

# E-TİCARET PLATFORMLARI LEHİNE ÖNGÖRÜLEN EN ÇOK KAYRILAN MÜŞTERİ KAYITLARININ REKABET HUKUKU BAKIMINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ

*Evaluation of Most Favored Customer Clauses in Favor of  
E-Commerce Platforms in Terms of Competition Law*

**Muhammet Emin BİNGÖL\***

## ÖZ

Platformlar, farklı kullanıcı gruplarını bir araya getirmekte ve ürün veya hizmete konu işlemin gerçekleştirilmesinin sağlanması ya da ilgili işlemin yapılmasını kolaylaştıran aracı işlevini barındırmaktadır. İnternetin yaygınlaşması ile birlikte e-ticaret platformlarının sayısı da gittikçe artmış, ilgili platformlar da piyasada etkili olabilmek adına en çok kayırılan müşteri kayıtları gibi kayıtlara sıklıkla başvurmaya başlamışlardır. Bunun üzerine gerek doktrinde gerek yerel ve AB rekabet otoriteleri ilgili kayıtların rekabet hukuku bakımından ne tür sonuçlar meydana getirdiğini incelemiştir. Söz konusu kayıtlar Türk Rekabet Kurulu tarafından da bazı soruşturmalar çerçevesinde inceleme altına alınmıştır. Bununla birlikte platformlar lehine öngörülen en çok kayırılan müşteri kayıtlarına ilişkin olarak genel bir çerçevenin çizildiğinden bahis pek mümkün gözükmemektedir. Bu çalışmada da platform en çok kayırılan müşteri kayıtları, AB tarafından kabul edilen ve henüz çok güncel olan yeni Tüzük ile kılavuz ve Rekabet Kurulu tarafından verilen kararlar çerçevesinde hukuken değerlendirilmiş, platformların hukukî niteliklerinin acente olduğu ve platform en çok kayırılan müşteri kayıtları özelinde 2002/2 sayılı Tebliğ'de değişiklik yapılması gerektiği sonucuna ulaşılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** EKM Kaydı, Platformlar Arası Eşitlik Anlaşmaları, Platform, Rekabet Hukuku.

---

**Makalenin Geliş Tarihi:** 16.09.2022, **Makalenin Kabul Tarihi:** 17.02.2023.

\* Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Medipol Üniversitesi Hukuk Fakültesi Ticaret Hukuku Anabilim Dalı, E-posta: mebingol@medipol.edu.tr, ORCID: 0000-0001-7176-636X.

## ABSTRACT

Platforms bring together different user groups and contain the intermediary function that facilitates the execution of the transaction subject to the product or service or facilitates the execution of the relevant transaction. With the widespread use of the Internet, the number of e-commerce platforms has increased, and the relevant platforms have started to frequently use clauses such as most favored customer clauses in order to be effective in the market. In response, both the doctrine and the local and EU competition authorities have examined what kind of consequences these clauses have in terms of competition law. The Turkish Competition Board has also examined these clauses within the framework of some investigations. However, it is not possible to mention that a general framework has been drawn regarding platform most favored customer clauses. In this study, platform most favored customer clauses are legally evaluated within the framework of the new Regulation adopted by the EU, which is still very recent, the EU guidelines and the decisions of the Turkish Competition Board, and it is concluded that the legal nature of the platforms is agency and Communiqué No. 2002/2 should be amended with respect to platform most favored customer clauses.

**Keywords:** MFC Clauses, Across Platform Parity Agreements, Platforms, Competition Law.

## I. Giriş

Dijitalleşme ile birlikte son yıllarda hem ürün ve hizmet yelpazesi genişlemiş hem söz konusu ürün ile hizmetlerin kalitesi artmıştır. Rekabetin artması birçok alanda gözle görülür bir canlanma yaratmış olsa da piyasaların dijitalleşmesi ile bağlantılı olarak, platform pazaryerleri de giderek yaygınlaşmıştır. Platformlar farklı kullanıcı gruplarını bir araya getirmekte ve ürün veya hizmete konu işlemin gerçekleştirilmesinin sağlanması ya da ilgili işlemin yapılmasını kolaylaştıran aracı işlevini barındırmaktadır. Her ne kadar platformlar fuarlar, borsalar gibi dijitalleşme öncesinde de bulunsa da taşıma maliyetlerinin olmaması gibi internet üzerinde faaliyet göstermenin avantajları sebebiyle, son yıllarda internetteki platform pazar sayısında ciddi bir artış gerçekleşmiştir.

Genellikle iki taraflı piyasalar olarak adlandırılan platform piyasalarının doğrudan ve dolaylı ağ etkileri bulunmaktadır. Platform piyasaları, tek taraflı piyasalardan, ağ etkileri sebebiyle oluşan yüksek yoğunlaşma eğilimi ve doğaları gereği geniş mekansal bir erişime sahip olmaları noktasında ayrılmaktadır. Bununla birlikte kural olarak, dijital olmayan dünyada söz

konusu olabilecek rekabet kısıtlamaları, dijital dünya bakımından da gündeme gelebilir. Ancak internet tabanlı platformlar, özellikle rekabetçi etkileri henüz tam olarak açıklığa kavuşturulmamış en çok kayırılan müşteri kayıtlarının kullanılmasına ivme kazandırmıştır.

Bu çalışmada da platformlar ile perakendeciler arasındaki sözleşmelerde sıklıkla kullanılan ve hem mukayeseli hukukta tartışılan hem de Türk doktrininde ve Rekabet Kurulu tarafından irdelenen, en çok kayırılan müşteri kayıtlarının -özellikle AB tarafından kabul edilen ve henüz çok güncel olan yeni mevzuat ile kılavuz ve Rekabet Kurulu tarafından verilen kararlar çerçevesinde- hukuken değerlendirilmesi amaçlanmaktadır.

## II. En Çok Kayırılan Müşteri Kayıtlarına Genel Bakış

### A. Geleneksel En Çok Kayırılan Müşteri Kayıtları

Fiyat parite anlaşmaları (*price parity clause*) en gelen anlamıyla, perakendecinin alıcıya, kendisi tarafından diğer alıcılara ya da rakipleri tarafından alıcıya önerilen fiyattan daha düşük fiyat vermemeyi taahhüt ettiği anlaşmalar olarak tanımlanabilir<sup>1</sup>. Doktrinde bir kısım yazarlar fiyat parite anlaşmalarını perakendeciler üzerinden yapılan anlaşmalar<sup>2</sup> ve alıcılar üzerinden yapılan anlaşmalar şeklinde ikiye ayırmakta, eldeki makale konusunu teşkil eden en çok kayırılan müşteri kayıtlarını da alıcılar üzerinden yapılan fiyat parite anlaşmaları başlığı altında incelemektedir<sup>3</sup>. Bununla birlikte bir başka görüş, en çok kayırılan müşteri kayıtlarının hem alıcılar üzerinden hem de perakendeciler üzerinden gerçekleştirilebileceğini ifade etmektedir<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> Hasan Adıyaman, “Rekabet Hukukunda Fiyat Parite Anlaşmaları: En Çok Kayırılan Ülke/Müşteri Koşulu”, Rekabet Kurumu Uzmanlık Tezleri Serisi No: 150, (Ankara: Rekabet Kurumu. 2017): 5; Rekabet Kurulu’nun, 05.01.2017 tarih ve 17-01/12-4 sayılı Booking kararı, 230; AB Dikey Kılavuz 2022, 356.

<sup>2</sup> Perakendeciler üzerinden yapılan fiyat parite anlaşmalarında genellikle, perakendeci tarafından alıcı lehine, diğer perakendeciler tarafından alıcıya önerilen daha uygun fiyatların, alıcı tarafından perakendeciye bildirilmesi durumunda, aradaki farkın ya da farktan fazlasının perakendeci tarafından alıcıya ödeneceğinin garanti edilmesi söz konusu olmaktadır. Eğer aradaki fark ödeniyorsa fiyat eşleme garantisi (*price matching guarantee*), fiyat farkından fazlasının ödeneceği garanti ediliyorsa cezalı fiyat eşleme garantisinden (*price beating guarantee*) bahsedilir. Bu yönde bkz. Adıyaman (2017), 5.

<sup>3</sup> Adıyaman (2017), 5-6.

<sup>4</sup> Florian Schuhmacher ve Stefan Holzweber, in Das Recht der Europäischen Union: EUV/AEUV, hrsg. Grabitz/Hilf/Nettesheim, (München: C.H. Beck, 2022), AEUV Art. 101, Nr. 898.

“En çok kayırılan ülke şartı” (*most favoured nation (MFN) clause*) olarak da anılan en çok kayırılan müşteri kaydı (“EKM Kaydı”=*most favoured customer clause/MFC*) terimi, özel hukukta özellikle rekabet hukukunda da hâlihazırda kullanılıyor olmasına rağmen kaynağını uluslararası hukuktan almaktadır<sup>5</sup>. Uluslararası hukuk literatüründe bir yazar tarafından MFN kavramını; “*bir anlaşmada tarafların belirli bir konuda üçüncü devletlere ya da yurttaşlarına tanıdıkları ya da tanıyacıkları en iyi muameleyi, birbirlerine ya da yurttaşlarına karşı da uygulamayı kabul ettiklerini açıklayan bir hükümdür.*” şeklinde tanımlanmaktadır<sup>6</sup>. Bu anlamda MFN hükümleri ile taraf devletler, üçüncü devletlere tanıdıkları hakları birbirlerine de tanımayı taahhüt ederler<sup>7</sup>. Rekabet hukuku bağlamında EKM hükümleri de işletmeler arasında devletlerarasında yapılan anlaşmalar ile temelde aynı içeriğe sahip anlaşmalardır. Sözleşme’nin bir tarafı, akdin diğer tarafı olan lehtara en elverişli koşulları tanımayı taahhüt eder<sup>8</sup>. Kural olarak sözleşmedeki tüm hükümlere ilişkin olarak bir EKM hükmü düzenlenebilecek olsa da, uygulamada EKM hükümlerinin konusunu genellikle fiyat ve fiyatı etkileyen etkenlere ilişkin taahhütler oluşturmaktadır. Bu yüzden sözleşmenin içeriğinde EKM hükmü ile yükümlü kılınan tarafın fiyatlandırma hareket alanının kısıtlanması yer almaktadır<sup>9</sup>.

EKM kayıtları bakımından doktrinde farklı tasnifler yapılmaktadır. Bu anlamda çalışma konusunu teşkil eden geleneksel/platform EKM kaydı ayrımı bir kenara bırakıldığında, ilk olarak gerçek EKM kaydı ile gerçek olmayan

<sup>5</sup> Schuhmacher ve Holzweber in Grabitz/Hilf/Nettesheim (2022), Nr. 897. İlgili hüküm doktrinde çeşitli isimler ile kullanılmaktadır. Bu anlamda “fiyat parite koşulu” (*price parity clause*) kavramı için bkz. Ingrid Vandenborre ve Michael Frese, “Most Favoured Nation Clauses Revisited”, in *European Competition Law Review*, Cilt: 35, No: 12, 2014, s. 588-593, 588; “ayrımcılık yapmama koşulu” (*non-discrimination clause*) için bkz. Susan E. Stenger, “Most-favored-nation clauses and monopsonistic power: an unhealthy mix?”, in *American Journal of Law and Medicine*, Cilt: 15, No: 1, 1989, s. 111-128, 111; Jason J. Wu ve John P. Bigelow, “Competition and the Most Favored Nation Clause”, in *CPI Antitrust Chronicle*, Vol: 7, No: 2, 2013, s. 1-10, 2.

<sup>6</sup> Hüseyin Pazarıcı, *Uluslararası Hukuk*, (Ankara: Turhan, 2018), 176.

<sup>7</sup> Bir diğer tanım da şu şekildedir: “*aralarında bir anlaşma yapan devletlerin, bir üçüncü devletle yapılmış ya da yapılacak olan ve daha geniş hakları içeren tarafların birbirlerine karşılıklı olarak, ya da sadece bir tarafı yararlandırma konusunda yükledikleri hukuksal yükümlülüktür.*” Tanım için bkz. Edip F. Çelik, *Milletlerarası Hukuk*, C. I, (İstanbul: Fakülteler Matbaası, 1987), 220

<sup>8</sup> Schuhmacher ve Holzweber in Grabitz/Hilf/Nettesheim (2022), Nr. 897.

<sup>9</sup> Schuhmacher ve Holzweber in Grabitz/Hilf/Nettesheim (2022), Nr. 897.

EKM kaydı şeklinde bir ayırım yapılmaktadır<sup>10</sup>. Buna göre, gerçek EKM kayıtlarında borçlu, üçüncü kişilere, sözleşmenin karşı tarafı olan lehtardan daha elverişli koşullar sağlamamayı kabul eder. Gerçek olmayan EKM kayıtları söz konusu olduğunda ise yükümlü lehtara eşit derecede elverişli, daha elverişli veya en azından daha az elverişli olmayan koşullar sağlamayı taahhüt eder ve bu da üçüncü bir tarafa daha iyi koşullar sağlanması hâlinde başlangıçta karşılaştırılan koşulları lehtarın yararına olacak şekilde sonradan düzenleme yükümlülüğü doğurur<sup>11</sup>.

EKM kayıtları bakımından etkili oldukları zamana göre de bir tasniflendirme yapılmaktadır.<sup>12</sup> Eş zamanlı EKM kayıtları, yalnızca zamanın belirli bir noktasına atıfta bulunmakta ve lehtar EKM kaydına ilişkin anlaşmanın yapılmasından sonraki dönem için, en çok kayırlan müşteri konumuna getirmektedir. Buna karşılık geriye dönük (*retroactive*) EKM kayıtlarında, geçmiş dönemde EKM kaydı tarafı olmayan alıcılara önerilen daha düşük fiyatlarla, EKM kaydı tarafı olan alıcıya önerilen fiyat arasındaki farkın ilgili alıcıya ödenmesini sağlamaktadır<sup>13</sup>.

EKM kayıtları son olarak dar ve geniş EKM kayıtları şeklinde başka bir tasnife tâbi tutulmaktadır<sup>14</sup>. İfade etmek gerekir ki, EKM kayıtları bakımından

<sup>10</sup> Jutta Sabine Kurth, “Meistbegünstigungsklausel im Licht der Vertikal-GVO”, in WuW- Wirtschaft und Wettbewerb, 1/2003, 28-37, 28; Schuhmacher ve Holzweber in Grabitz/Hilf/Nettesheim (2022), Nr. 897, Nr. 898.

<sup>11</sup> Dietmar Fiebig, “Meistbegünstigungs- und Preisparitätsklauseln im Internetvertrieb”, in Neue Zeitschrift für Kartellrecht, 2014, s. 122-129, 124.

Doktrinde bu anlamı ile gerçek olmayan EKM kayıtlarının fiyat belirleme özgürlüğü kısıtlanması bağlamında rekabet hukuku bakımından daha sorunsuz olabileceği ifade edilmiştir. Zira her ne kadar üçüncü bir kişiye daha uygun şartların sağlanması, EKM kaydı ile yükümlü hâle gelen taraf bakımından ekonomik açıdan dezavantajlı olsa da çoğu zaman hukuken mümkündür. Bu yönde bkz. Schuhmacher ve Holzweber in Grabitz/Hilf/Nettesheim (2022), Nr. 898.

<sup>12</sup> Johannes Heyers, “Wettbewerbsrechtliche Bewertung sog. Preisparitätsklauseln - ein juristisch-ökonomischer Ansatz”, in Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht Internationaler Teil, 2013, s. 409-413, 411.

<sup>13</sup> Bu yönde bkz. Rekabet Kurumunun Dikey Anlaşmalara İlişkin Kılavuzu'nun 224. paragrafı.

<sup>14</sup> Bununla birlikte doktrinde söz konusu tasniflendirme içerisinde “EKM+” şeklinde üçüncü bir türün daha olduğu ifade edilmektedir. Söz konusu görüşe göre EKM+, en iyi fiyat veya fiyat dışı koşulların sadece alıcı lehine kabul edildiği kayıtları ifade etmektedir. İlgili görüş için bkz. Şahin Ardiyok, “Türk Rekabet Hukukunda En Çok Kayırlan Müşteri Koşulu: Yemek Sepeti-I, Booking.com Kararları ve Dikey Anlaşmalara İlişkin Kılavuz”, in BASEAK Core Papers No: 6, 2021, 3. EKM+ ya da

kullanılan en yaygın ayırım da budur. İlgili hususa ilişkin doktrinde bir görüş, söz konusu ayırımı salt platform EKM kayıtları bakımından yapmış, geleneksel EKM kayıtları bakımından bu ayırma ayrıca yer vermemiştir<sup>15</sup>. Buna karşılık bir başka görüş ilgili ayırımı her türlü EKM kayıtları açısından yapmıştır. Her iki görüşün dar ve geniş EKM kayıtlarına ilişkin yapmış olduğu tanımlar da farklıdır. Söz konusu tanımlardaki farklılıklar kanaatimizce salt lafzî niteliktedir. Farklılaşmayı salt platform EKM kayıtlarına hasreden görüşe göre dar EKM kaydı, perakendecinin kendi satış kanalında, lehine dar EKM koşulu öngörülen platformdaki satış fiyatının altında satış yapamamasıdır<sup>16</sup>. Buna karşılık geniş EKM kaydında perakendeci, hem kendi satış kanalında hem de diğer mecralarda lehine geniş EKM kaydı öngörülen platformdaki satış fiyatının altına satış yapmamasına yönelik bir kısıtlama söz konusu olur<sup>17</sup>. Her türlü EKM kayıtları bakımından söz konusu ayırımı yapan görüşe göre, dar EKM kaydı perakendecinin kendi satış kanalında uyguladığı fiyat ve/veya fiyat dışı koşulların aynı şekilde alıcı bakımından da geçerli olmasına ilişkin hükümlerdir<sup>18</sup>. Bu görüşe göre geniş EKM kaydı ise, perakendecinin kendi satış kanallarına ek olarak alıcının rakiplerine uyguladığı fiyat ya da fiyat dışı koşulları alıcı bakımından da geçerli olacağını öngören hükümlere verilen addır<sup>19</sup>.

---

imtiyazlı EKM kaydının, lehtar alıcıya her zaman en uygun fiyata ya da lehtar alıcının rakiplerine daha yüksek fiyata ilişkin kayıtların bulunması hâlinde gündeme geleceği yönünde bkz. Adıyaman (2017), 8.

<sup>15</sup> Kerem Cem Sanlı ve Cihan Doğan, “Rekabet Hukuku ve İktisadı Bağlamında Dar Platform EKM Koşulları” in İstanbul Hukuk Mecmuası, 80 (1), 2022, Advanced online publication, 8.

<sup>16</sup> Sanlı ve Doğan (2022), 9.

<sup>17</sup> Bu yönde bkz. Sanlı ve Doğan (2022), 8. Ayrıca bkz. Pınar Akman ve Daniel D. Sokol, “Online RPM and MFN Under Antitrust Law and Economics”, in 50 Review of Industrial Organization, 2017, s. 133-151, 143; Margherita Colangelo, “Competition Law and Most Favoured Nation Clauses in Online Markets”, in New Developments in Competition Law and Economics, Editörler: Klaus Mathis ve Avishalom Tor, 7 Economic Analysis of Law in European Legal Scholarship, (Cham: Springer, 2019), s. 295-317, 298; Margherita Colangelo, “Parity Clauses and Competition Law in Digital Marketplaces: The Case of Online Hotel Booking”, in Journal of European Competition Law & Practice Advance Access published July 27, 2016, s. 1-12, 3.

<sup>18</sup> Ardiyok (2021), 3.

<sup>19</sup> Ardiyok (2021), 3. Bu hususta son olarak ifade edilmelidir ki EKM kayıtları ile İngiliz Şartı (*English clause*) olarak da bilinen rekabeti karşılama koşulu birbirinden ayrılmalıdır. İlgili koşul; “*Sağlayıcı ve onun müşterisi (örneğin perakendeci) arasında, müşterinin ürünü, söz konusu sağlayıcıdan ziyade daha iyi koşullar sağlayan başka bir*

## B. Özel Olarak: Platform EKM Kayıtları

Dijital platformlarla bağlantılı olarak en çok kayırılan müşteri kayıtları son zamanlarda özellikle dikkat çekmektedir. Klâsik anlamdaki acenteler gibi, platformlar da perakendeciler ile son kullanıcı arasında aracı görevi görmektedir<sup>20</sup>. Ancak acentelerden farklı olarak platformlar, alım satımı yapılan mal üzerinde alım ve satım yoluyla kontrol sahibi olmamakta; bunun yerine perakendeci ile son kullanıcı arasında doğrudan bir bağlantı kurmakta ve böylece işlem gerçekleştirilmektedir<sup>21</sup>. Platformlar söz konusu olduğunda, tedarikçilerin ürünleri tercih edilen dağıtım kanalı aracılığıyla en iyi koşullarda (en iyi fiyat veya fiyat eşitliği hükümleri olarak adlandırılan) sunmak zorunda oldukları hükümler tartışılmaktadır. Bu anlamda tartışılan hükümler aslında perakendecinin aleyhine olan bir en çok kayırılan müşteri kaydı niteliğindedir<sup>22</sup>. Platformla yapılan anlaşmanın bir sonucu olarak, perakendecinin fiyat belirleme özgürlüğü kısıtlanmaktadır. Zira ilgili kayıtlarla birlikte lehtar platform, perakendecinin ürününü, diğer dağıtım kanallarından daha az elverişli koşullarda sunmasına izin vermemektedir<sup>23</sup>.

Platformlar arası eşitlik anlaşmaları olarak da isimlendirilen (*across platform parity agreements*) platform EKM kayıtları<sup>24</sup>; “sağlayıcı ve elektronik ticaret platformu arasında, rakip ürünlerin fiyatları veya rakip

---

*sağlayıcıdan almasına imkân veren anlaşmadır. Söz konusu sağlayıcı, ürünü aynı koşullarla vermeyi kabul etmediği sürece müşteri her zaman başka sağlayıcı alternatifine sahip olacaktır.”* şeklinde tanımlanmaktadır. Görüleceği üzere, EKM kaydından farklı olarak İngiliz Şartının özünde perakendecinin fiyat belirleme özgürlüğüne getirilen bir kısıtlama söz konusu olmayıp, sözleşme yapma özgürlüğüne getirilen bir kısıtlama söz konusudur. Bu yönde bkz. Schuhmacher ve Holzweber in Grabitz/Hilf/Nettesheim (2022), Nr. 898; Adıyaman (2017), 6.

<sup>20</sup> Adıyaman (2017), 6; Schuhmacher ve Holzweber in Grabitz/Hilf/Nettesheim (2022), Nr. 898.

<sup>21</sup> Schuhmacher ve Holzweber in Grabitz/Hilf/Nettesheim (2022), Nr. 902.

<sup>22</sup> Schuhmacher ve Holzweber in Grabitz/Hilf/Nettesheim (2022), Nr. 902.

<sup>23</sup> Schuhmacher ve Holzweber in Grabitz/Hilf/Nettesheim (2022), Nr. 902. Sonuç olarak, bir ürünün sunulduğu farklı dağıtım kanallarındaki fiyatlar aynı hizaya getirilir.

<sup>24</sup> “*Across-platforms MFN agreements*” şeklindeki kullanım ve perakende fiyat EKM koşulu (*retail-price MFN*) olarak kullanım için bkz. Justina Sim ve Hi Lin Tan, “Anything wrong with asking for the best price?” in Competition Commission of Singapore Occasional Paper Series, 2015, [https://www.cccs.gov.sg/files/occasional-paper\\_ET\\_10.09.2022\\_s.1-17\\_10](https://www.cccs.gov.sg/files/occasional-paper_ET_10.09.2022_s.1-17_10); platformlar arası perakende parite yükümlülükleri (*Across-platform retail parity obligations*) şeklindeki kullanım için bkz. AB Dikey Kılavuz 2022, 360.

*elektronik ticaret platformu tarafından uygulanan fiyatlar arasında göreceli bir ilişki belirleyen bir anlaşma*” şeklinde tanımlanmaktadır<sup>25</sup>. Platform EKM kayıtlarında geleneksel EKM kayıtlarından farklı olarak, lehine EKM kaydı öngörülen klâsik anlamda bir alıcı olmayıp, aracı konumunda olan bir platformdur<sup>26</sup>. Daha önce de belirtildiği üzere, geleneksel EKM kaydı ile aynı perakendecinin farklı alıcıları arasında fiyat veya fiyat dışı unsurlar bakımından bir bağ kurulmaktadır. Buna karşılık platform EKM kayıtları, aynı alıcının farklı pazaryerlerinden yaptığı alımlara ilişkin bir “üçüncü taraf anlaşması” niteliğindedir<sup>27</sup>. Bu durumda EKM kaydının tarafı olmayan üçüncü kişi yani alıcı, perakendeci ile platform arasındaki anlaşmadan etkilenmektedir<sup>28</sup>. Benzer şekilde platform EKM kayıtları, yukarıda dile getirilen ve perakendeciler üzerinden yapılan fiyat parite anlaşmalarından olan fiyat eşleme garantilerinden de farklıdır<sup>29</sup>.

Platformlar arasında en yaygın biçimde kısıtlamanın yöneldiği dağıtım kanalına bağlı olarak “geniş” veya “dar” EKM kayıtları şeklinde adlandırılan kayıtlar tercih edilmektedir<sup>30</sup>. Yukarıda kısaca değinildiği üzere, geniş EKM

---

<sup>25</sup> OECD 2013, 22. Rekabet Kurumu tarafından 2022’de yapılan E-Pazaryeri Platformları Sektör İncelemesi Nihai Raporu’nda platform EKM kayıtları; “*satıcının, rakip pazaryerlerine ve/veya kendi fiziksel mağazasında/internet sitesinde sunduğu fiyat ve/veya diğer koşullar bakımından en avantajlı teklifleri, pazaryerinin kendi platformu üzerinde de sunacağını garanti etmesidir.*” şeklinde tanımlanmaktadır. Bkz. Rekabet Kurumu tarafından hazırlanan E-Pazaryeri Platformları Sektör İncelemesi Nihai Raporu, 389.

<sup>26</sup> İlgili platformun hukukî niteliği için bkz. aşağıda.

<sup>27</sup> Pınar Akman, “A Competition Law Assessment of Platform Most-Favoured- Customer Clauses”, in *Journal Competition Law & Economics*, 2016, s. 1-53, s. 5.

<sup>28</sup> Akman (2016), 5.

<sup>29</sup> Bununla birlikte fiyat eşleme garantisinin anti-rekabetçi etkilerinin doktrinde oturmuş olması sebebiyle, platform EKM kayıtlarına da bu gözle bakıldığı yönünde bkz. Akman (2016), 6.

<sup>30</sup> Elbette EKM kayıtları 21. yüzyıl icadı değildir. Bununla birlikte, özellikle elektronik ticaret platformları bağlamında popüler olmalarının nedeni, internet üzerinden izlenmelerinin ve uygulanmalarının çok kolay olmasıdır.

Otel rezervasyon platformlarındaki en iyi fiyat hükümleri bağlamında, geniş ve dar en iyi fiyat hükümleri arasında bir ayırım yapılmıştır. Dar kapsamlı bir en iyi fiyat hükmü söz konusu olduğunda, otelin web sitelerinde ve meta arama motorlarında daha düşük fiyatlar sunması yasaklanırken, diğer rezervasyon platformlarında ve e-posta rezervasyonları ve sadakat programları da dahil olmak üzere çevrimdışı dağıtım kanallarında bu yasak uygulanmaz. Bu yönde bkz. Schuhmacher ve Holzweber in Grabit/Hilf/Nettesheim (2022), Nr. 903.



kayıtları, perakendecinininki de dâhil olmak üzere başka hiçbir yerde daha iyi koşulların (fiyatlar, şartlar, vb.) sunulmayacağı garantisini içerir<sup>31</sup>. Bu anlamda yalnızca çevrimiçi kanallarda değil aynı zamanda çevrimdışı dağıtım kanallarında da platforma sunulan şartlardan daha iyi şartların sağlanması mümkün değildir<sup>32</sup>. Dar EKM kayıtları ise yalnızca perakendecinin kendi satış kanallarında daha iyi koşullar sunamayacağını şart koşar<sup>33</sup>.

Bu tür sözleşme hükümlerinin dünyanın dört bir yanındaki rekabet otoriteleri tarafından mercek altına alınmasının nedeni, sadece bedavacı davranışları önlemeye hizmet etmekle kalmayıp aynı zamanda piyasayı bölücü bir etkiye sahip oldukları ve rekabeti zayıflattıkları korkusudur<sup>34</sup>. Dolayısıyla bu çalışmada da platformlar lehine tanınan ilgili kayıtların rekabet hukukuna etkisinin tespit edilmesi amaçlanmaktadır.

### **C. Rekabet Hukuku Bağlamında Platform EKM Kayıtlarının Piyasaya Etkisi**

Platform EKM kayıtlarının bulunduğu durumlarda, bir perakendecinin ürün veya hizmetlerini bir elektronik ticaret platformu aracılığıyla satması söz konusudur. Dolayısıyla platformun kendisi yalnızca bir aracıdır ve aracılık edilen işlem veya tıklama başına bir komisyon veya reklam bedeli alırken, perakende fiyatları perakendeci tarafından belirlenir<sup>35</sup>. Böyle bir satış modelinde ortaya çıkabilecek sorun, platformda sunulan ürünlerin diğer satış kanallarında (örneğin diğer platformlarında veya perakendecinin kendi ana sayfasında) daha ucuza satılması durumunda, bedavacı davranışın ortaya çıkabilmesidir<sup>36</sup>. Bedavacı davranış, müşterilerin ticaret platformunda

---

İlgili ayırım için ayrıca bkz. Kurul, 05.01.2017 tarih ve 17-01/12-4 sayılı Booking kararı, 304 ve 307; Nihai Rapor, 390.

<sup>31</sup> Samuel Rutz, “Elektronische Handelsplattformen”, in 8ème Journée de droit de la concurrence / 8. Tagung zum Wettbewerbsrecht Grundlegende Fragen / Questions fondamentales, (Bolligen: Growth Publisher Law, 2017), s. 147-162, s. 158; Ardiyok (2021), 3; Sanlı ve Doğan (2022), 8.

<sup>32</sup> Schuhmacher ve Holzweber in Grabitz/Hilf/Nettesheim (2022), Nr. 903.

<sup>33</sup> Rutz (2017), 158; Ardiyok (2021), 3; Sanlı ve Doğan (2022), 9. Belirtmek gerekir doktrinde bir görüşe göre, geniş ve dar platform EKM kayıtları arasında temel/kesin bir ayırım yapılması yerinde değildir. Bunun yerine, daha dar kapsamlı EKM kayıtlarının rekabetçi etkilerinin sınırlı olduğu ifade edilmektedir. Bu yönde bkz. Schuhmacher ve Holzweber in Grabitz/Hilf/Nettesheim (2022), Nr. 903.

<sup>34</sup> Rutz (2017), 158.

<sup>35</sup> Adıyaman (2017), 15.

<sup>36</sup> Rutz (2017), 157.

kendilerini bilgilendirmelerine rağmen (özellikle arama ve karşılaştırma şeklinde), daha sonra satın alma işlemini başka bir yerde -daha ucuz bir yerde yapmalarındır. Böylece bedavacı davranışa maruz kalan platform, komisyona hak kazanamaz ve - er ya da geç - hizmetini sürdürmez<sup>37</sup>. Platform EKM kayıtları<sup>38</sup> yukarıda açıklanan bedavacı davranışlara karşı koruma sağlamanın bir yoludur<sup>39</sup>. Yine ilgili kayıt ilk olarak, fiyatların düşmesine vesile olabilir<sup>40</sup>. Özellikle EKM kaydının pazar payı küçük olan bir platform lehine tanınmış olduğu durumlarda, pazar payı yüksek olan bir başka platformun perakendeci üzerinde pazarlık baskısı olabilecek ve ilgili platform için fiyat düşürüldüğünde, EKM kaydının tarafı olan platform açısından da fiyat düşecek, bu şekilde uygun fiyatta ürün, pazarın geneline yayılacaktır<sup>41</sup>. Ayrıca EKM kaydı ile, *hold up* (vazgeçme) problemini<sup>42</sup>, rakip platformların ürünleri daha ucuza satamayacağını garanti ederek çözebilecek ve platformların ticari ilişkiye özgü yatırım yapma eğilimini arttırabilecektir<sup>43</sup>. Yine EKM kayıtları

<sup>37</sup> Rutz (2017), 157.

<sup>38</sup> Geleneksel EKM kayıtları bakımında bunlara ek olarak iki farklı olumlu etki sayılabilir. Bunlar; ürün tedarikinin ve kalitenin devamı ile gecikmelerin ve talep belirsizliğinin azalması şeklinde ifade edilmektedir. Bu yönde bkz. Adıyaman (2017), 13-14. Ayrıca bkz. Akman (2016), 10.

<sup>39</sup> Rutz (2017), 157-158; Cihan Doğan, Rekabet Hukuku ve İktisadi Bağlamında Dijital Platformlar, (İstanbul: On İki Levha Yayıncılık, 2021), 415, Adıyaman (2017), 15. Bununla birlikte Rekabet Kurumu tarafından 2022’de yapılan E-Pazaryeri Platformları Sektör İncelemesi Nihai Raporu’nda, pazaryerleri bakımından geniş EKM kayıtlarını meşru gösterebilecek ölçüde bedavacılığa dayalı bir piyasa aksaklığının bulunmadığı değerlendirilmiştir. Bkz. Nihai Rapor, 439.

<sup>40</sup> Vandendorre ve Frese (2014), 588; Akman (2016), 10; Sanlı ve Doğan (2022), 7; Adıyaman (2017), 10-11. Aksi yönde bkz. Fioana Scoot-Morton, “Contracts that Reference Rivals”, in Georgetown University Law Center Antitrust Seminar, Washington, <http://www.justice.gov/atr/file/518971/download>, ET: 10.09.2022, 2012, s. 1-15, 12. Bu son görüşe göre, EKM kayıtlarının düşük fiyat bakımından rekabet yanlısı olma özelliğini barındırmadığını, zira düşük fiyattan yalnızca kaydın tarafının faydalandığını ifade etmektedir.

<sup>41</sup> Geleneksel EKM kayıtları bakımından benzer yönde bkz. Adıyaman (2017), 11.

<sup>42</sup> Söz konusu problem literatürde, satıcının sömürücü ve fırsatçı davranışları sebebiyle alıcının ticari ilişkiye özgü yatırım güdüsünün azalması ve pazara daha iyi ve daha ucuz ürünlerin girememesi olarak açıklanmaktadır. Bkz. Jan Peter van der Veer, “Antitrust Scrutiny of Most-Favoured-Customer Clauses: An Economic Analyses” in Journal of European Competition Law&Practice, Cilt: 4, No: 6, 2013, s. 501-505, 502; Adıyaman (2017), 12; Sanlı ve Doğan (2022), 7.

<sup>43</sup> Adıyaman (2017), 12. Bu durum aynı zamanda EKM kayıtlarının yeni ürünleri mümkün kılacağı şeklinde de dile getirilmektedir. Bu yönde bkz. Akman (2016), 9; Schuhmacher ve Holzweber in Grabitz/Hilf/Nettesheim (2022), Nr. 899.

ile marka itibarının korunması sağlanmaktadır. Platformlar, bu kayıtlar ile birlikte kullanıcılarına aynı fiyatları ve pazarda meydana gelen beklenmeyen fiyat değişikliklerine maruz kalmamasını sağlayarak, marka değerinin azalmamasını sağlar<sup>44</sup>. Ayrıca bu kayıtlarla birlikte platformun yatırım yapma eğilimi de artar<sup>45</sup>. Zira platformun yapacağı reklam ve ürün geliştirme masraflarının meyvesini almak için perakendecinin rakip platformlara daha uygun fiyatta ürün satmaması gerekir<sup>46</sup>. Son olarak ilgili kayıtlar, işlem maliyetinin azalmasına yardımcı olur<sup>47</sup>. Çünkü EKM kaydı olmaksızın, bir platform fiyatların düşmesi için hem perakendeci ile sürekli bir pazarlık içinde olur hem de rakip platformların uyguladığı fiyat politikalarının takibi ve denetlenmesi için ayrı bir mekanizma kurar. EKM kaydı ile birlikte hem pazarlık hem de takip işlem maliyeti azalacak ve azaltılan işlem maliyetleri tüketiciye de olumlu bir şekilde yansıtacaktır<sup>48</sup>.

<sup>44</sup> Martha Samuelson, Nikita Piankov ve Brian Ellman, “Assessing The Effects of Most-Favored Nation Clauses”, in ABA Section of Antitrust Law Spring Meeting, [http://www.analysisgroup.com/uploadedfiles/content/insights/publishing/samuelson\\_mfn\\_springaba\\_2012.pdf](http://www.analysisgroup.com/uploadedfiles/content/insights/publishing/samuelson_mfn_springaba_2012.pdf), 2012, ET: 10.09.2022, s. 1-12, 3; Adıyaman (2017), 15.

<sup>45</sup> van der Veer (2013), 502; Doğan (2021), 412; Sanlı ve Doğan (2022), 7.

<sup>46</sup> Sanlı ve Doğan (2022), 7.

<sup>47</sup> Ariel Ezrachi, “The competitive effects of parity clauses on online commerce”, in European Competition Journal, 2015, 11 (2-3), s. 488-519, 492; Schuhmacher ve Holzweber in Grabitz/Hilf/Nettesheim (2022), Nr. 899; van der Veer (2014), 502; Vandenborre ve Frese (2014), 589; Adıyaman (2017), 12-13; Sanlı ve Doğan (2022), 7.

<sup>48</sup> Gönenç Gürkaynak, Ayşe Güner, Sinan Diniz ve Janelle Filson, “Most-Favored-Nation Clauses Revisited: Legal and Economic Analysis and Proposal for a Guideline”, in Eur J Law Econ (2016) 42,

<http://repository.bilkent.edu.tr/bitstream/handle/11693/36916/Most-favored-nation%20clauses%20in%20commercial%20contracts%20legal%20and%20economic%20analysis%20and%20proposal%20for%20a%20guideline.pdf?sequence=1&isAllowed=y>, ET: 10.09.2022, 129-155, s. 148. Bununla birlikte işlem maliyetlerinin azalmasının yalnızca EKM kaydı tarafı olan platform bakımından söz konusu olacağı, diğer platformlar bakımından aynı maliyetlerin devam edeceği, dolayısıyla pazarın geneline yönelik olumlu bir etkinin gündeme gelmeme ihtimalinin de bulunduğu haklı olarak ifade edilmektedir. Bu yönde bkz. Adıyaman (2017), 13.

Ayrıca platform tarafından perakendecinin EKM kaydına uygun davranıp davranmadığının takibi için de çoğu zaman bir takip mekanizması kurulması gerektiği, bu da aynı zamanda işlem maliyetini artıracaktır. Bkz. Adıyaman (2017), 13; Sanlı ve Doğan (2022), 7, dpn. 13. Ayrıca benzer yönde bkz. Kurul, 05.01.2017 tarih ve 17-01/12-4 sayılı Booking kararı, para. 233.

Platform EKM kayıtlarının rekabet hukuku bağlamında piyasaya olumsuz etkileri de doktrinde üç<sup>49</sup> farklı başlıkta dile getirilmektedir<sup>50</sup>. Bunlardan ilki, pazardaki fiyat rekabetinin azalmasıdır<sup>51</sup>. EKM kayıtları sebebiyle perakendeciler diğer platformlara daha uygun fiyat sağlama motivasyonunu kaybeder<sup>52</sup>. EKM kayıtlarının ikinci olarak, fiyatlar bakımından işbirliğini kolaylaştırdığı ifade edilmektedir<sup>53</sup>. EKM kayıtları sebebiyle perakendecinin fiyatlarında değişiklik yapmayacağını bilen rakipleri de tek tarafları olarak kârlarını artırmaya çalışır<sup>54</sup>. Bu da pazardaki fiyat çeşitliliğini azaltır ve rakip perakendecilerin birbirlerinin fiyatlarını takip etme imkânını doğurur<sup>55</sup>. Son olarak, bu kayıtların kullanılması sonucunda giriş engelleri oluşabileceği gibi ve bu kayıtlar pazarda yer alan diğer platformlar bakımından dışlamaya da sebep olabilir<sup>56</sup>.

Görüleceği üzere platform EKM kayıtlarının piyasaya hem olumlu hem de olumsuz etkileri bulunmaktadır<sup>57</sup>. Bununla birlikte sözleşmede yer alan hükümün rekabet hukuku açısından etkilerinin tespiti, somut uyuşmazlık çerçevesinde ilgili EKM kaydının düzenlenmesi ile taraflarının piyasadaki

---

<sup>49</sup> Doktrinde bir görüş tarafından dördüncü olarak, EKM kayıtlarının piyasaya yayılma olasılığı gösterilmiştir. Bu şekilde yaygınlık kazanması ile birlikte piyasanın daha az rekabetçi hâle geleceği dile getirilmektedir. Bu yönde bkz. Sanlı ve Doğan (2022), 6-7.

<sup>50</sup> Benzer şekilde ilgili zarar teorilerine Kurul tarafından verilen Booking.com kararında da yer verildiği gibi; yeni VBER’de de aynı hususlar vurgulanmıştır. Bkz. 17-01/12-4 sayılı Booking kararı, 239-245; AB Dikey Kılavuz 2022, 360.

<sup>51</sup> Schuhmacher ve Holzweber in Grabitz/Hilf/Nettesheim (2022), Nr. 899; van der Veer (2013), 502; Vandenborre ve Frese (2014), 588-589; Daniel Zimmer ve Martin Blaschczok, “Most-favoured-customer clauses and two-sided platforms”, in Journal of European Competition Law & Practice, 2014, Cilt: 5, No: 4, s. 187-195, 189; Doğan (2021), 411; Adıyaman (2017), 16; Sanlı ve Doğan (2022), 6.

<sup>52</sup> Detaylı bilgi için bkz. Adıyaman (2017), 16-18.

<sup>53</sup> Jonathan J. Baker ve Judith A. Chevalier, “The Competitive Consequences of Most-Favored-Nation Provisions.”, in Antitrust Magazine, Vol: 27, No: 2, 2013, s. 20-26, 22; Adıyaman (2017), 18.

<sup>54</sup> van der Veer (2013), 504; Adıyaman (2017), 18.

<sup>55</sup> van der Veer (2013), 503; Schuhmacher ve Holzweber in Grabitz/Hilf/Nettesheim (2022), Nr. 899; Adıyaman (2017), 18.

<sup>56</sup> Vandenborre ve Frese (2014), 588; Schuhmacher ve Holzweber in Grabitz/Hilf/Nettesheim (2022), Nr. 899; Doğan (2021), 414; Adıyaman (2017), 19; Sanlı ve Doğan (2022), 7.

<sup>57</sup> Bu hususa ilişkin olarak birçokları yerine bkz. Sanlı ve Doğan (2022), 7. Kurum tarafından hazırlanan Rapor’da, zaten yerleşik teşebbüsler yararına aksak işleyen pazarın EKM kayıtları öngörülerek, pazardaki rekabetin tamamen ortadan kaldırma kaygısının bulunduğu belirtilmiştir. Nihai Rapor, 395.

konumuna ve piyasanın durumuna göre değişiklik arz edebilecektir<sup>58</sup>. Benzer şekilde, kaydın kendi karakteristik özellikleri ile tarafların EKM kaydını sözleşmeye derç etmelerindeki amaç da kaydın rekabete etkisinin olumlu olup olmadığının tespiti bakımından önem arz eder<sup>59</sup>. Bu yüzden her ne kadar ilgili kayıtların doğurabileceği olumlu ya da olumsuz etkiler önceden ifade edilebilecek olsa da, söz konusu kayıtların rekabet hukuku açısından hukuka uygun ya da hukuka aykırı olduklarının kendiliğinden (“*per se*”) söylenemeyeceği doktrinde ittifakla kabul edilmektedir<sup>60</sup>. Bununla birlikte belirtmek gerekir ki, geleneksel EKM kayıtlarından farklı olarak platform EKM kayıtlarının piyasaya olumsuz etkisi daha fazladır<sup>61</sup>. Zira bu kayıt doğrudan tüketicinin satın aldığı ürün ya da hizmetin nihai fiyatını etkilemekte ve bu anlamı ile fiyat rekabetini sınırlandırmaktadır. Buna karşılık geleneksel EKM kayıtlarında, alıcı genellikle bir ticari işletme olduğu için, ürün ya da hizmetin tüketicilere satılacağı fiyatı belirleme serbestisine sahiptir ve bu da fiyat rekabetinin mümkün olduğunu göstermektedir<sup>62</sup>.

### III. Mukayeseli Hukukta Platform EKM Kayıtlarına Bakış

#### A. Öğretinin Yaklaşımı

İsviçre hukukunda bir görüş, dar platform EKM kayıtlarının platformlar arasındaki rekabeti ortadan kaldırmadıkları için rekabet hukuku bakımından

---

<sup>58</sup> Sanlı ve Doğan (2022), 8.

<sup>59</sup> Adıyaman (2017), 10.

<sup>60</sup> Sanlı ve Doğan (2022), 8.

<sup>61</sup> Nitekim bu husus Yeni Kılavuz’da da açık bir şekilde ifade edilmiştir. Bkz. AB Dikey Kılavuz 2022, 360. Yine benzer şekilde Kurum tarafından yayınlanan Nihai Rapor’da da ilgili husus; “*platform EKM şartı çoğu durumda toptan satış piyasalarına ilişkin olan geleneksel EKM şartından farklı olarak perakende satış fiyat ve koşullarına yönelik olduğundan, dolayısıyla alt pazardaki rekabet ile telafi edilebilir olmadığından, tüketiciler üzerinde doğrudan refah kaybına neden olabilecek niteliktedir.*” şeklinde ifade edilmiştir. Bkz. Nihai Rapor, 395.

Doktrinde bir görüş, ara malların tedarikinde veya platformlara ilişkin anlaşmalarda kullanılan EKM kayıtlarının pazara olan etkisinin hemen hemen aynı olduğunu ifade etmiştir. bkz. Adıyaman (2017), 9. Ancak yukarıda yer verilen gerekçelerle bu görüşe katılmak mümkün değildir.

<sup>62</sup> Sanlı ve Doğan (2022), 7. İlgili husus Nihai Rapor’da da ifade edilmektedir. Bu anlamda Rapor’a göre, platform EKM kayıtları doğrudan perakende satış fiyat ve koşullarına yönelik olduğundan alt pazardaki rekabet ile telafi edilebilir nitelikte değildir. Bu da tüketiciler üzerinde doğrudan bir refah kaybına sebebiyet verecektir. Nihai Rapor, 395.

sorunsuz olduğuna dair hâlihazırda geniş bir fikir birliği olduğunu ifade etmektedir<sup>63</sup>. Zira dar platform EKM kayıtları sadece perakendecinin lehine EKM kaydı öngörülen platformun hizmetlerinden ücretsiz yararlanmasını engeller.

Alman hukukunda genel olarak EKM kayıtlarının rekabete etkisinin belirlenmesinin meşakkatli olduğu ifade edilmektedir<sup>64</sup>. Rekabetçi belirsizlikleri nedeniyle, EKM kayıtlarının etkilerinin ekonomik bir perspektiften vakaya özgü bir analizi gerektirdiği ifade edilmektedir<sup>65</sup>. EKM kayıtlarının genellikle yalnızca belirli bir pazar veya pazarlık gücünün mevcut olması hâlinde uygulanabileceğinin unutulmaması gerektiği belirtilmiştir<sup>66</sup> ve EKM kayıtlarının rekabetçi etkilerinin esasen söz konusu kayıtların pazarda ne kadar yaygın olduklarına bağlı olduğu dile getirilmiştir<sup>67</sup>.

İngiliz hukukunda da benzer bir yaklaşım olduğu ifade edilebilecektir. Genel olarak platform EKM kayıtlarının potansiyel etkilerinin kaydı bağlamına ve işleyişine bağlı olduğunu öne sürülmektedir<sup>68</sup>. Bu anlamda,

---

<sup>63</sup> Rutz (2017), 159.

<sup>64</sup> Schuhmacher ve Holzweber in Grabitz/Hilf/Nettesheim (2022), Nr. 899.

<sup>65</sup> Schuhmacher ve Holzweber in Grabitz/Hilf/Nettesheim (2022), Nr. 899.

<sup>66</sup> Akman (2016), 10; van der Veer (2013), 501; Schuhmacher ve Holzweber in Grabitz/Hilf/Nettesheim (2022), Nr. 899.

<sup>67</sup> van der Veer (2013), 501; Schuhmacher ve Holzweber in Grabitz/Hilf/Nettesheim (2022), Nr. 899.

<sup>68</sup> Akman (2016), 13. Örneğin bir görüş belirli koşullar altında platform EKM kayıtlarının fiyatları artırabileceğini, ancak başka koşullar altında ise fiyatları artırmadan tüketiciler için seçenekleri artırabileceğini ifade etmiştir. Bu yönde bkz. Justin P. Johnson, “The Agency Model and MFN Clauses”, 2–4, 16–19, 21 (Working Paper 2014), <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2217849>. Benzer şekilde bir başka görüş de, yerleşik platform ile yeni giren platform arasındaki ikame edilebilirliğe bağlı olarak, bu maddelerin kârlılığı artırabileceği gibi veya azaltabileceği, ayrıca girişi teşvik edebileceği gibi caydırabileceği de ifade edilmektedir. Bkz. Andre Boik ve Kenneth S. Corts, “The Effects of Platform MFNs on Competition and Entry”, in *Journal Law & Economics*, Cilt: 59, 1, 105-134, <https://www.journals.uchicago.edu/doi/epdf/10.1086/686971>, ET: 10.09.2022. Aynı şekilde platform EKM kayıtlarının, bunları benimseyen firma yerleşik firma olduğunda girişi engelleyebileceği, ancak bunları benimseyen firma yeni giren firma ise (ve özellikle de giren firma yüksek kaliteli, yüksek ücretli bir iş modeli işletiyorsa) girişi teşvik edebileceği ileri sürülmüştür. Yine sadece bir pazarın yoğunlaşmamış olduğu durumlarda, platform EKM kayıtlarının giriş engellerini artırabileceği veya koordinasyonu kolaylaştırabileceği ifade edilmiştir. Bkz. Steven C. Salop ve Fiona Scott-Morton, “Developing an Administrable MFN Enforcement Policy”, Antitrust

platform EKM kaydından kaynaklanan rekabete aykırı bir etkinin başarılı bir şekilde tespit edilmesi için vaka bazında bir yaklaşımın uygun olduğu ifade edilmektedir<sup>69</sup>. EKM kaydının öngörülmüş olduğu bir durumda, ilgili kaydın, rekabetçi etkilerinin mi baskın olduğu yoksa rekabete aykırı etkilerinin mi daha ön planda olduğunun tespit edilebilmesi, hem kaydın düzenleniş şekline yani lafzına hem de kaydın öngörüldüğü pazarın özelliklerine bağlıdır<sup>70</sup>.

Görüleceği üzere mukayeseli hukukta öğretinin platform EKM kayıtlarına yaklaşımının genel itibari ile birbiri ile benzer olduğunu ifade etmek mümkündür. Bu anlamda platform EKM kayıtları (dar ya da geniş) bakımından doğrudan anti-rekabetçi olduklarına ilişkin bir sonuca ulaşamayacağı, somut olay değerlendirilmesi yapıldığında ilgili kayıtların rekabete olumlu etkilerinin baskın olabileceği vurgulanmaktadır. Yani platform EKM kayıtlarının daha çok rekabetçi etkilerine odaklanması gerektiği belirtilmektedir<sup>71</sup>. Bu kapsamda özellikle kaydın düzenlenme amacı, düzenlenme şekli, pazarın ekonomik yapısı ile lehine kayıt öngörülen platformun pazardaki durumuna göre vaka değerlendirilmesi yapılması gerektiği ve bunun sonucuna göre platformlar lehine öngörülen EKM kayıtlarının rekabete olan etkisinin tespit edilmesi gerektiği belirtilmektedir.

## B. Rekabet Otoritelerinin ve Yargının Yaklaşımı

Mukayeseli hukukta dijital platformlar lehine öngörülen EKM kayıtları hem Avrupa Komisyonu hem de ulusal rekabet otoriteleri tarafından ele alınmıştır. Bu hususa ilişkin olarak mercek altına alınabilecek ilk dava, Apple E-Kitap davasıdır<sup>72</sup>. Davaya konu olayda, yayıncı kuruluşlar e-kitap

---

Magazine, Vol: 27, No: 2, 2013, s. 15-19, 18, dpn. 19. Son olarak EKM kayıtlarının pazar gücüne sahip büyük bir platform lehine öngörüldüğü durumlarda, EKM kayıtlarının rekabete aykırı bir amaç ve etkiye sahip olabileceğine dair daha büyük bir endişe söz konusu olduğu hususunda bkz. Salop ve Morton, 18, dpn 19.

<sup>69</sup> Akman (2016), 14.

<sup>70</sup> Akman (2016), 14.

<sup>71</sup> Akman (2016), 41; Colangelo (2017), 12; Vandenborre/Frese (2015), 337 vd.; ayrıca karş. Maren Tamke, “Kartellrechtliche Beurteilung der Bestpreisklauseln von Internetplattformen”, in WuW- Wirtschaft und Wettbewerb, Cilt: 65, No: 6, 2015, s. 594-604, 594. Aksi görüşte bkz. Amelia Fletcher ve Morten Hviid, “Broad Retail Price MFN Clauses: Are They RPM 'At its Worst'?", in Antitrust Law Journal 81(1), American Bar Association, 2016, s. 65-98, 68; Volker Soyöz, “Die kartellrechtliche Beurteilung von Meistbegünstigungsklauseln im Lichte der HRS-Entscheidung des BKartA”, in Neue Zeitschrift für Kartellrecht, 2014, s. 447- 453, 448.

<sup>72</sup> KomE COMP/AT.39847, ABl. 2013 C 73 – E-Books. USA v. Apple Inc., 12 Civ 2862.

fiyatlarını kendilerinin belirleyebilmeleri için Apple üzerinden acentelik sistemine geçmeyi planlamış<sup>73</sup>, diğer perakendecilere verilen fiyatın Apple üzerinden sunulan fiyatlar ile eşleştirilmesi gerekmiştir. Komisyon bu olay bakımından, EKM kayıtlarının rekabet aykırı amaç ve etkisinin olabileceği sonucuna ulaşmış; fakat beş yıllık bir süre için yasaklama yapılarak EKM kayıtlarına yer verilmesini başlı başına *per se* ihlâl olarak kabul edilmeyeceğini de ortaya koymuştur<sup>74</sup>.

Üye ülkelerden birçok ulusal rekabet otoritesi otel rezervasyon platformlarının EKM kayıtlarına odaklanmıştır. Fransa, İsveç ve İtalya'daki rekabet otoriteleri, Booking.com'un oteller ile yaptığı sözleşmelerde yer vermiş olduğu EKM kayıtlarını ve Booking tarafından bu kayıtların kapsamının azaltılmasını içeren taahhütleri kabul etmiştir<sup>75</sup>. Buna göre, sözleşmenin tarafı olan oteller, odalarını başka platformlarda veya çevrimdışı olarak Booking'e verilen fiyattan daha ucuza sunabilecek iken söz konusu otellerin kendi online satış kanallarında Booking'e verilen fiyattan daha düşük fiyat vermeleri mümkün değildir<sup>76</sup>.

Eldeki konuya ilişkin olarak Alman Kartel Ofisi (*Bundeskartellamt/BKartA*) otel rezervasyon platformları lehine öngörülen her türlü EKM kaydına karşı harekete geçmiş ve bu durum Alman literatüründe<sup>77</sup> ve içtihatlarında eleştirel bir şekilde karşılanmıştır<sup>78</sup>. BKartA tarafından, online rezervasyon platformu olan HRS ve oteller arasında yapılan sözleşmelerde yer alan EKM kayıtlarının Avrupa Birliğinin İşleyişine Dair Anlaşma (ABİDA)'nın 101. maddesi ve Alman Rekabet Kanunu hükümleri açısından ihlâl oluşturduğuna karar verilmiştir<sup>79</sup>. İlgili EKM kayıtları incelendiğinde, HRS lehine geniş platform EKM kayıtlarının öngörüldüğü anlaşılmaktadır. BKartA tarafından, ilgili EKM kayıtlarının platformlar arasındaki ve oteller arasındaki rekabeti kısıtladığı sonucuna ulaşılmıştır<sup>80</sup>. Buna göre rakip platformlar daha düşük komisyonlarla dahi müşterilere daha

<sup>73</sup> Vandenborre ve Frese (2014), 591-592.

<sup>74</sup> Benzer yönde bkz. Adıyaman (2017), 28.

<sup>75</sup> Schuhmacher ve Holzweber in Grabitz/Hilf/Nettesheim (2022), Nr. 904.

<sup>76</sup> Ayrıca bkz. Adıyaman (2017), 31-32.

<sup>77</sup> Silke Heinz, "Online Booking Platforms and EU Competition Law in the Wake of the German Bundeskartellamt's Booking.com Infringement Decision" in JECLAP, Cilt: 7, Sayı: 8, 2016, s. 530-536, 530.

<sup>78</sup> Schuhmacher ve Holzweber in Grabitz/Hilf/Nettesheim (2022), Nr. 904.

<sup>79</sup> Adıyaman (2017), 28.

<sup>80</sup> Adıyaman (2017), 28-29.



ucuz fiyatları sağlayamamakta, bu da pazardaki fiyatların yükselmesine ve pazara giriş bakımından engellere neden olmaktadır<sup>81</sup>. Uyuşmazlık bakımından HRS'nin %30'dan fazla pazar payına sahip olduğu saptanmış ve HRS'nin EKM kayıtlarına uyumu sürekli olarak denetlemek suretiyle bu koşulları dayattığı kanaatine varılmıştır<sup>82</sup>. BKartA'ya göre, her ne kadar EKM kayıtları ile bedavacılık problemi sınırlandırılabilir olsa da, EKM kayıtlarının platformların ticari yatırım yapma güdüsüne çok sınırlı bir şekilde etki etmektedir<sup>83</sup>. Bu kapsamda aslında BKartA, EKM kayıtlarının öngörüldüğü durumlarda her hâlde ilgili kayıtların negatif olarak rekabete etkisinin ağır bastığını değerlendirmiştir<sup>84</sup>. Uyuşmazlık bakımından HRS'nin Dikey Grup Muafiyeti Düzenlemesi (*Vertical Restraints Block Exemption Regulation*) çerçevesinde kabul edilmemesinin sebebi olarak da, pazardaki güçlü konumu ile EKM kayıtlarının uygulanması için başvurduğu aktif ve agresif yöntemler gösterilmiştir<sup>85</sup>.

Birleşik Krallık Rekabet Otoritesi (*Competition and Markets Authority/CMA*), motor sigortası sektörüne yönelik fiyat karşılaştırma platformları bakımından EKM kayıtlarını incelemiştir<sup>86</sup>. Karşılaştırma platformundaki fiyat ile web sitesindeki fiyat arasında fiyat eşitliğini garanti eden bir kaydın (CMA söz konusu bu kaydı dar EKM kaydı/*narrow MFN* olarak nitelendirmektedir) böyle bir platformun varlığı için gerekli olduğunu ve bu nedenle ilgili kayda rekabet açısından itiraz edilemez olduğunu kabul etmiştir. Ancak CMA'ya göre, bunun ötesine geçen bir EKM kaydı (CMA bu kaydı da geniş EKM kaydı/*wide MFN* olarak nitelendirmektedir.), farklı fiyat karşılaştırma platformları arasındaki fiyat rekabetini azaltacak ve rekabeti kısıtlama etkisine sahip olacaktır<sup>87</sup>. Yine CMA Amazon lehine öngörülen EKM kayıtlarına ilişkin yapmış olduğu soruşturmada, *Amazon Marketplace* üzerinden mallarını satan perakendecilerin her zaman platformdaki en ucuz

<sup>81</sup> Schuhmacher ve Holzweber in Grabitz/Hilf/Nettesheim (2022), Nr. 904; Adıyaman (2017), 28.

<sup>82</sup> Adıyaman (2017), 29.

<sup>83</sup> Adıyaman (2017), 29.

<sup>84</sup> Schuhmacher ve Holzweber in Grabitz/Hilf/Nettesheim (2022), Nr. 904; Adıyaman (2017), 29.

<sup>85</sup> Schuhmacher ve Holzweber in Grabitz/Hilf/Nettesheim (2022), Nr. 904; Adıyaman (201), 29.

<sup>86</sup> Private Motor Insurance Market Investigation, Final Report, 24.09.2014, [https://assets.digital.cabinet-office.gov.uk/media/5421c2ade5274a1314000001/Final\\_report.pdf](https://assets.digital.cabinet-office.gov.uk/media/5421c2ade5274a1314000001/Final_report.pdf), ET: 15.08.2022.

<sup>87</sup> Schuhmacher ve Holzweber in Grabitz/Hilf/Nettesheim (2022), Nr. 904.

fiyatı sunmak zorunda olduğu EKM kayıtlarına odaklanılmış, aynı zamanda Amazon'un E-Kitap yayıncılarına karşı EKM kayıtlarından kaçınmaya ilişkin vermiş olduğu önceki taahhüdün Amazon bakımından bağlayıcı olduğunu ifade etmiştir<sup>88</sup>. CMA'ya göre EKM kayıtlarının rekabeti kısıtlama etkisi olmaktadır<sup>89</sup>. Bununla birlikte genel olarak geniş EKM kayıtlarının anti-rekabetçi etkilerinin sağlamış olduğu etkinliklere göre daha ağır bastığı, dar EKM kayıtları bakımından ise, her ne kadar rekabeti kısıtlayıcı etkileri gündeme gelebilecek olsa da, genel olarak etkinlik sağlama ihtimalleri göz önünde bulundurulduğunda, hukuka uygun olarak kabul edilebileceği ifade edilmiştir<sup>90</sup>.

Görüleceği üzere mukayeseli hukukta platform EKM kayıtlarının rekabete etkisinin nasıl ele alınacağı yüksek mahkemeler tarafından henüz tam olarak açıklığa kavuşturulmamış olsa da, bugüne kadar verilen kararlardan EKM kayıtlarına ilişkin bir değerlendirme çerçevesi oluşturulduğu ifade edilmektedir<sup>91</sup>. Verilen kararların tamamında, iki teşebbüs arasında bir anlaşma veya uyumlu eylemin mevcut olduğu ve böylece ABİDA'nın 101. maddesinin uygulanması için alan açıldığı kabul edilmektedir. Bu anlamda mukayeseli hukuktaki rekabet otoriteleri ve yargı kararlarında, tıpkı doktrinde ifade edildiği gibi, platformlar lehine öngörülen EKM kayıtları vakalarının büyük çoğunluğunda, amaç itibarıyla rekabetin kısıtlanmadığı, dolayısıyla rekabete aykırı etkilerin münferit vakada ayrıca ispat edilmesi gerektiği ifade edilmektedir.

Bununla birlikte, 330/2010 sayılı Tüzük'ün değerlendirilmesine yönelik üye ülke rekabet otoriteleri tarafından gelen katkıların özetlendiği belgede, geniş ve dar EKM kayıtları arasında bir ayırım yapılması gerektiği, geniş EKM kayıtlarının muafiyet koşullarını taşıma ihtimalinin dar EKM kayıtlarına göre daha düşük olduğu ve Tüzük ve Kılavuz'da bu durumun yer almamasını eleştiriye açık olduğu ifade edilmiştir<sup>92</sup>.

---

<sup>88</sup> Amazon online retailer: investigation into anti-competitive practices, Case reference: CE/9692/12, 2013.

<sup>89</sup> Schuhmacher ve Holzweber in Grabitz/Hilf/Nettesheim (2022), Nr. 904.

<sup>90</sup> Bu hususta genel olarak bkz. CMA, Digital comparison tools Final Paper, <https://assets.publishing.service.gov.uk/media/59e093f5e5274a11ac1c4970/paper-e-competitive-landscape.pdf>, ET: 05.09.2022.

<sup>91</sup> Schuhmacher ve Holzweber in Grabitz/Hilf/Nettesheim (2022), Nr. 905.

<sup>92</sup> İlgili açıklamalar için bkz. Sanlı ve Doğan (2022), 21.

### C. Platform EKM Kayıtlarının Yeni Dikey Grup Muafiyeti Tüzüğü ve Yeni Dikey Kılavuz Bakımından İncelenmesi

Avrupa Komisyonu 10 Mayıs 2022 tarihinde Yeni Dikey Kılavuz ile birlikte Yeni Dikey Grup Muafiyeti Tüzüğü'nü ("VBER") de kabul etmiştir. Hem yeni Tüzük'te hem de kılavuzda platform EKM kayıtları bakımından yeniliklerin olduğu ifade edilmelidir. Bu anlamda ilk olarak belirtilmelidir ki, VBER'in muafiyet kapsamının dışında olan anlaşmalara ilişkin 5. maddesinde açık bir şekilde platformlar lehine tanınan EKM kayıtlarına da yer verilmiştir. İlgili hükme göre, çevrimiçi aracılık hizmetleri alıcısının, rakip çevrimiçi aracılık hizmetleri aracılığıyla son kullanıcılara daha uygun koşullarda mal veya hizmet sunmamasına, satmamasına veya yeniden satmamasına neden olabilecek nitelikte doğrudan veya dolaylı yükümlülükler, VBER'in 2. maddesinde öngörülen muafiyet kapsamında yer almayacaktır. Görüleceği üzere platformlar lehine öngörülen ve doktrinde "geniş EKM kaydı" olarak nitelendirilen kayıtların, ABİDA'nın 101. maddesi çerçevesinde yapılacak bir incelemede doğrudan grup muafiyetinden faydalanamayacağı hüküm altına alınmıştır. Yani geniş EKM kayıtlarının sert kısıtlamalardan olduğu (*hardcore restrictions*) kabul edilmiştir.

Yeni Kılavuz'da da bu husus açıklanmış ve değerlendirme yapılırken geniş ve dar EKM kayıtları arasında bir ayırım yapılmıştır. Buna göre geniş EKM kayıtları, perakendecinin tüm satış kanallarına ilişkin olarak platform lehine bir kaydın öngörülmesi olarak nitelendirilmiş iken, dar EKM kaydı, yalnızca perakendecinin kendi satış kanallarına ilişkin olarak bir kaydın öngörülmesi olarak nitelendirilmiştir<sup>93</sup>. Yeni Kılavuz'a göre, VBER m. 5/1-d'de yer alan ve platformlar lehine öngörülen geniş EKM kayıtlarına ilişkin istisna dışında, tüm parite anlaşmaları (bu anlamda platformlar lehine öngörülen dar EKM kayıtları da dahil) VBER'in 2. maddesinde düzenlenen grup muafiyetinde faydalanabilir<sup>94</sup>. Yeni Kılavuz, dar ve geniş EKM kayıtları açısından grup muafiyetinden faydalanabilme noktasında yapmış olduğu ayrımı da şu şekilde açıklamaktadır:

Yeni Kılavuz'a göre, platformdan hizmet alan perakendecinin, rakip platformlar üzerinden son kullanıcılara daha uygun koşullarda mal veya hizmet satmasını engelleyen parite anlaşmalarının rekabete olumsuz etkisinin, diğer parite anlaşmalarına göre daha fazla olma ihtimali bulunmaktadır<sup>95</sup>.

<sup>93</sup> AB Dikey Kılavuz 2022, 358.

<sup>94</sup> AB Dikey Kılavuz 2022, 359.

<sup>95</sup> AB Dikey Kılavuz 2022, 360.

Buna göre bu şekilde platformlar lehine öngörülen geniş EKM kayıtları ilk olarak, rekabeti yumuşatabilir ve platformlar arasında gizli anlaşmaları kolaylaştırabilir. Lehine geniş EKM kaydı öngörülen platformun, pazar payını kaybetmeden aracılık hizmetlerinin fiyatını yükseltmesi veya kalitesini düşürmesi daha olasıdır<sup>96</sup>. Platformlar lehine öngörülen geniş EKM kayıtları ikinci olarak, perakendecilere ve son kullanıcılara farklılaştırılmış fiyat-hizmet kombinasyonları sunma kabiliyetlerini sınırlandırarak yeni veya daha küçük çevrimiçi aracılık hizmetleri platformlarının pazara girişini veya genişlemesini engelleyebilir<sup>97</sup>. Dolayısıyla Yeni Kılavuz'a göre bu şekildeki kayıtların rekabete etkisinin tespiti için şu hususların dikkate alınması gerekmektedir<sup>98</sup>: i) lehtar platformun pazar payı. ii) EKM kaydı ile yükümlülük altına giren perakendecilerin oranı. iii) perakendecilerin ve son kullanıcıların hedef arama davranışı (kaç tane rakip platform kullandıkları). iv) çevrimiçi platformlara ilişkin pazara giriş engelinin varlığı. v) perakendecilerin kendi doğrudan satış kanallarının etkililiği ve perakendecilerin mal veya hizmetlerini lehtar platformdan ne ölçüde kaldırabilecekleri (listeden çıkarma).

Yeni Kılavuz, dar EKM kayıtlarının ise, geniş EKM kayıtlarına kıyasla ABİDA'nın 101. maddesindeki koşulları yerine getirme olasılığının daha yüksek olduğunu ifade etmektedir<sup>99</sup>. İlgili kayıtlar VBER tarafından sağlanan güvenli limandan (*safe harbour*) faydalanmaya devam edecektir. Bunun başlıca sebebi olarak da, dar EKM kayıtlarının rekabeti kısıtlayıcı etkilerinin genellikle daha az şiddetli olması ve dolayısıyla etkinliklerinin daha ağır basması olasılığı gösterilmektedir. Yine doğrudan satış kanalları aracılığıyla mal veya hizmet satan perakendecilerin bedavacılık riskinin, özellikle perakendecinin doğrudan satışlarında platform komisyon maliyetlerine katlanmaması sebebiyle daha yüksek olabileceği belirtilmektedir. Bununla birlikte, dar EKM kayıtlarının ABİDA'nın 101. maddesi anlamında etkinlik yaratmadığı durumlarda, grup muafiyetinin geri alınabileceği ifade edilmiştir. Bu durumun özellikle bedavacılık riskinin sınırlı olduğu, tüketicilerin önemli bir oranının lehtar platformu kullandığı veya etkinliğin sağlanması için EKM

---

<sup>96</sup> AB Dikey Kılavuz 2022, 360. Zira platformun hizmetlerinin fiyatına veya kalitesine bakılmaksızın, platformu kullanmayı tercih eden perakendeciler, platformda en az rakip platformlarda sundukları koşullar kadar iyi koşullar sunmakla yükümlüdür.

<sup>97</sup> AB Dikey Kılavuz 2022, 360.

<sup>98</sup> AB Dikey Kılavuz 2022, 361.

<sup>99</sup> AB Dikey Kılavuz 2022, 374.

kayıtlarının vazgeçilmez olmadığı hâllerde gündeme geleceği belirtilmiştir<sup>100</sup>. Bu kapsamda özetle Yeni Kılavuz uyarınca, platformlar lehine öngörülen dar EKM kayıtları kural olarak grup muafiyetinden faydalanabilecektir.

#### **IV. Türk Rekabet Hukuku Bakımından Platform EKM Kayıtlarının Değerlendirilmesi**

##### **A. Genel Açıklamalar**

Platform EKM kayıtları rekabet hukuku açısından incelenirken, ilk olarak sınırlamanın amaç bakımından (*by object*) mı yoksa etki bakımından (*by effect*) mı olduğunu tespit edilmesi gerekmektedir. Her ne kadar mukayeseli hukukta yapılan bazı soruşturmalar çerçevesinde ilgili sınırlamanın amaç bakımından olduğu ifade edilse<sup>101</sup> de genel olarak sınırlamanın ve rekabet hukuku anlamında incelemelerin etki temelli olması gerektiği haklı olarak ifade edilmektedir<sup>102</sup>. Yukarıda da ifade edildiği üzere, platform EKM kayıtları, lehtar platformun pazardaki konumuna, kayıtların sözleşmeye konulma amacına ve ilgili pazar ile kayıtların karakteristik özelliklerine bakılarak rekabet hukuku açısından değerlendirmelidir<sup>103</sup>. Dolayısıyla değerlendirmenin bu kadar çok işleyişe ve kaydın lafzına bağlı olduğu ve ilgili kayıtların belirli iş modellerinin işleyebilmesi için gerekli olduğu kabulü karşısında, platform EKM kayıtlarının “doğaları gereği” rekabete zarar verdiği nedeniyle amaç bakımından kısıtlama olarak değerlendirilmesi mümkün değildir. Bu nedenle, platform EKM kayıtları açısından etki temelli bir analiz gerekmektedir<sup>104</sup>.

Etki temelli bir analiz yapılırken, ilk olarak belirtilmelidir ki, kayırlan platformun her hâlde en uygun teklifleri sağlamasını sağlayan EKM+ (imtiyazlı EKM kaydı) ve perakendecinin EKM kaydının tarafı olmayan

<sup>100</sup> AB Dikey Kılavuz 2022, 374.

<sup>101</sup> Apple vs US, Commission Decision 2012, 87–88.

<sup>102</sup> Birçokları yerine bkz. Akman (2016), 43.

<sup>103</sup> Adıyaman (2017), 41.

<sup>104</sup> Akman (2016), 43. Doktrinde bir görüşe göre, her ne kadar Kurul’un Yemeksepeti kararında etki temelli bir yaklaşım benimsenmesi gerektiği ifade edilmiş olsa da kararda, hâkimiyetin kötüye kullanılması incelemesinde geniş EKM kayıtlarına ilişkin olarak kategorik ihlâl yaklaşımı bulunmaktadır. Emin Köksal ve Şahin Ardyok, “Diverging Approaches in Europe for the Most Favoured-Customer Clauses: How Turkish Competition Authority’s Decision for the Online Food Ordering Market Contributed” in Journal of European Competition Law & Practice 9.2, 2018, s. 119-123, 123.

platformlarda indirim yapma maliyetini daha fazla artıran geriye dönük EKM kayıtları da, tüketiciye zarar verme olasılıklarının daha fazla olması nedeniyle, pazarda daha fazla rekabetçi endişe oluşturabilecektir<sup>105</sup>.

Yine platformlar lehine öngörülen geniş ve dar EKM kayıtlarının pazara etkisi benzer değildir. Geniş EKM kayıtlarının bulunduğu durumlarda, lehine EKM kaydı öngörülen platform herhangi rekabetçi bir kaygı yaşamadan ve pazar payını kaybetmeden komisyon oranlarını artırabilir<sup>106</sup>. Platformlar lehine öngörülen geniş EKM kayıtları ikinci olarak, perakendecilere ve son kullanıcılara farklılaştırılmış fiyat-hizmet kombinasyonları sunma kabiliyetlerini sınırlandırarak yeni veya daha küçük çevrimiçi aracılık hizmetleri platformlarının pazara girişini veya genişlemesini engelleyebilir<sup>107</sup>. Ayrıca geniş EKM kayıtları, perakendeciye maliyeti daha az olan platformda daha az fiyat uygulamaktan vazgeçirerek, tüm platformlarda aynı satış fiyatına yönlendirebilir<sup>108</sup>. Son olarak, geniş EKM kayıtlarının pazarda bir kez kullanılması durumunda, diğer platformlar da benzer ayrıcalıklardan faydalanmak ister ve bunun sonucunda da piyasada fiyat katılığı çıkabilir<sup>109</sup>.

---

<sup>105</sup> Adıyaman (2017), 41; Salop ve Morton (2013), 18. İlgili husus Kılavuz'da da açık bir şekilde dile getirilmektedir. Bkz. Kılavuz, 224.

<sup>106</sup> van der Veer (2013), 502-504; Boik ve Courts (2016), 128; Nihai Rapor, 400-402; Sanlı/Doğan, 8; AB Dikey Kılavuz 2022, 360.

Pazardaki komisyon oranlarına bağlı olarak devam eden rekabetin azalması ise, fiyatların artmasına yol açacağı yönünde bkz. Nihai Rapor, 402.

Geniş EKM kayıtlarına ilişkin yaklaşımın geçit bekçisi niteliğindeki platformlar lehine öngörülen dar EKM kayıtları bakımından da öngörülmesi gerektiği yönünde bkz. Nihai Rapor, 448.

<sup>107</sup> AB Dikey Kılavuz 2022, 360. Yine İngiliz Rekabet Otoritesi CMA tarafından hazırlanan ve fiyat karşılaştırma platformlarını konu alan Rapor'da da bu husus vurgulanmıştır. bkz. CMA, Digital comparison tools Final Paper, s. 39, <https://assets.publishing.service.gov.uk/media/59e093f5e5274a11ac1c4970/paper-e-competitive-landscape.pdf>, ET: 05.09.2022. Zira yeni platformlar düşük komisyonla çalışmayı kabul etseler dahi, daha düşük uygun fiyatı sunamayacakları için pazara giremeyeceklerdir. Bkz. Sanlı ve Doğan (2022), 9. Bu durumun özellikle lehine geniş EKM kaydı tanınan platformun "geçit bekçisi" konumunda olduğu durumlarda gündeme geleceği yönünde bkz. Nihai Rapor, 428. Geçit bekçisi niteliğinde olmayan platformlar bakımından öngörülen geniş EKM kayıtları bakımından ise etkinlik değerlendirilmesi yapılması gerektiği yönünde bkz. Nihai Rapor, 428.

<sup>108</sup> Nihai Rapor, 421.

<sup>109</sup> Doğan (2021), 412; Sanlı ve Doğan (2022), 9; Nihai Rapor, 423.

Yine bu tür anlaşmalar rekabeti yumuşatabilir ve bu yolla rakipler arasında gizli anlaşmaları kolaylaştırabilir<sup>110</sup>.

Doğrudan satış kanalına yönelik olan dar EKM kayıtlarının ise piyasaya olumsuz etkisi daha sınırlıdır. Bunun en temel sebebi, dar EKM kayıtlarının yalnızca perakendecinin doğrudan satış kanallarına yönelik olmasıdır. Yani perakendeci kural olarak rakip platformlarda satış fiyatını belirlemede özgürdür<sup>111</sup>. İlk olarak lehine dar EKM kaydı öngörülen platformun rekabetçi endişeler taşımaksızın komisyon oranlarını artırması gündeme gelmez<sup>112</sup>. Hatta platformlar arası komisyon bağlamında bir rekabet olur ve komisyon oranları düşerse, bu durumun tüketici açısından fiyatları da düşüreceği kabul edilebilir<sup>113</sup>. Yine doğrudan satış kanalları aracılığıyla mal veya hizmet satan perakendecilerin bedavacılık riski, özellikle perakendecinin doğrudan satışlarında platform komisyon maliyetlerine katlanmaması sebebiyle daha yüksektir ve bu yüzden dar EKM kayıtlarının rekabet karşıtı amaç güdülmeksizin ekonomik etkinlikler sağladığını da ifade etmek gerekir<sup>114</sup>. Bununla birlikte lehine dar EKM kaydının öngörüldüğü platformun pazar payının yüksek olması durumunda, platform açısından rekabetçi endişe yaratabilecek tek kaynak olan doğrudan satış kanalından gelecek baskı engellenir. Bu yüzden platform yine komisyon oranlarını herhangi rekabetçi bir kaygı taşımadan artırabilecektir<sup>115</sup>. Yine dar EKM kaydı öngören perakendecinin doğrudan satış kanalının önemli olduğu ve markalar arası rekabetin zayıf olduğu piyasalarda, ilgili kayıtlar rekabetin azalmasına sebep

<sup>110</sup> AB Dikey Kılavuz 2022, 360. Ayrıca bkz. CMA, Digital comparison tools Final Paper, s. 38.

<sup>111</sup> Sanlı ve Doğan (2022), s. 10.

<sup>112</sup> Ezrachi (2015), 507; Sanlı ve Doğan (2022), 12. Dar EKM kayıtlarına ilişkin zarar teorileri bakımından detaylı bilgi için bkz. Sanlı ve Doğan (2022), 11-17.

<sup>113</sup> Bu yönde bkz. Sanlı ve Doğan (2022), 12.

<sup>114</sup> AB Dikey Kılavuz 2022, 374; Sanlı ve Doğan (2022), 10. Bununla birlikte Kurum tarafından hazırlanan Rapor'da, lehine EKM kaydı öngörülen platformun ilgili kısıtlamaları yan hizmetlerin sürekliliğini sağlamak yerine, pazardaki rekabetten korunmak ve rekabetin azalmasından menfaat elde etmek amacıyla kullanabilme ihtimali karşısında, EKM kaydı açısından ifade edilen en temel rekabetçi faydaya da temkinli bir şekilde yaklaşılması gerektiği ifade edilmektedir. Nihai Rapor, 437.

<sup>115</sup> Sanlı ve Doğan (2022), 13. İngiliz Rekabet Otoritesi CMA tarafından hazırlanan ve fiyat karşılaştırma platformlarını konu alan Rapor'da da, bu hususa değinilmektedir. Rapor'a göre, perakendecinin kendi satış kanalında fiyatlarını düşürmeksizin rakip platformlarda da fiyat düşürme güdüsüne sahip olmaması yani dar EKM kaydının geniş EKM kaydı etkisi göstermesidir. CMA, Digital comparison tools Final Paper, 43-44.

olabilir<sup>116</sup>. Buna karşılık markalar arası rekabetin fazla olduğu bir durumda yine dar EKM kaydının anti-rekabetçi etkileri az olacaktır<sup>117</sup>. Ek olarak, lehine dar EKM kaydı öngörülen platformun perakendeci için vazgeçilmez ve tüketicilerin çoğunluğu bakımından perakendecinin doğrudan satış kanallarına ikâme nitelikte ise, dar EKM kaydının geniş EKM kaydı gibi etkiler göstermesi muhtemeldir<sup>118</sup>.

## **B. Platform EKM Kayıtlarına İlişkin İncelemenin Hangi Hüküm Çerçevesinde Yapılması Gerektiği Sorunu**

### **1. Platformların Bağımsız Teşebbüs Olup Olmadığı Ön Sorunu**

Mukayeseli hukukta temel olarak platform EKM kayıtlarına ilişkin soruşturmalar ve değerlendirmeler ABİDA'nın 101. maddesi (Rekabetin Korunması Hakkında Kanun (RKHK) m. 4) çerçevesinde ele alınmaktadır. Bu anlamda yukarıda ifade edildiği üzere temel kabul, platformların perakendecilerden bağımsız bir teşebbüs olduğu yönündedir. Bununla birlikte doktrinde bir görüş bu temel kabulü sorgulamakta ve platformların da rekabet hukuku anlamında acente olarak kabul edilebileceklerini ve bu yüzden uygulama alanı bulabilmesi için en az iki teşebbüsün bulunması gereken ABİDA'nın 101. maddesinin platform EKM kayıtlarının rekabete uygunluğu tespit edilirken uygulama alanı bulmaması gerektiği ifade edilmektedir<sup>119</sup>. Türk hukuku açısından bakıldığında, doktrinde bir görüş tarafından platformların acente olarak kabul edilemeyeceği gerekçe belirtilmeksizin ifade edilmiştir<sup>120</sup>. Dolayısıyla platform EKM kayıtlarının rekabet hukuku açısından incelenmesi sırasında, incelemenin hangi hükümler çerçevesinde yapılması durumunda daha doğru sonuçları alınabileceği hususu kısmen de olsa platformların rekabet hukuku bakımından hukukî niteliğine bağlıdır. Zira platformların acente olarak değerlendirilmesi durumunda genel olarak RKHK'nın 4. maddesinin uygulama alanı bulamayacağı gibi bir sonuca

---

<sup>116</sup> Ezrachi (2015), 508; Sanlı ve Doğan (2022), 16.

<sup>117</sup> Detaylı açıklamalar için bkz. Sanlı ve Doğan (2022), 15.

<sup>118</sup> Nihai Rapor, 430.

<sup>119</sup> Akman (2016), 25 vd.

<sup>120</sup> Adıyaman (2017), 44.



ulaşılması kaçınılmazdır. Çünkü -kural olarak<sup>121</sup>- acente olarak platformlar perakendeciler ile birlikte ekonomik bir bütünlük teşkil edecek ve farklı bir teşebbüs olarak nitelendirilemeyecek ve hükmün uygulanma şartı olan iki farklı teşebbüs arasında bir 'anlaşma'dan söz edilemeyecektir<sup>122</sup>. Buna karşılık platformların acente olmadığı, perakendecilerden bağımsız bir teşebbüs niteliğinde olduğu kabul edildiğinde ise, en az iki teşebbüs söz konusu olduğu için platform lehine tanınan EKM kaydının rekabet hukuku bakımından incelenmesi RKHK'nın 4. maddesi çerçevesinde de yapılabilecektir.

Kurul tarafından verilen *Booking.com Kararı*'nda Booking.com'un konaklama tesislerinin acentesi olup olmadığı hususu ayrıca RKHK'nın 4. maddesinin uygulama alanı bulup bulamayacağı bağlamında tartışılmıştır. Kurul, konaklama tesislerinin Booking.com'un ticari kararlarına herhangi bir etkide bulunmadığı, Booking.com'un kendi faaliyetlerinin ekonomik risklerine katlandığı ve taraflar arasındaki sözleşmeye bakıldığında ilişkinin acentelik olarak nitelendirilmesini sağlayacak herhangi bir hükmün bulunmadığı gerekçeleriyle Booking.com'un konaklama tesislerinin acentesi olmadığı kanaatine ulaşmıştır<sup>123</sup>. Yine yukarıda da ifade edildiği BKartA tarafından, platformların gerçek anlamda acente olmadığı, zira EKM

<sup>121</sup> Acentenin müvekkili namına yaptığı işlerden kaynaklanan ticari ve mali riskleri üzerinde taşıdığı durumlarda acente ve müvekkilin bu şekilde tek bir teşebbüs olarak ele alınması söz konusu olmayacaktır.

<sup>122</sup> Belirtmek gerekir Dikey Anlaşmalara İlişkin Kılavuz'da da belirtildiği üzere, bu sonuca ulaşılması için acentenin yapmış olduğu ya da aracılık ettiği sözleşmeden dolayı herhangi bir ticari ya da ekonomik bir risk almıyor olması gerekmektedir. Bu gibi hâllerde acentenin faaliyetleri müvekkilinin faaliyetlerinin bir parçası olarak kabul edilmektedir. Bkz. Kılavuz, 10.

Bu kapsamda acentenin kendi ticari ve mali risklerinin aldığı durumlarda artık bağımsız olduğu kabul edilir ve yapılan sözleşme RKHK'nın 4. maddesi kapsamına girebilir. Bkz. Kılavuz, 10.

Avrupa Birliği Adalet Divanı tarafından verilen bir kararda da bu husus teyit edilmektedir. İlgili kararda, tarafların farklı kişiler olması gibi şekli hususlar acentenin bağımsızlığı bakımından karar verici nitelikte değildir. Bunun için, pazar içerisindeki faaliyetlerinin değerlendirme altına alınması gerektiği belirtilmiştir. Acente, eğer müvekkili için yaptığı işlemlerin riskini kendisi taşııyorsa ve müvekkilinin yardımcı bir organı imiş gibi hareket ediyorsa, bağımsız bir teşebbüs kimliğini kaybeder. Bu yüzden kilit nokta, acentenin üçüncü kişilerle yapılan işlemlerin ekonomik ve ticari olarak taşıyıp taşımadığıdır. Karar ve ilgili açıklamalar için bkz. Case C-217/05, Confederación Española de Empresarios de Estaciones de Servicio v. Compañía Española de Petróleos SA, 2006 E.C.R. I-12018, 38.

<sup>123</sup> Rekabet Kurulu'nun 05.01.2017 tarih ve 17-01/12-4 sayılı kararı, 276.

kayıtlarının müvekkilden kaynaklı olarak herhangi bir rekabet sınırlaması getirmediği, aksine platformdan kaynaklandığı ifade etmektedir. BKartA ek olarak, platformun reklam yatırımları, oteller ile bağlantı kurmak, websitesi yapmak ve internet sağlayıcıları ile anlaşmalar yapmak gibi kendi finansal ve ekonomik riskini taşıdığını ifade etmektedir. Yine platformun sadece bir müvekkil için değil 250.000 otel için aracılık yaptığını ve bu da ilgili platformun tamamen bağımsız olduğunu gösterdiğini belirtmiştir. Alman doktrinde BKartA'nın bu yaklaşımı desteklenmektedir. Platformların gerçek anlamda acente olarak nitelendirilemeyeceği, zira bir kişinin acente olarak nitelendirilebilmesinin müvekkili tarafından kendisine verilen faaliyetlere ilişkin finansal ve ticari riski taşıyıp taşımadığına bağlı olduğu ifade edilmekte ve platformların ticari ve ekonomik olarak riski üzerlerinde taşıdığı ifade edilmektedir<sup>124</sup>.

Buna karşılık doktrinde *Akman*, BkartA'nın bu yaklaşımını eleştirmektedir. Buna göre ilk olarak bir kişinin acente olarak nitelendirilmesi, rekabete aykırı sınırlandırmayı kimin yaptığına göre belirlenemez<sup>125</sup>. İkinci olarak platformun belirli yatırımlar yapması tek başına rekabet hukuku anlamında bağımsız olduğu sonucunu doğurmaz, zira acentelik mesleğinin zaten bir meslek olarak masrafları ile kendi ekonomik riskleri bulunmakta ve bu masrafları yapılan işi acentelik olmaktan çıkarmamaktadır<sup>126</sup>. Dahası BkartA'nın kararında kıyas için kullanmış olduğu karar ile online platformların durumu tamamen farklıdır. Zira platformların tüketicinin kararını etkilemek noktasında aktif bir rolü ya da fiili bulunmamaktadır. Platformlar salt tüketicinin talebine göre ilgili ürünleri listelemekte, tercih tüketicieye bırakılmaktadır<sup>127</sup>. Yine son olarak Dikey Grup Muafiyeti Düzenlemesi'ne göre, bir kişinin acente olarak nitelendirilmesi kaç kişiye aracılık ettiğine bağlı değildir. Bu görüşe göre, müvekkil adına yapılan veya müzakere edilen sözleşmeyle ilgili olarak, faaliyet alanına yönelik pazara özgü yatırımlarla ilgili olarak ve müvekkil tarafından aynı ürün pazarında üstlenilmesi gereken diğer faaliyetlerle ilgili olarak herhangi bir risk taşımaması veya yalnızca önemsiz riskler taşıması hâlinde, yapılan sözleşme acentelik sözleşmesi olarak nitelendirilecektir<sup>128</sup>. Dolayısıyla, sözleşme

<sup>124</sup> Schuhmacher ve Holzweber in Grabitz/Hilf/Nettesheim (2022), Nr. 905.

<sup>125</sup> Akman (2016), 26.

<sup>126</sup> Akman (2016), 27.

<sup>127</sup> Akman (2016), 28.

<sup>128</sup> Akman (2016), 31. Gelirinin başarısına bağlı olması riskinin veya tesis ya da personele yapılan genel yatırımlar gibi genel olarak acentelik hizmetleri sağlama faaliyetiyle

konusu malların mülkiyetinin acenteye geçmediği veya acentenin sözleşme konusu hizmetleri bizzat yerine getirmediği ve acentenin mal veya hizmet tedarikine ilişkin maliyetlere katkıda bulunmadığı; sözleşme konusu malların stoklanması yükümlülüğü bulunmadığı; aracılık yapılan ürünlerden kaynaklanan zararlar için üçüncü kişilere karşı sorumluluk üstlenilmediği durumlarda, sözleşmenin genellikle acentelik sözleşmesi olarak kabul edilmesi gerektiği ifade edilmektedir<sup>129</sup>. Bu yüzden bu görüş sonuç olarak, rekabet hukuku anlamında platformların gerçek anlamda acente olduğu sonucuna ulaşmaktadır. Zira platformlar, mal veya hizmetleri tekrar satmak üzere perakendeciden satın almaz; ürünlerin fiyatını belirlemez; komisyon al(a)mamak dışında ürünlerin satılmamasına ilişkin herhangi bir risk taşımaz ve en önemlisi platformlar üçüncü kişilerle yapılan satışlar veya sözleşmenin ifasıyla ilgili herhangi bir mali veya ticari risk üstlenmez. Bu kapsamda bu görüşe göre, üçüncü kişi ile platform arasındaki ilişkinin hukuken acentelikten başka bir şekilde açıklanabilmesi mümkün değildir<sup>130</sup>.

Dikey Anlaşmalara İlişkin Kılavuz'da acente için 6762 sayılı Türk Ticaret Kanunu'ndaki tanıma yer verilmiştir. TTK'nın 102. maddesine göre ise; *“Ticari mümessil, ticari vekil, satış memuru veya işletmenin çalışanı gibi işletmeye bağlı bir hukuki konuma sahip olmaksızın, bir sözleşmeye dayanarak, belirli bir yer veya bölge içinde sürekli olarak ticari bir işletmeyi ilgilendiren sözleşmelerde aracılık etmeyi veya bunları o tacir adına yapmayı meslek edinen kimseye acente denir.”* Bu tanımlar çerçevesinde, perakendecilerin tacir olduğu ihtimallerde<sup>131</sup> platformların perakendecinin acentesi olarak kabul edilmesi kanaatimizce mümkündür<sup>132</sup>. Zira acentelik bakımından TTK'da öngörülen unsurlar olan, i) bağımsızlık ve süreklilik, ii)

---

ilgili risklerin bu değerlendirme için önemli değildir olmadığı yönünde ayrıca bkz. Akman (2016), 31.

<sup>129</sup> Akman (2016), 31-32.

<sup>130</sup> Akman (2016), 32-33. Yine Adil Ticaret Ofisi (*Office of Fair Trading*)'nin Booking.com/Expedia/IHG kararında, online seyahat acentelerinin otellerin acentesi olduğu belirtilmiştir<sup>130</sup>. Benzer şekilde İngiliz Rekabet Komisyonu fiyat karşılaştırma sitelerinin aracılık yaptıkları poliçeler üzerinden ücret kazanmaları ve satış bedellerini belirlemedikleri sebepleriyle acente olarak nitelendirmektedir. Bkz. Akman (2016), 27.

<sup>131</sup> Zira tacir yardımcısı olan acenteden bahis için müvekkilin tacir sıfatını haiz olması gerekmektedir.

<sup>132</sup> Benzer yönde detaylı inceleme için bkz. Kadir Baş, “Online Platformların Acentelik Niteliği ve Platformlar Özelinde Türk Ticaret Kanunu'nun Acenteliğe İlişkin Hükümlerinin Uygulanması” in BATİDER, C. XXXIII, Sa. 4, 2017, s. 115-153, 133.

müvekkilin sözleşmelerine aracılık etme ya da bunları müvekkil nam ve hesabına yapmak, iii) meslek edinme unsurlarının tamamı platformlar bakımından da söz konusudur<sup>133</sup>. Dolayısıyla gerek doktrinde ve gerekse Kurul tarafından ifade edilen platformların hukukî niteliğinin acente olmadığı görüşüne katılmak mümkün değildir. Bu anlamda kural olarak gerekli şartları ihtiva etmesi durumunda platformlar ile perakendeci arasında imzalanan platform sağlama sözleşmeleri de TTK'nın 102. maddesi gereğince acentelik sözleşmesidir. Bununla birlikte platformlar ile geleneksel acenteler bakımından ciddi bir farklılığın bulunduğunu da ifade etmek gerekir. Zira geleneksel acentelikte, acente zayıf konumda iken, platformların söz konusu olduğu durumlarda güçlü konumda olan platformdur ve platform hem perakendeci ile arasındaki sözleşmelere hem de perakendeci ile tüketici arasındaki sözleşmelere müdahale etme gücüne sahiptir. Yine geleneksel acentelikte, taraflar arasında güven ilişkisi ve bununla ilintili olarak acentenin tekel hakkı bulunuyorken; platformlar ile perakendeciler arasında ilişkide tekel hakkı bulunmamakta ve taraflar arasındaki ilişkinin sınırlı kalması sebebiyle güven ilişkisi kurulmamaktadır<sup>134</sup>. Dolayısıyla ekonomik olarak platformlar ile geleneksel acenteler birbirleri ile büyük ölçüde farklılaşmaktadır. Ne var ki platformların TTK'nın 102. maddesinde ifade edilen unsurları taşıması sebebiyle, söz konusu bu ekonomik farklılıklar

---

<sup>133</sup> Genel olarak belirli bir yer veya bölgenin acente için tahsisi de acentelik sözleşmesinin unsurlarından biri olarak kabul edilmektedir. Ancak TTK'nın 104. maddesi çerçevesinde tekel hakkı taraflarca kaldırılabilmesi için, hâkim yaklaşım ilgili unsurun acentelik sözleşmesi bakımından zorunlu bir unsur olmadığı kanaatindedir. Bu yönde bkz. Sabih Arkan, Ticari İşletme Hukuku, (Ankara: Banka ve Ticaret Hukuku Araştırma Enstitüsü, 2021), 219; Arslan Kaya, Türk Ticaret Kanunu Şerhi, Birinci Kitap, Ticari İşletme, Yedinci Kısım, Acentelik, (İstanbul: Beta, 2016), 10; Baş, s. 127. Bununla birlikte karşı görüş için bkz. Şaban Kayıhan, Türk Hukukunda Acentelik Sözleşmesi, (Ankara: Seçkin, 2011), 39-40; Kaldı ki unsur olarak kabul edilmesi hâlinde dahi, platform faaliyetlerinin internet ile sınırlı olması sebebiyle, bu şart da sağlanmış olacaktır. Bu yönde bkz. Baş (2017), 133.

Yine ücretin de acentelik sözleşmesinin bir unsuru olup olmadığı doktrinde tartışmalıdır. Bununla birlikte platformlar bakımından zaten perakendeciler tarafından platformlara bir komisyon ödendiği için, ilgili tartışmadan bağımsız olarak bu unsurun da var olduğu kabul edilmelidir. Bununla birlikte taraflar arasında ücret ödenmeyeceği hususunun açıkça kararlaştırıldığı durumlarda, TTK'nın 120. maddesinin 2. fıkrası uyarınca acentelik sözleşmesinden bahsin mümkün olmadığı yönündeki açıklamalar için ayrıca bkz. Baş (2017), 133.

<sup>134</sup> Baş (2017), 135-136.

hukuken platformların farklı bir şekilde nitelendirilmesi sonucunu doğur(a)mamaktadır<sup>135</sup>.

Platformların hukukî niteliklerinin acente olarak nitelendirilmesi yukarıda da ifade edildiği üzere RKHK'nın 4. maddesinin uygulanma alanı bulmasını sorgulanabilir hâle getirmektedir. Bununla birlikte kanaatimizce platformlar özelinde RKHK'nın 4. maddesi yine de uygulama alanı bulabilecektir. Zira daha önce de ifade edildiği üzere, 4. maddenin uygulanmaması için, acente olarak platformlar perakendeciler ile birlikte ekonomik bir bütünlük teşkil etmesi ve farklı bir teşebbüs olarak nitelendirilememesi gerekmektedir. Oysaki her ne kadar platformlar hukuken acente olsa da ekonomik olarak geleneksel acentelerden çok farklı şekillerde yapılanmaktadır. Bunun sonucu olarak platformlar aracılık faaliyetini yürütürken, yaptıkları faaliyetin tüm ticari ve mali riskini kendi üzerlerinde taşımaktadır. Bu da platformları geleneksel acentelerden ayırmakta ve platformların 4. madde çerçevesinde bağımsız birer teşebbüs olduğunu göstermektedir.

## 2. Öğretideki Yaklaşımlar

Platformların gerçek anlamda acente olmadıkları ifade edilen Alman doktrininde, platformlar lehine öngörülen EKM kayıtlarının rekabete aykırılık teşkil edip etmediği sorunu, temel olarak ABİDA'nın 101. maddesi çerçevesinde yapılmaktadır. Ancak belirtmek gerekir bu husustaki görüşlerin birçoğu henüz Komisyon tarafından Yeni Kılavuz ve VBER yayınlanmadan serdedilmiş ve açıklamalar 2010 tarihli Kılavuz'a ve eski VBER'e dayanmaktadır. Bu çerçevede ilk olarak perakendeci ile platform arasındaki ilişkinin dikey bir ilişki olduğu ve eski VBER'in uygulama alanı bulabileceği ifade edilmektedir<sup>136</sup>. Bununla birlikte platform lehine öngörülen kayıtlara ilişkin anlaşmalar bakımından eski VBER anlamında bir grup muafiyetinin

---

<sup>135</sup> Baş (2017), 136. Dolayısıyla platform sağlama sözleşmelerine geleneksel acentelik düşünülerek getirilen hükümlerin uygulanmasının işin niteliğine ve taraf iradelerine aykırı hukukî sonuçlar meydana getireceği yönünde bkz. Baş (2017), 149.

Bu anlamda BKartA'nın da ekonomik farklılıklardan yola çıkarak platformların acente olamayacağı sonucuna ulaşması kanaatimizce hatalıdır.

<sup>136</sup> Schuhmacher ve Holzweber in Grabitz/Hilf/Nettesheim (2022), Nr. 907. Benzer yönde bkz. Friso Bostoen, "Most Favoured Nation Clauses: Towards An Assessment Framework under EU Competition Law", in CoRe 3, 2017, s. 223-236, 228; Akman (2016), 33.

söz konusu olup olamayacağı Alman doktrininde tartışmalıdır<sup>137</sup>. Bir görüşe göre grup muafiyeti uygulama alanı bulamaz, zira platformlar bağlamında yapılan dikey anlaşma ile rekabetin dikey olarak kısıtlanması arasında içsel bir bağlantı bulunmamaktadır<sup>138</sup>. Buna karşılık aksi görüş, VBER'in uygulanması için böyle bir bağlantının gerekli olmadığını belirtmiştir<sup>139</sup>. Bu görüş tarafından aynı zamanda EKM kayıtlarının VBER m. 4/a çerçevesinde sert bir kısıtlama (*hardcore restrictions*) olup olmadığı da tartışılmış<sup>140</sup>; genel olarak platform EKM kayıtlarının VBER'in 4. maddesinin (a) bendi kapsamına girmediği ve dolayısıyla VBER'in uygulanmasına ilişkin koşulların yerine getirilmesi kaydıyla bu anlaşmaların kural olarak muafiyetten faydalanabileceği sonucuna ulaşılmıştır<sup>141</sup>. Bununla birlikte, platformlar bağlamında pazar paylarının hesaplanmasının da muafiyet için genel olarak önemli olduğunun unutulmaması gerektiği belirtilmektedir<sup>142</sup>. Yine Alman doktrinde bir görüş, platform EKM kayıtlarına ilişkin olarak, VBER bağlamında şekilci bir şekilde değerlendirilme yapılmasının, bu olgunun karmaşık rekabetçi doğasını yeterince dikkate almadığını ifade etmiştir<sup>143</sup>.

İngiliz hukukunda temel olarak platform EKM kayıtlarının rekabet hukuku bakımından incelenmesi esnasında başvuru hükmünün ABİDA'nın 101. maddesi olduğu görülmekle birlikte, doktrinde bir görüş, platform EKM kayıtları açısından uygun olan hükmün ABİDA'nın 102. maddesi olduğunu belirtmektedir<sup>144</sup>. Bu görüşün gerekçeleri ise şu şekilde sıralanabilir: İlk olarak platformların acente olup olmadıklarına ilişkin tartışma, ABİDA'nın 102.

---

<sup>137</sup> Uygulanabileceği yönünde bkz. Steffen Nolte in Bunte Kartellrecht Kommentar, (München: Luchterhand, 2021), AEUV Nach Art. 101 Nr. 818; Anne Caroline Wegner ve Sven Leif Erik Johanssen in Kölner Kommentar zum Kartellrecht, (Köln: Carl Heymanns Verlag, 2013), Vertikal-GVO Art. 4 Nr. 15; uygulanabilirliğe şüpheli bakan için bkz. Wolfgang Kirchhoff in Wiedemann Handbuch des Kartellrecht, (München: C.H. Beck, 2020), § 12 Nr. 8; uygulanamayacağı yönünde bkz Fiebig (2013), 825.

<sup>138</sup> Fiebig (2013), 825; karşı görüş için bkz Tamke (2015), 600.

<sup>139</sup> Schuhmacher ve Holzweber in Grabitz/Hilf/Nettesheim (2022), Nr. 907.

<sup>140</sup> Kurth (2003), 33 vd.; platformlara odaklanan için bkz. Zimmer ve Blaschczok (2014), 187; Schuhmacher ve Holzweber in Grabitz/Hilf/Nettesheim (2022), Nr. 907.

<sup>141</sup> Soyez (2014), 449; Schuhmacher ve Holzweber in Grabitz/Hilf/Nettesheim (2022), Nr. 907; karşı görüş için bkz. Fiebig (2013), 825; gerçek ve gerçek olmayan EKM kayıtları bakımından ayırım için bkz Tamke (2015), 602-603.

<sup>142</sup> Schuhmacher ve Holzweber in Grabitz/Hilf/Nettesheim (2022), Nr. 907.

<sup>143</sup> Schuhmacher ve Holzweber in Grabitz/Hilf/Nettesheim (2022), Nr. 908.

<sup>144</sup> Akman (2016), 43.

maddesi uygulandığında aşılacaktır. Zira ilgili hükmün uygulanabilmesi açısından “iki teşebbüsün” bulunması zorunluluğu bulunmamaktadır. İkinci olarak 102. madde çerçevesinde yapılacak bir inceleme, tartışmanın odak noktasını pazar gücünün varlığı ve kullanılması şeklinde değiştirmektedir. Bu görüş sonuç olarak, platform EKM kayıtlarının değerlendirilmesi bakımından 102. maddesinde düzenleme altına alınan hâkim durumun kötüye kullanılması yasağının daha uygun yasal araçlar sağladığını ve hukuken daha yerinde bir hüküm olduğunu belirtmektedir<sup>145</sup>.

Yukarıda ifade edildiği üzere Komisyon tarafından kabul edilen VBER ve Yeni Kılavuz’da da platform EKM kayıtlarının rekabet hukuku açısından mercek altına alınırken dikkate alınan hüküm olarak ABİDA’nın 101. maddesi tercih edilmiştir.

Türk doktrininde ilgili soruna ilişkin olarak açıkça bir tercih yapılmış olduğu tespit edilmemiş olup, genel olarak üye ülkelerin rekabet otoriteleri tarafından yapılan soruşturmalar, 101. maddenin Türk hukukundaki karşılığı olan RKHK’nın 4. maddesi dikkate alınarak incelemeler yapılmıştır<sup>146</sup>.

### **3. Rekabet Kurulu’nun Platform EKM Kayıtlarına İlişkin Vermiş Olduğu Kararlardaki Yaklaşımı**

Rekabet Kurulu (Kurul) tarafından yapılan soruşturmalar ve verilen kararlarda tespit edilebildiği kadarıyla hem teşebbüsler arası rekabete aykırı anlaşmaların yasaklandığı RKHK’nın 4. maddesi çerçevesinde hem de hâkim teşebbüsün hâkim durumunu kötüye kullanmasının yasaklandığı RKHK’nın 6. maddesi bakımından değerlendirmelere yapılmıştır. Her ne kadar Kurul’un çalışma konusuna ilişkin olarak çok fazla kararı bulunmasa da<sup>147</sup>, hem güncel olması hem AB çevrelerinde platformlar bakımından para cezası yaptırımının uygulandığı ilk kararlar olması<sup>148</sup> hem de incelemenin hangi hüküm çerçevesinde yapıldığı bağlamında iki ayrı kararda iki farklı kanun hükmünün

<sup>145</sup> Akman (2016), 53.

<sup>146</sup> Ardıyok (2021), 5-6; Adıyaman (2017), 42 vd.; Sanlı ve Doğan (2022), 19.

<sup>147</sup> Kurul tarafından Türkiye’de ilk EKM kayıtlarına ilişkin incelemenin Sony/Arçelik kararı olduğu ifade edilmektedir. Karar için bkz. Rekabet Kurulu’nun 08.12.2010 tarih ve 10-76/1572-605 sayılı kararı.

<sup>148</sup> Bunun sebebi olarak Türkiye’de 4. ve 6. maddelerin uygulanmalarına yönelik bir taahhüt mekanizmasının bulunmaması gösterilmektedir. Bu yönde bkz. Ardıyok (2021), 4.

uygulanması sebepleriyle, *Booking.com* ve *Yemek Sepeti* kararları incelenecektir.

#### a. Rekabet Kurulu'nun Yemek Sepeti Kararı

Karara konu olayda *Yemek Sepeti* 2005 yılından bu yana, üye restoranlara, “*kendi işyerindeki liste fiyatları, dönem dönem uyguladığı kampanyalar, telefonla sipariş veren müşterilere sunduğu paket servis ürün fiyatları ve yine paket servisinde geçerli tüm ödeme şekilleri*” gibi konularda *Yemek Sepeti*'ne de aynı uygulamalarda bulunma yükümlülüğü getirmekte ve buna uymayan restoranın üyeliği süreli olarak askıya alınmakta, “ihlalin” devamı veya restoranın ürün fiyatlarını fazla bildirdiğinin tespiti halinde sözleşme feshedil(ebil)mektedir. 2014 yılı sonrasında ise, restoranlara getirilen yükümlülüğün kapsamı interaktif televizyon, internet sitesi, telefonla sipariş alma, facebook, twitter gibi farklı mecralar ve benzeri her tür kanala genişletilmiştir<sup>149</sup>.

Kurul söz konusu kararda değerlendirmeyi RKHK'nın 6. maddesi çerçevesinde yapmış ve *Yemek Sepeti* ile restoranlar arasındaki sözleşmelerde yer alan geniş EKM kayıtlarının rekabete aykırı olduğu sonucuna varmıştır. Bu sonuca ulaşırken ilk olarak, pazara ilk giren olması sebebiyle platformların sağlamış olduğu ağ etkisiyle birlikte, *Yemek Sepeti*'nin ilgili pazarda hâkim konumda olduğu tespit edilmiştir. Bununla birlikte ihlal kararı verilirken taraflar arasındaki sözleşmelerde yer alan geniş EKM kaydına ek olarak, *Yemek Sepeti* tarafından gösterilen agresif tavır/takiple ilgili koşulların restoranlara dayatıldığı gösterilmiştir<sup>150</sup>. Kurul, geniş EKM kaydı sebebiyle rakiplerin pazara giremediği, girseler dahi pazarda uzun süre kalamadığı, *Yemek Sepeti*'nin sahip olduğu ağ etkileri ile birlikte dışlayıcı etkiler doğurduğu sonuçlarını ulaştırmıştır<sup>151</sup>. Bununla birlikte Kurul dar EKM kayıtlarının ise rekabete aykırılık teşkil etmediği ve bu

<sup>149</sup> Rekabet Kurulu'nun 09.06.2016 tarih ve 16-20/347-156 sayılı kararı.

<sup>150</sup> Rekabet Kurulu'nun 09.06.2016 tarih ve 16-20/347-156 sayılı kararı, 166. İlgili karar doktrinde bir görüş tarafından üç noktada eleştirilmiştir. İlk olarak, Kurul'un kararda iki taraflı pazarın yapısını da dikkate alarak doğru bir pazar belirlemesi yapmadığı ifade edilmiştir. İkinci olarak, Kurul'un dışlayıcı etkiyi ampirik bir şekilde ortaya koyamadığını ve bu anlamda dışlayıcı etkinin kaynağının geniş EKM kaydı mı yoksa platformun ağ etkisi mi olduğu tespit edilmediği belirtilmiştir. Son olarak da AB uygulamalarının aksine para cezası öngörülmesinin yerinde olmadığı ifade edilmiştir. Köksal ve Ardiyok (2018), 123.

<sup>151</sup> Rekabet Kurulu'nun 09.06.2016 tarih ve 16-20/347-156 sayılı kararı 161.



bağlamda taraflar arasında yer alan sözleşmelerden çıkarılmasına gerek olmadığı kanaatine ulaşmıştır<sup>152</sup>.

### **b. Rekabet Kurulu'nun Booking.com Kararı**

Kurul'un *Booking.com Kararı*'nda ise, çalışmada ele alınan soruna değinilmekte ve platform EKM kayıtlarının öngörüldüğü durumlarda RKHK'nın 4. ve 6. maddelerinin kümülatif bir şekilde gündeme gelebileceği değerlendirilmiştir<sup>153</sup>. Kurul tarafından verilen kararda, EKM kayıtlarına ilişkin potansiyel anti-rekabetçi etkilerin teşebbüsün sahip olduğu pazar gücü ile doğru orantılı olduğu ve bu türden kayıtlara yönelik yapılan değerlendirmelerde, münhasır anlaşmalarda da olduğu gibi, hangi kanun maddesi çerçevesinde ele alınırsa alınsın benzer değerlendirmelerin yapıldığı, yapılan değerlendirmelerin, her koşulda, temelde uygulamanın rakiplerin pazara erişimini, fiyat katılığına yol açarak marka içi ve markalararası rekabeti kısıtlayıp kısıtlamadığına odaklandığı belirtilerek, Booking.com lehine öngörülen EKM kayıtları 4. madde kapsamında değerlendirilmiştir<sup>154</sup>.

Karara konu olayda, konaklama tesislerinin, alacakları tüm doğrudan rezervasyonlardaki fiyatlar veya aracılık hizmeti sunan tüm teşebbüslere verdikleri perakende fiyatlar ile karşılaştırıldığında Booking.com'a her zaman aynı veya daha iyi tahdit ve koşullar sunmaları gerektiği anlaşılmaktadır. Buna ek olarak, aynı sözleşmelerde, "En İyi Fiyat Garantisi"nin tanımı yapılmış olup ilgili tanımdan konaklama tesislerinin Booking.com'a eşdeğer bir odaya ait daha iyi bir fiyatın internette bulunmayacağı yönünde taahhüt verdikleri anlaşılmakta ve tüketiciler tarafından aksi bir durumun tespit edilmesi ve Booking.com'a iletilmesi hâlinde, konaklama tesisi iki fiyat arasındaki farkı konuğa ödemek ve platformdaki fiyatları taahhüde uygun hale getirmek ile yükümlüdür<sup>155</sup>.

<sup>152</sup> Rekabet Kurulu'nun 09.06.2016 tarih ve 16-20/347-156 sayılı kararı 170.

<sup>153</sup> Rekabet Kurulu'nun 05.01.2017 tarih ve 17-01/12-4 sayılı kararı.

<sup>154</sup> Rekabet Kurulu'nun 05.01.2017 tarih ve 17-01/12-4 sayılı kararı, 272.

<sup>155</sup> Rekabet Kurulu'nun 05.01.2017 tarih ve 17-01/12-4 sayılı kararı, 281. Sözleşmenin 7.2. maddesinde ise, ilgili hükümlere uymamanın yaptırımını düzenlenmiş ve sözleşme tarafının, diğer tarafın sözleşme koşullarından herhangi birini (örneğin ödemede gecikme, ödeme aczi, kur parite garantisinin ihlali, yanlış bilgi verilmesi veya konuklardan önemli boyutlarda şikâyet gelmesi) maddi anlamda ihlal etmesi durumunda, ihlal bildirimini yapması gerekmeksizin sözleşmenin derhal geçerli olabilecek şekilde feshedilebileceği ve konaklama tesisinin platformlar üzerinden kaldırmabileceği veya diğer tarafla ilgili olarak askıya alınabileceği belirtilmektedir.

Kurul, Booking.com lehine öngörülen dar ve geniş EKM kayıtları bakımından muafiyet incelemesi yapmış ve Booking.com'un pazar payının %40'tan fazla olması sebebiyle, grup muafiyetinden faydalanamayacağına kanaat getirerek bireysel muafiyet incelemesi yapmıştır. Geniş EKM kaydı bakımından yapmış olduğu muafiyet incelemesinde, ilgili hükümlerin sağlayacağı bedavacılık problemine çözüm anlamında potansiyel etkinliklerin sınırlı düzeyde olduğuna ve bu faydanın dar EKM kayıtları ile de sağlanabileceğini kanaat getirmiştir. Yine geniş EKM kayıtlarının konaklama tesislerinin etkinlik yaratıcı şekilde tüketici talebine göre düzenlenmiş fiyat farklılaştırması yapması imkânını elinden aldığını ve konaklama tesislerinin rakip platformlara daha düşük fiyat verme güdüsünü zayıfladığını ifade ederek RKHK'nın 5. maddesi kapsamında bireysel muafiyet tanınmayacağı değerlendirilmiştir. Kurul tarafından dar EKM kayıtları bakımından yapılan değerlendirmede ise, dar EKM kayıtlarının da rekabete olumsuz etkileri vurgulanarak<sup>156</sup>, ilgili kayıtların da 4. madde çerçevesinde değerlendirilmesi gerektiği ifade edilmiş; fakat bireysel muafiyet için yapılan inceleme sonucunda, dar EKM kayıtlarının muafiyete mazhar olabileceği sonucuna ulaşılmıştır. Buna göre dar EKM kayıtlarının etkileri olan, bedavacılığın

---

<sup>156</sup> Dar EKM kayıtlarının da geniş EKM kayıtlarında olduğu gibi fiyat farklılaştırmasını bütünüyle engeller nitelikte olmamakla birlikte yine de konaklama tesislerinin perakende seviyede sunacağı fiyata ilişkin bir kısıtlama getirdiği ve fiyatlamaya bağımsızlığını etkilediği belirtilmiştir. Dar EKM kayıtları, konaklama tesisinin kendi internet sitesindeki oda fiyatının Bookingcom'a verileden daha düşük olmasını engellemekte olup konaklama tesisinin rakip bir platforma verdiği daha düşük fiyatı kendi internet sitesinden de sunabilmesi, ancak bookingcom'a da aynı düşük fiyatı vermesi halinde mümkün olacaktır. Dolayısıyla dar EKM kaydı altında hâlen, konaklama tesislerinin, kendi internet sitelerini dezavantajlı konuma getirmenin bedeline katlanmak şeklinde, pratikte rakip platformlara daha düşük fiyat verme güdülerini zayıflatıcı bir etki mevcut olacaktır. Bu zayıflatıcı etki, dar EKM hükümlerinin hiç bulunmadığı duruma kıyasla, çevrimiçi konaklama rezervasyonu platformu hizmetleri pazarında Bookingcom'un üzerinde komisyon oranlarını düşürme yönünde rekabetçi baskıyı ve potansiyel rakiplerin etkin giriş yapma imkânlarını azaltıcı bir etkiyi beraberinde getirdiği belirtilmiştir. Yine dar EKM hükümlerinin, konaklama tesisleri arasındaki fiyat rekabetine ilişkin olarak da konaklama tesislerinin sahip olabileceği ilave bir fiyat düşürme motivasyonunu ortadan kaldırmaktadır. Dar EKM hükümlerinin hiç olmadığı durumda, konaklama tesisleri, çevrimiçi platformlara verdiklerinden daha düşük fiyatları kendi çevrimiçi kanallarına sunma güdüsüne sahip olabilecektir. Dolayısıyla dar EKM kayıtlarının, geniş EKM kayıtlarına kıyasla rekabeti daha az sınırlayıcı olmakla birlikte, hiç var olmadığı duruma kıyasla rekabet üzerinde hissedilir bir kısıt yaratmaya devam edecek nitelikte olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bkz. 330-332.

önlenmesi ve platformların yatırım yapma güdüsünün korunması sayesinde tüketicilere sunulan hizmetler bakımından platformlar arası kalite rekabetine katkıda bulunabileceği ifade edilmektedir<sup>157</sup>. Bununla birlikte Kurul tarafından ilgili hükümlerin rekabeti azaltıp azaltmadığı tespit edilirken, dar EKM kaydının kapsamında konaklama tesislerinin yalnızca çevrimiçi kanalları olması da vurgulanmıştır. Çevrimiçi platformlarda sunulan hizmet için doğrudan bir bedel ödemeyen tüketicinin, anında onaylanan rezervasyonun kolaylığından vazgeçip diğer kanallardan rezervasyon yapmaya çalışmayı tercih etmesi hâlinde daha düşük fiyat ve daha iyi koşullara ulaşabilme imkânı korunmuş olacağı vurgulanarak, konaklama tesislerinin perakende fiyatlarda farklılaşmaya gidebilmelerinin mümkün olacağı belirtilmiş ve dar EKM kayıtları bakımından 5 yıllık bireysel muafiyet tanınmıştır<sup>158</sup>.

#### **4. Rekabet Kurulu ile Öğretideki Yaklaşımlar Çerçevesinde Değerlendirmelerimiz**

Yukarıda ifade edilenlerden anlaşılacağı üzere, platform EKM kayıtları bakımının anti-rekabetçi etkilerinin tespiti sırasında uygulama alanı bulabileceği ifade edilen hükümler, RKHK'nın 4 ve 6. maddeleridir. İlk olarak ifade etmek gerekir ki ilgili kayıtlar özünde bir dikey sınırlandırmayı barındırdığı için<sup>159</sup>, akla doğal olarak 4. madde gelmektedir. Nitekim AB uygulamasında da ilgili maddenin karşılığı çerçevesinde incelemeler ve değerlendirmeler yapılmaktadır. Yine Kurul tarafından verilen Booking.com Kararı'nda da soruşturma bu madde çerçevesinde yürütülmüştür. Ancak soruşturmalar teşebbüsler arasında rekabeti kısıtlayan anlaşma ve uyumlu eylemlere ilişkin madde kapsamında yapılmasına rağmen, yaptırımların muhatabının yalnızca "iki taraflı" "anlaşma"ların taraflarından biri olması kanaatimizce kanun sistemiyle uyumlu değildir. Bu anlamda soruşturmalar sonucunda yaptırımların muhatabın aynı zamanda anlaşmanın ya da uyumlu eylemin diğer tarafının da olması gerekmektedir<sup>160</sup>. Bu durum, ilgili anlaşmanın ya da uyumlu eylemin zorunlu sonucudur. Bu anlamda Kurul'un Booking.com Kararı'nda her ne kadar RKHK'nın 6. maddesinin de uygulama alanı bulabileceği ifade edilmiş olsa bile, neden soruşturmanın bu kapsamda yürütülmediğine ilişkin herhangi bir açıklama yer almamaktadır.

<sup>157</sup> Rekabet Kurulu'nun 05.01.2017 tarih ve 17-01/12-4 sayılı kararı, 336.

<sup>158</sup> Rekabet Kurulu'nun 05.01.2017 tarih ve 17-01/12-4 sayılı kararı, 341.

<sup>159</sup> Sanlı ve Doğan (2022), 19.

<sup>160</sup> Benzer yönde bkz. Akman (2016), 35-37.

Yine soruşturma sonucunda geniş EKM kayıtlarının rekabete aykırı olduğu sonucuna ulaşılmış olmasına rağmen, yalnızca anlaşmanın taraflarından biri olan Booking.com açısından idari para cezası öngörülmüştür. Bununla birlikte hem AB uygulamasında hem de Kurul tarafından yukarıda incelenen iki kararda da görüleceği üzere, lehine EKM kaydı öngörülen platformun pazar payından yola çıkılarak etkinlik değerlendirilmesi yapılmış ve pazar payının yüksek olduğu durumlarda bu tür kayıtların anti-rekabetçi etkileri ortaya konmuştur. Bu da aslında RKHK'nın 6. maddesinin de değerlendirme yaparken uygun bir araç olabileceğini gündeme getirmektedir. Her ne kadar ilgili hükmün uygulama alanı bulması bakımından ön şart, hâkim durumun bulunması olsa da, incelenen vakalardan da görüleceği üzere, anti-rekabetçi etki bakımından çoğu zaman bu şart karşılanmakta ve lehine EKM kaydı öngörülen platform pazarda hakim durumda bulunmaktadır.

Bu kapsamda Kurul'un yaklaşımının AB uygulamaları ile karşılaştırıldığında daha uygun olduğunu ifade etmek gerekir. Zira Kurul tarafından EKM kaydının olduğu durumlarda hem 4. maddeye hem de 6. maddeye dayanarak kararlar tesis edilmiştir<sup>161</sup>. Bu çerçevede muafiyet değerlendirilmesi yapılırken 4. ve 5. madde çerçevesinde incelemelerin yapılması zorunlu olmakla birlikte, platformun hâkim durumda olduğu hâllerde rekabete aykırılık değerlendirmesinin 6. madde de dikkate alınarak yapılması kanaatimizce daha yerinde olacaktır. Zira 4. madde çerçevesinde yapılan bir inceleme sonucunda yalnızca taraflardan birine yaptırım uygulanması kanun sistematığı açısından bir anomali teşkil etmektedir. Bu yönüyle Kurul tarafından verilen Booking.com Kararı eleştiriye açıktır. Buna karşılık 6. madde bakımından yapılacak olan bir inceleme sonucunda, tek bir tarafa yaptırım uygulanması sistematığe tamamen uygun olacaktır ve Kurul'un Yemek Sepeti Kararı bu itibarla daha yerindedir. Bununla birlikte soruşturma tarafının hâkim teşebbüs niteliğinde olmadığı durumlarda soruşturmanın yine 4. madde çerçevesinde yapılması mümkün olmakla birlikte, soruşturma sonucunda bir yaptırıma karar verilirse, yaptırımın muhatabının kanun sistematığına uygun olarak anlaşma veya uyumlu eylemin her iki tarafının da olması gerekmektedir.

---

<sup>161</sup> Doktrinde bir görüş, Kurul'un yaklaşımının bu noktada AB uygulamaları ile benzer olduğunu ifade etmiş olsa da, daha önce de belirtildiği üzere, AB uygulamalarında incelemeler ABİDA'nın 101. maddesi (4. madde) çerçevesinde gerçekleştirilmiştir. Bkz. Ardyok (2021), 4. Bu yönde ayrıca bkz. Akman (2016), 52-53.

Platformlar bakımından yapılacak olan grup muafiyeti incelemesi bakımından da aynı zamanda ilgili ürün pazarının ne şekilde belirlenmiş olduğu da önem arz etmektedir. Zira 2002/2 sayılı Tebliğ bakımından bir inceleme yapılırken anlaşma taraflarının tedarik zincirinin farklı seviyelerinde bulunması ve anlaşmanın ürünlerin alımı, satımı ya da yeniden satımına ilişkin olması gerekmektedir<sup>162</sup>. İlk olarak platform EKM kayıtlarının bulunduğu durumlarda tarafların tedarik zincirinin farklı seviyelerinde bulunduğunu ortaya koymak gerekir. Bununla birlikte, ilgili ürün pazarı platformun aracılık yaptığı ürüne ilişkin olarak belirlendiğinde, örneğin konaklama, oteller perakendeci olacak iken; müşteriler alıcı olacaktır ve platform ilgili ürünlerin alım ya da satımını veya yeniden satımını gerçekleştirmeyecek, yalnızca komisyon karşılığında aracılık hizmeti sunacaktır. Dolayısıyla pazarın ürüne göre belirlendiği hâllerde bizim de katıldığımız görüşe göre, her ne kadar platform ve perakendeci arasındaki EKM kaydını da içeren anlaşmalar kural olarak dikey anlaşma niteliğinde olsa da, ürünlerin alımı, satımı ya da yeniden satımına ilişkin olmadığı için 2002/2 sayılı Tebliğ'de öngörülen grup muafiyetinden faydalanması mümkün değildir<sup>163</sup>. Buna karşılık ilgili ürün pazarı platform hizmetlerine yönelik olarak belirlendiğinde bu pazar bakımından, platformlar sağlayıcı; perakendeciler (sağlayıcı) ise alıcı konumundadır. Bu açıdan bakıldığında perakendeciler platform hizmetinin alıcısı oldukları için ve platform ve perakendeci arasındaki EKM kaydını içeren anlaşmalar da ürünlerin alımı, satımı ya da yeniden satımına ilişkin olacağı için, 2002/2 sayılı Tebliğ'de öngörülen grup muafiyetinden faydalanması bu sefer mümkündür<sup>164</sup>.

#### **D. Platform EKM Kayıtlarına İlişkin Düzenleme Yapma Gerekliliği**

Doktrinde bir görüş tarafından dijitalleşme ile belirli alanlarda sorunlar ortaya çıksa bile, dijitalleşmenin rekabet hukuku anlamında temel bir düzenleme ihtiyacını tetiklemediğini ve bu yüzden mevcut rekabet ivmesinin iyi düşünülmemiş kurullarla kısıtlanmamasına veya boğulmamasına dikkat edilmesi gerektiği belirtilmektedir. Bu anlamda özellikle etki şekilleri henüz tam olarak anlaşılmayan platform EKM kayıtlarına yönelik bir düzenlemeye gerek bulunmadığı ifade edilmektedir<sup>165</sup>. Bir başka görüş tarafından ise -Türk

---

<sup>162</sup> Adıyaman (2017), 43.

<sup>163</sup> Adıyaman (2017), 43-44.

<sup>164</sup> Adıyaman (2017), 44.

<sup>165</sup> Ritz (2017), 160-161.

hukuku özelinde- Dikey Kılavuz'da EKM kayıtlarına ilişkin bilgilere yer verilmesi gerektiği ve bu sayede paydaşlar bakımından belirliliğin ve işlem maliyetinin azalmasının sağlanacağı ifade edilmektedir<sup>166</sup>. Nitekim 30.03.2018 tarihinde Rekabet Kurumunun internet sitesinde yayımlanan Dikey Anlaşmalara İlişkin Kılavuz'da EKM kayıtlarının dikey ilişkiler bakımından değerlendirilmesine ilişkin açıklamalara yer verilmiştir. Kılavuz'un 223. ve devamı paragraflarında yazar tarafından tavsiye edildiği ölçüde olmasa da EKM kayıtlarına ilişkin bilgilere yer verilmiş ve EKM uygulamalarına karşın rekabet hukuku bağlamında nasıl yaklaşılması gerektiğine ilişkin bilgiler verilmiştir. Ek olarak, Kılavuz'un yayımlanmasından sonra Rekabet Kurumu tarafından paylaşılan Nihai Rapor'da da, platform EKM kayıtlarına ilişkin hususların ikincil mevzuatta değişiklik yapılması suretiyle netleştirilmesi gerektiği ifade edilmektedir<sup>167</sup>. Yine Alman doktrininde de yeni Tüzük ve VBER öncesinde dile getirilen bir görüş, platformlar lehine öngörülen EKM kayıtlarının yaygın olması ve rekabetçi etkilerinin belirsizliği nedenleriyle, tüzüğün bu sorunların açıklığa kavuşturulması amacıyla revize edilmesi gerektiğini ifade etmiştir<sup>168</sup>.

Bununla birlikte yukarıda ifade edildiği üzere, Komisyon tarafından 10 Mayıs 2022 tarihinde Yeni Dikey Kılavuz ile birlikte Yeni Dikey Grup Muafiyeti Düzenlemeleri getirilmiş ve söz konusu düzenlemelerde Komisyon EKM kayıtlarına ilişkin özel bir hükmün getirilmesi gerektiği kanaatine ulaşmıştır. Bunun sonucunda platformlar lehine öngörülen geniş EKM kayıtlarının muafiyet kapsamı dışında olacağı gibi Türk hukukunda henüz kabul edilmeyen yeni bir düzenleme getirilmiştir. İlgili düzenlemenin mevzuatsal uyum sebebiyle Türk hukukuna etkisinin olabileceği açıktır. Bu anlamda 2002/2 sayılı Tebliğ'de de benzer şekilde değişiklik yapılması ve bununla bağlantılı olarak Kılavuz'un da düzenlenmesi gündeme gelebilecektir.

Platform EKM kayıtlarına ilişkin yukarıda yer verilen teorik bilgiler ve yapılan ampirik çalışmalar neticesinde kanaatimizce Türk hukukunda da AB mevzuatında meydana gelen değişikliklere benzer değişikliklerin yapılması gerekmektedir. Bu şekilde bir düzenleme, yaygın şekilde kullanılan EKM kayıtları açısından piyasaların ihtiyaç duyduğu hukukî belirliliğin sağlanması bakımından elzemdir. Bu anlamda 2002/2 Tebliğ'in 4. maddesinde yapılacak

---

<sup>166</sup> Adıyaman (2017), 50.

<sup>167</sup> Nihai Rapor, 448.

<sup>168</sup> Schuhmacher ve Holzweber in Grabitz/Hilf/Nettesheim (2022), Nr. 908.

değişiklikle, anti-rekabetçi etkilerinin çok yoğun olduğu açık olan platform geniş EKM kayıtlarının sert sınırlamalar çerçevesine ele alınıp, grup muafiyetinden yararlanmasının mümkün olmadığı kabul edilmesi gerekmektedir. Tebliğ’de yapılacak bir değişiklik sonucunda, Kılavuz’un da VBER gibi değiştirilerek, geniş EKM kayıtlarına ilişkin daha somut ve belirli açıklamalara yer verilmesi kanaatimizce yerinde olacaktır. Bununla birlikte RKHK’nın 5. maddesinde yer alan şartları ihtiva eden platform geniş EKM kayıtlarının bireysel muafiyetten yararlanabileceği ise kabul edilmelidir. İlgili geniş EKM kayıtları bakımından bireysel muafiyet incelemesi yapılırken lehine EKM kaydı öngörülen platformun pazar payına, EKM kaydı ile yükümlülük altına giren perakendecilerin oranına, perakendecilerin ve son kullanıcıların kullandığı rakip platform sayısı, platform pazarına giriş engelinin var olup olmadığı, perakendecilerin kendi satış kanallarının etkililiği ve perakendecilerin mal veya hizmetlerini lehtar platformdan ne ölçüde kaldırabilecekleri, pazarın yapısına, tarafların pazarlık yapabilmeye güçlerine ve öngörülen hükmün niteliği ile kaleme alınmış şekillerine bakılarak ilgili kaydın muhtemel rekabet yanlısı ve rekabet karşıtı etkilerine dair bir değerlendirme yapılması gerekmektedir.

Rekabet bakımından etkinlik yaratması daha muhtemel olan dar EKM kayıtları bakımından ise kural olarak yeni bir düzenlemeye ihtiyaç bulunmamaktadır. Yani ilgili kayıtların mevcut düzende olduğu gibi grup muafiyetinden kural olarak yararlanabilmesi gerekmektedir. Zira belirtildiği üzere, dar EKM kayıtları tarafından yapılan sınırlamalar daha az şiddetli ve bu kayıtların etkinlikleri daha baskındır. Buna karşılık etkinlik yaratmayan dar EKM kayıtları bakımından grup muafiyetinin geri alınması gündeme gelebilir. Bu durum özellikle bedavacılık riskinin sınırlı olduğu ya da etkinlik için dar EKM kayıtları dışında başvurulabilecek başka araçların bulunduğu piyasalar bakımından gündeme gelebilir<sup>169</sup>. Yine pazardaki konumu önemli olan platformlar lehine öngörülen dar EKM kayıtları açısından da Tebliğ’in 6. maddesi çerçevesinde muafiyetin geri alınması muhtemel kabul edilebilecektir<sup>170</sup>. Dar EKM kayıtları bakımından, ilgili kayıttan yararlanan

<sup>169</sup> Dar EKM kaydı bakımından etkinliğin bulunmadığı hâllerde, özellikle VBER’de de ifade edildiği üzere dar EKM kayıtlarının ilgili pazardaki en büyük üç platform tarafından uygulandığı ve bu platformların toplam pazar payının %50’yi aştığı durumlarda grup muafiyetinin geri alınması muhtemeldir. Bkz. AB Dikey Kılavuz 2022, 374.

<sup>170</sup> Nitekim Nihai Rapor’da, geçit bekçisi konumundaki platformlar açısından kabul edilen dar EKM kayıtlarının geniş EKM kayıtları ile aynı şekilde değerlendirilmesi sonucuna ulaşılmıştır. Nihai Rapor, 448.

platformun pazar payının %30'un üzerinde olduğu durumlarda veya ilgili EKM kaydının yeniden satış fiyatının tespitine yol açabileceği durumlarda artık bireysel muafiyet incelemesinin yapılması gerekmektedir. Bu inceleme yapılırken de yukarıda olması gereken hukuk bakımından (*de lege ferenda*) ifade edilen ve geniş EKM kayıtları için yapılacak bireysel muafiyet incelemelerinde kullanılacak değerlendirme kriterlerine başvurulmalıdır.

## V. Sonuç

Dar ve geniş EKM kayıtları rekabet hukuku bakımından perakendecilerin fiyat (kararlaştırıldıysa diğer unsurlar) belirleme özgürlüğü bakımından bir sınırlama getirmekle birlikte söz konusu sınırlama, amaç bakımından bir sınırlama değil, etki bakımından bir sınırlamadır. Bununla birlikte etkinlik değerlendirilmesi yapıldığında geniş EKM kayıtlarının anti-rekabetçi etkileri çoğu durumda etkinliklerine göre daha ön planda iken; dar EKM kayıtlarının rekabetçi yanları daha baskındır. Ancak yine de dar EKM kayıtlarına da temkinli yaklaşılması gerekmekte; pazara ve piyasaya bağlı olarak ilgili kayıtların da etkinliklerinin azalma ihtimali bulunmaktadır.

Platform EKM kayıtlarının RKHK'nın hangi hükmü çerçevesinde değerlendirilmesi gerektiği sorununa ilişkin olarak, ön sorun olarak platformların hukukî niteliğinin tespit edilmesi gerekmiş ve platformların hukuken acente niteliğinde olduğu sonucuna varılmıştır. Bununla birlikte ticari ve mali olarak perakendecilerden bağımsız olarak hareket etmeleri sebebiyle rekabet hukuku anlamında bağımsız bir teşebbüs niteliğini ihtiva ettikleri ve bu yüzden 4. maddenin uygulama alanı bulabileceği kanaatine varılmıştır. Platform EKM kayıtları açısından hem 4. maddenin hem de 6. maddeye göre değerlendirme yapılmasının mümkün olduğu, bununla birlikte 4. madde çerçevesinde değerlendirme yapılırken yaptırımın muhatabının rekabeti bozucu anlaşmanın her iki tarafı da olması gerekmektedir. Hâkim durumun bulunduğu hâllerde tek tarafa yaptırım uygulanması için uygun araç ise 6. maddedir.

VBER'in değişmesine paralel olarak 2002/2 sayılı Tebliğ ve Kılavuz'un da değişmesi gerekmektedir. Bu anlamda anti-rekabetçi etkileri tüm paydaşlar tarafından kabul edilen geniş EKM kayıtlarının güvenli limandan çıkarılarak sert sınırlamalar kapsamına alınması gerekmekte ve grup muafiyetinden faydalanması imkânı ortadan kaldırılmalıdır. Geniş EKM kayıtları bakımından bireysel muafiyet değerlendirilmesi yapılırken de platformun pazar payına, EKM kaydı ile yükümlülük altına giren perakendecilerin



oranına, perakendecilerin ve son kullanıcıların kullandığı rakip platform sayısı, platform pazarına giriş engelinin var olup olmadığı, perakendecilerin kendi satış kanallarının etkililiği ve perakendecilerin mal veya hizmetlerini lehtar platformdan ne ölçüde kaldırabilecekleri gibi hususlara bakılarak değerlendirme yapılması gerekmektedir. Dar EKM kayıtları bakımından mevcut düzenlemeler korunmakla birlikte, etkinlik yaratmayan veya pazarda önemli konuma sahip olan platformlar lehine öngörülen kayıtlar bakımından muafiyetin geri alınmasının gündeme gelmesi gerekmektedir.

## Kaynakça

- Adıyaman, Hasan. "Rekabet Hukukunda Fiyat Parite Anlaşmaları: En Çok Kayrılan Ülke/Müşteri Koşulu", Rekabet Kurumu Uzmanlık Tezleri Serisi No: 150. Ankara: Rekabet Kurumu, 2017.
- Akman, Pınar. "A Competition Law Assessment of Platform Most-Favoured-Customer Clauses". In *Journal Competition Law & Economics*, s. 1-53, 2017.
- Akman, Pınar ve Sokol, Daniel D. "Online RPM and MFN Under Antitrust Law and Economics", In *50 Review of Industrial Organization*, s. 133-151, 2017.
- Ardıyok, Şahin. "Türk Rekabet Hukukunda En Çok Kayrılan Müşteri Koşulu: Yemek Sepeti-I, Booking.com Kararları ve Dikey Anlaşmalara İlişkin Kılavuz". In *BASEAK Core Papers No: 6*, 2021.
- Arkan, Sabih. *Ticari İşletme Hukuku*. Ankara: Banka ve Ticaret Hukuku Araştırma Enstitüsü, 2021.
- Baker, Jonathan J. ve Chevalier, Judith A. "The Competitive Consequences of Most-Favored-Nation Provisions.". In *Antitrust Magazine*, Vol: 27, No: 2, s. 20-26, 2013.
- Baş, Kadir. "Online Platformların Acentelik Niteliği ve Platformlar Özelinde Türk Ticaret Kanunu'nun Acenteliğe İlişkin Hükümlerinin Uygulanması". In *BATİDER*, Cilt: XXXIII, Sa. 4, 115-153, 2017.
- Boik, Andre ve Corts, Kenneth S. "The Effects of Platform MFNs on Competition and Entry". In *Journal Law & Economics*, Cilt: 59, 1, 105-134, <https://www.journals.uchicago.edu/doi/epdf/10.1086/686971>, ET: 10.09.2022, 2016.
- Bostoen, Friso. "Most Favoured Nation Clauses: Towards An Assessment Framework under EU Competition Law". In *CoRe 3*, s. 223-236, 2017.
- Colangelo, Margherita. "Parity Clauses and Competition Law in Digital Marketplaces: The Case of Online Hotel Booking". In *Journal of European Competition Law & Practice Advance Access published July 27*, s. 1-12, 2016.
- Colangelo, Margherita. "Competition Law and Most Favoured Nation Clauses in Online Markets". In *New Developments in Competition Law and Economics*, Editörler: Klaus Mathis ve Avishalom Tor, *7 Economic Analysis of Law in European Legal Scholarship*. Cham: Springer, s. 295-317, 2019.
- Çelik, Edip F. *Milletlerarası Hukuk*, C. I. İstanbul: Fakülteler Matbaası, 1987.
- Doğan, Cihan, *Rekabet Hukuku ve İktisadî Bağlamında Dijital Platformlar*. İstanbul: On İki Levha Yayıncılık, 2021.
- Ezrachi, Ariel. "The competitive effects of parity clauses on online commerce". In *European Competition Journal*, 11 (2-3), s. 488-519, 2015.

- Fiebig, Dietmar. “Meistbegünstigungs- und Preisparitätsklauseln im Internetvertrieb”. In *Neue Zeitschrift für Kartellrecht*, s. 122-129, 2014.
- Fletcher, Amelia ve Hviid, Morten. “Broad Retail Price MFN Clauses: Are They RPM 'At its Worst'?”. In *Antitrust Law Journal* 81(1), American Bar Association, s. 65-98, 2016.
- Gürkaynak, Gönenç, Güner Ayşe, Diniz Sinan ve Filson, Janelle. “Most-Favored-Nation Clauses Revisited: Legal and Economic Analysis and Proposal for a Guideline”. In *Eur J Law Econ* 42, <http://repository.bilkent.edu.tr/bitstream/handle/11693/36916/Most-favored-nation%20clauses%20in%20commercial%20contracts%20legal%20and%20economic%20analysis%20and%20proposal%20for%20a%20guideline.pdf?sequence=1&isAllowed=y>, ET: 10.09.2022, 129-155, 2016.
- Heinz, Silke. “Online Booking Platforms and EU Competition Law in the Wake of the German Bundeskartellamt's Booking.com Infringement Decision”. In *JECLAP*, Cilt: 7, Sayı: 8, s. 530-536, 2016.
- Heyers, Johannes. “Wettbewerbsrechtliche Bewertung sog. Preisparitätsklauseln - ein juristisch-ökonomischer Ansatz”. In *Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht Internationaler Teil*, s. 409-413, 2016.
- Johnson, Justin P. “The Agency Model and MFN Clauses 2–4, 16–19, 21”. (Working Paper), <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2217849>, ET: 10.09.2022, 2014.
- Kaya, Arslan. *Türk Ticaret Kanunu Şerhi, Birinci Kitap, Ticari İşletme, Yedinci Kısım, Acentelik*. İstanbul: Beta, 2016.
- Kayıhan, Şaban. *Türk Hukukunda Acentelik Sözleşmesi*. Ankara: Seçkin, 2011.
- Kirchhoff, Wolfgang. In *Wiedemann Handbuch des KartellRecht*. München: C.H. Beck, 2020.
- Köksal, Emin ve Ardiyok, Şahin. “Diverging Approaches in Europe for the Most Favoured-Customer Clauses: How Turkish Competition Authority's Decision for the Online Food Ordering Market Contributed”. In *Journal of European Competition Law & Practice* 9.2, s. 119-123, 2018.
- Kurth, Jutta Sabine, “Meistbegünstigungsklausel im Licht der Vertikal-GVO”. In *WuW- Wirtschaft und Wettbewerb*, 1, 28-37, 2003.
- Morton, Fiona Scoot. “Contracts that Reference Rivals”. In *Georgetown University Law Center Antitrust Seminar*, Washington, <http://www.justice.gov/atr/file/518971/download>, ET: 10.09.2022, s. 1-15, 2012.
- Nolte, Steffen. In *Bunte Kartellrecht Kommentar*. München: Luchterhand, 2021.
- Pazarcı, Hüseyin. *Uluslararası Hukuk*. Ankara: Turhan, 2018.

- Rutz, Samuel. "Elektronische Handelsplattformen". In 8ème Journée de droit de la concurrence / 8. Tagung zum Wettbewerbsrecht Grundlegende Fragen / Questions fondamentales. Bolligen: Growth Publisher Law, s. 147-162, 2017.
- Salop, Steven C. ve Morton, Fiona Scoot. "Developing an Administrable MFN Enforcement Policy". In Antitrust Magazine, Vol: 27, No: 2, s. 15-19, 2013.
- Samuelson, Marta, Piankov Nikita ve Ellman Brian. "Assessing The Effects of Most-Favored Nation Clauses". In ABA Section of Antitrust Law Spring Meeting, [http://www.analysisgroup.com/uploadedfiles/content/insights/publishing/samuelson\\_mfn\\_springaba\\_2012.pdf](http://www.analysisgroup.com/uploadedfiles/content/insights/publishing/samuelson_mfn_springaba_2012.pdf), ET: 10.09.2022, s. 1-12, 2012.
- Sanlı, Kerem Cem ve Doğan, Cihan. "Rekabet Hukuku ve İktisadı Bağlamında Dar Platform EKM Koşulları". In İstanbul Hukuk Mecmuası, 80 (1), Advanced online publication, 2022.
- Schuhmacher, Florian ve Holzweber Stefan. In Das Recht der Europäischen Union: EUV/AEUV, hrsg. Grabitz/Hilf/Nettesheim. München: C.H. Beck, 2022.
- Sim, Justina ve Tan, Hi Lin. "Anything wrong with asking for the best price?". In Competition Commission of Singapore Occasional Paper Series, <https://www.cccs.gov.sg/files/occasional-paper>, s. 1-17, 2015.
- Soyez, Volker. "Die kartellrechtliche Beurteilung von Meistbegünstigungsklauseln im Lichte der HRS-Entscheidung des BKartA". In Neue Zeitschrift für Kartellrecht, s. 447- 453, 2014.
- Stenger, Susan E. "Most-favored-nation clauses and monopsonistic power: an unhealthy mix?". In American Journal of Law and Medicine, Cilt: 15, No: 1, s. 111-128, 1989.
- Tamke, Maren. "Kartellrechtliche Beurteilung der Bestpreisklauseln von Internetplattformen". In WuW- Wirtschaft und Wettbewerb, Cilt: 65, No: 6, s. 594-604, 2015.
- van der Veer, Jan Peter. "Antitrust Scrutiny of Most-Favoured-Customer Clauses: An Economic Analyses". In Journal of European Competition Law&Practice, Cilt: 4, No: 6, s. 501-505, 2013.
- Vandenborre, Ingrid ve Frese, Micheal. "Most Favoured Nation Clauses Revisited". In European Competition Law Review, Cilt: 35, No: 12, s. 588-593, 2014.
- Wegner, Anne Caroline ve Johanssen, Sven Leif Erik. In Kölner Kommentar zum Kartellrecht. Köln: Carl Heymanns Verlag, 2013.
- Wu, Jason J. ve Bigelow, John P. "Competition and the Most Favored Nation Clause". In CPI Antitrust Chronicle, Vol: 7, No: 2, s.1-10, 2013.
- Zimmer Daniel ve Blaschczok, Martin. "Most-favoured-customer clauses and two-sided platforms". In Journal of European Competition Law & Practice, Cilt: 5, No: 4, s. 187-195, 2014.