davranışlarına ilişkin belirsizlikleri ortadan kaldıran bir uyumlu eylem halinde davrandıkları anlaşılmaktadır. Bu ekonomik sonuçların hukuki değerlendirmesinin yapılabilmesi için öncelikle eylemin hukuki niteliğini ortaya koymak gerekmektedir.

4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un "Belirli bir mal veya hizmet piyasasında doğrudan veya dolaylı olarak rekabeti engelleme, bozma ya da kısıtlama amacını taşıyan veya bu etkiyi doğuran yahut doğurabilecek nitelikte olan

teşebbüsler arası anlaşmalar, uyumlu eylemler ve teşebbüs birliklerinin bu tür karar ve eylemleri hukuka aykırı ve yasaktır." şeklindeki 4 üncü maddesi genel olarak yasaklanan faaliyetleri sayarken, üçüncü fıkrasında "Bir anlaşmanın varlığının ispatlanamadığı durumlarda piyasadaki fiyat değişmelerinin veya arz ve talep dengesinin ya da teşebbüslerin faaliyet bölgelerinin, rekabetin engellendiği, bozulduğu veya kısıtlandığı piyasalardakine benzerlik göstermesi, teşebbüslerin uyumlu eylem içinde olduklarına karine teşkil eder." diyerek uyumlu eylem karinesi açıklanmıştır.

Soruşturmaya konu günlük siyasi ve spor gazeteleri pazarları oligopolistik bir özellik taşımaktadır. Her iki grubun da ilk madde malzeme teminini yurtdışından sağlamaları nedeniyle benzer maliyet yükü ile karşı karşıya kalacağını düşünmek yanlış olmamakla birlikte eksik bir değerlendirme olacaktır. Bu noktada, gazete sektörü ile ilgili tespitler de dikkate alındığında, özellikle reklam gelirlerindeki farklılığın maliyet yapılarına ve dolayısıyla fiyata etki edeceği gözden kaçırılmamalıdır. Bu nedenle maliyetlerin belli kalemlerinin benzer olması, iki grubun belli dönemlerde aynı fiyat düzeyinde satılmasını (hatta bazı tarihlerde aynı gün ve oranda artış yapılmasını) haklı çıkaracak nitelikte değildir.

Belli dönemlerde, her iki grubun, bazı oligopolist piyasalarda sıkça yaşanan, fiyat ve fiyat dışı rekabete girdikleri anlaşılmakta, ancak bu durum kısa sürmekte ve fiyatlarda benzer, hatta aynı düzeye geri dönülmektedir. Fiyat hareketlerinden de görüleceği gibi siyasi gazete pazarında belli dönemlerde (çok kısa süreler için) farklı fiyatlar uygulanırken, spor gazeteleri pazarında 1997 yılından itibaren sürekli bir paralellik mevcuttur.

Ayrıca, aynı günlerde yapılan fiyat artışlarının piyasada varolan fiyat şeffaflığına bağlanması da tatmin edici bulunmamaktadır. Taraflarca, rakip teşebbüsün zam sirkülerini dağıtım şirketlerine en az iki gün önceden duyurduğu ve alt bayilerin de iki grubun ortağı olmaları nedeniyle, iki saat gibi kısa bir sürede rakiplerin fiyat artışlarının öğrenildiği ve bu doğrultuda fiyat artışı yapıldığı ifade edilmektedir. Ancak, böyle bir savunma yerinde incelemeler sırasında elde edilen ve tarafların biraraya gelerek fiyat konusunda çeşitli kararlar aldıklarını gösteren belgelerin varlığını açıklayamamaktadır.

Ulaşılan ekonomik sonuçlar bir yana, gruplar arasında özellikle gazete fiyatlarının belirlenmesiyle ilgili toplantılar yapıldığı, bu konuda kararlar alındığı hatta uygulamaya geçirildiği dikkate alındığında, gruplar arasında günlük siyasi ve spor gazeteleri pazarında işbirliği olduğu açıktır. Bu işbirliği ve yapılan toplantılar, firmalar arasında rekabetin temelini oluşturan "bağımsız olarak karar alma" gerekliliğini ortadan kaldırmaktadır. Her firmanın içinde bulunduğu pazarın gereklerine göre davranışlarını belirleme özgürlüğü ticari hayatın bir gereğidir. Ancak, tarafların biraraya gelerek piyasa sistemi tarafından belirlenmesi gereken fiyat gibi unsurlar konusunda karar vermeleri piyasa sisteminin işleyişini engellemektedir. Dolayısıyla, rakip firmanın gelecekte nasıl davranacağını bilinememesi nedeniyle var olan belirsizliğin ortadan kaldırılması, piyasadaki aktörlerin, talep yönlü etkileri

kararlarında dikkate almayacakları anlamına gelmektedir. Bu durum da rekabetin engellendiği piyasaların tipik bir örneğini oluşturur.

## **J- SONUÇ**

Yukarıda yapılan değerlendirmeler sonucunda;

1- Hürriyet Gazetecilik ve Matbaacılık A.Ş., Milliyet Gazetecilik A.Ş., Sabah Yayıncılık A.Ş. ve Simge Yayıncılık ve Dağıtım A.Ş.'nin günlük yayın yapan siyasi gazeteler ve spor gazeteleri pazarlarında, Hürriyet, Milliyet, Sabah ve Taraf-Fotomaç, Fanatik gazetelerinin satış fiyatlarını kendi bağımsız davranışları yerine geçen uyumlu eylemler ile belirlediklerine,

2- Tarafların bu eylemlerinin 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 4 üncü maddesinin; "Mal veya hizmetlerin alım ya da satım fiyatının, fiyatı oluşturan maliyet, kar gibi unsurlar ile her türlü alım yahut satım şartlarının tespit edilmesi" şeklindeki (a) bendine uygunluk gösterdiğine,

3- Bu nedenle; teşebbüslerin 1997 yılı ciroları esas alınmak üzere, 4054 sayılı Kanun'un 16 ncı maddesinin ikinci fıkrası gereğince, takdiren bu cirolarının %0.5 oranında,

Hürriyet Gazetecilik ve Matbaacılık A.Ş.'nin	246,142,680,000 TL
Milliyet Gazetecilik A.Ş.'nin	177,811,405,000 TL
Sabah Yayıncılık A.Ş.'nin	183,397,025,555 TL
Simge Yayıncılık ve Dağıtım A.Ş.'nin	35,778,845,000 TL

idari para cezası ile cezalandırılmalarına,

4- Yukarıda rekabet ihlali olarak sayılan; fiyatların belirlenmesindeki uyumlu eylemlere derhal son verilmesi ve satış fiyatlarını bir anlaşma veya uyumlu eylem olmaksızın rakip teşebbüslerin kendi bağımsız kararlarıyla belirlemeleri gerektiğinin, Kanun'un 9 uncu maddesinin birinci fıkrası uyarınca ilgili teşebbüslere bildirilmesine,

OYBİRLİĞİ ile karar verilmiştir.