

## **Anayasa Mahkemesi'nin 23.12.2015 Tarihli (E.2015/15, K.2015/118) Kararının Marka Hukuku Bakımından Değerlendirilmesi**

*Evaluation of the Constitutional Court's Decision Dated December 23, 2015 (Case no. 2015/15, Decision no. 2015/118) from the Perspective of Trademark Law*

### **ÖZET**

Marka hukuku, ekonomik hayatın düzenlenmesi ve tüketici güveninin sağlanması bakımından hem özel hukuk hem de kamu hukuku boyutları bulunan bir alandır. Bu çok yönlü yapı, marka hukukuna ilişkin normların anayasal ilkelerle uyumlu olmasını zorunlu kılmaktadır. Anayasa Mahkemesi'nin 23.12.2015 tarihli ve E.2015/15, K.2015/118 sayılı kararı, marka tesciline ilişkin hükümlerin anayasal denetimi bakımından önemli değerlendirmeler içermektedir. Kararda marka hakkı, fikrî ve sınai mülkiyet kapsamında mülkiyet hakkı ile ilişkilendirilmiş; ayırt edicilik, karıştırılma ihtimali ve marka tescil engelleri gibi marka hukukunun temel kavramları hukuk devleti ve hukuki belirlilik ilkeleri çerçevesinde ele alınmıştır. Bu çalışmada, söz konusu kararın marka hukukunun yapısal ilkeleriyle kesiştiği noktalar analiz edilmekte; kararın doktrin ve yargısal uygulama üzerindeki etkileri ortaya konulmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Marka Hukuku, Anayasa Mahkemesi, Mülkiyet Hakkı, Ayırt Edicilik, Karıştırılma İhtimali.

### **ABSTRACT**

Trademark law is a field that encompasses both private and public law dimensions due to its role in regulating economic life and ensuring consumer protection. This multidimensional nature necessitates the compatibility of trademark law regulations with constitutional principles. The decision of the Turkish Constitutional Court dated 23 December 2015 (E.2015/15, K.2015/118) contains significant assessments regarding the constitutional review of trademark registration provisions. In the decision, trademark rights are associated with constitutionally protected property rights, and fundamental trademark law concepts such as distinctiveness, likelihood of confusion, and registration barriers are examined within the framework of the rule of law and legal certainty. This article analyzes the intersections between the decision and the structural principles of trademark law and evaluates its impact on doctrine and judicial practice.

**Keywords:** Trademark Law, Constitutional Court, Property Right, Distinctiveness, Likelihood of Confusion.

### **GİRİŞ**

Markalar, modern ekonomik sistem içerisinde yalnızca işletmeleri ayırt etmeye yarayan işaretler olmanın ötesinde, piyasadaki rekabet ilişkilerini şekillendiren ve tüketici davranışlarını doğrudan etkileyen hukuki araçlar hâline gelmiştir. Bir markanın belirli bir işletmeye ait mal veya hizmetleri tanıtmaya ve diğerlerinden ayırt etmeye işlevi, hem üretici hem de tüketici açısından hukuki güvenlik sağlamaktadır. Bu nedenle marka hukuku, yalnızca özel hukuk ilişkilerini düzenleyen bir alan olarak değil, aynı zamanda kamu düzeni ve ekonomik istikrarla bağlantılı bir hukuk dalı olarak değerlendirilmelidir.

Marka hukukunun bu çok boyutlu yapısı, söz konusu alana ilişkin düzenlemelerin anayasal ilkelerle uyumlu olmasını zorunlu kılmaktadır. Özellikle mülkiyet hakkı, hukuk devleti ilkesi, hukuki belirlilik ve kamu yararı gibi anayasal kavramlar, marka tescil sisteminin temelini oluşturan normların değerlendirilmesinde belirleyici rol oynamaktadır. Bu bağlamda marka hakkının anayasal niteliği, tescil engellerinin meşruiyeti ve teknik marka hukuku kavramlarının belirliliği sıklıkla tartışma konusu olmaktadır.

Anayasa Mahkemesi'nin 23.12.2015 tarihli ve E.2015/15, K.2015/118 sayılı kararı, bu tartışmaların merkezinde yer alan önemli bir içtihat niteliği taşımaktadır<sup>2</sup>. Karar, marka tesciline ilişkin bazı hükümlerin Anayasa'ya aykırı olduğu iddiasıyla yapılan itirazı incelemiş; marka hukukuna özgü ayırt edicilik, benzerlik ve karıştırılma ihtimali gibi kavramları anayasal denetim süzgecinden geçirmiştir. Mahkeme'nin değerlendirmeleri, teknik hukuk alanlarına özgü kavramların anayasal belirlilik ilkesiyle nasıl bağdaştırılabileceğine ilişkin önemli tespitler içermektedir. Anayasa Mahkemesi'nin bu kararı aynı zamanda markanın ayırt edicilik işlevinin neden kamuyu ilgilendirdiğini ve dolayısıyla neden hem nispi ret hem de mutlak ret sebepleri arasında düzenlendiğini açıklamaktadır.

Söz konusu kararın önemi, yalnızca itiraz konusu düzenlemelerin Anayasa'ya uygun bulunmasından ibaret değildir. Karar, marka hakkının fikrî ve sınai mülkiyet kapsamında mülkiyet hakkı ile ilişkisini açıkça ortaya koymakta; marka tescil sisteminin kamu yararı boyutunu vurgulamakta ve yargısal takdir yetkisinin anayasal sınırlarını

**Muhammed Selim Pehlivanlı**<sup>1</sup>

**How to Cite This Article**  
Pehlivanlı, M. S. (2026). Anayasa Mahkemesi'nin 23.12.2015 Tarihli (E.2015/15, K.2015/118) Kararının Marka Hukuku Bakımından Değerlendirilmesi. *International Academic Social Resources Journal*, 11(3), 282-292. (e-ISSN: 2636-7637). DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.21195716>

Arrival: 24 March 2026  
Published: 30 June 2026

Academic Social Resources Journal is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

<sup>1</sup> Avukat, Yüksek Lisans Öğrencisi, Kırıkkale Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Özel Hukuk, Kırıkkale, Türkiye. ORCID: 0009-0003-4687-1231.

<sup>2</sup> Anayasa Mahkemesi, E.2015/15, K.2015/118, 23.12.2015, Resmî Gazete, 28.01.2016, Sayı: 29607.

belirlemektedir. Bu yönüyle karar, marka hukukunun anayasal temellerine ilişkin doktrinel tartışmalara önemli katkılar sunmaktadır.

Bu çalışmanın amacı, Anayasa Mahkemesi'nin E.2015/15, K.2015/118 sayılı kararını marka hukuku perspektifinden ayrıntılı biçimde incelemek ve kararın marka hukukunun temel ilkeleriyle kesiştiği noktaları ortaya koymaktır. Çalışmada öncelikle marka hakkının hukuki ve anayasal niteliği ele alınacak; ardından ayırt edicilik, karıştırılma ihtimali ve marka tescil engelleri gibi temel kavramlar anayasal ilkeler çerçevesinde değerlendirilecektir. Son olarak kararın doktrin ve yargı uygulamasına etkileri incelenerek genel bir değerlendirme yapılacaktır.

## ANAYASA MAHKEMESİ'NİN E.2015/15, K.2015/118 SAYILI KARARI

Norm denetimi yoluyla ileri sürülen itirazda, marka tekliği ilkesinin çağdaş hukuk sistemlerinde karşılığının bulunmadığı ve marka hukukuna ilişkin düzenlemelerin serbest piyasa koşulları ile sözleşme özgürlüğü çerçevesinde değerlendirilmesi gerektiği savunulmuştur. Bu kapsamda, özellikle aynı ya da ayırt edilemeyecek derecede benzer markaların mutlak ret nedeni olarak düzenlenmesinin, aslında nispi ret nedenleri arasında yer alması gereken bir durum olduğu ileri sürülerek, idarenin re'sen yaptığı değerlendirmelerin bireylerin sözleşme özgürlüğünü ve ticari faaliyetlerini sınırladığı iddia edilmiştir. Ayrıca, marka hakkının bir sınai mülkiyet hakkı olması nedeniyle, bu alandaki sınırlamaların kanun hükmünde kararname ile değil, kanunla yapılması gerektiği belirtilerek, düzenlemenin anayasal güvencelere aykırı olduğu öne sürülmüştür.

Bu itiraza dayanak olarak ise 556 sayılı KHK<sup>3</sup>'ye mehzaz teşkil eden AB Marka Direktifi (Council Directive 89/104/EEC of 21 December 1988 to Approximate the Laws of the Member States Relating to Trade Marks) gösterilmiştir. Buna ek olarak düzenleme itibarıyla aynı içeriğe sahip olan ve yukarıdaki AB Marka Direktifi'ni değiştiren 2008/95/EC sayılı Direktifte de 556 sayılı KHK'dan farklı bir düzenleme olduğu belirtilmiştir. Çünkü "*KHK'nin 7/1-b bendinin karşılığı, Direktifte, önceki haklara dayalı diğer red veya hükümsüzlük nedenleri başlığı altında 4. maddenin 1-(a) bendinde ve nisbi red nedeni olarak önceki marka veya başvuru sahibinin itirazı halinde incelenebilecek bir itiraz gerekçesi olarak düzenlenmiştir. Mehzadan bu farklı düzenleme nedeniyle ki, 556 sayılı KHK'nin 8/1-a bendinde aynı red nedenine bir kez de ilgilinin itirazı halinde incelenecek olan nisbi red sebebi olarak yer verilmiştir.*"<sup>4</sup>

Buna karşılık, anayasal denetim kapsamında yapılan değerlendirmede, hukuk devleti ilkesinin temel unsurlarından olan hukuki güvenlik ve belirlilik ilkelerine özel bir vurgu yapılmıştır. Anayasa Mahkemesi, kararının yedinci maddesinde hukuki güvenlik ilkesini, bireylerin hukuk düzenine güven duymalarını ve davranışlarını öngörülebilir normlara göre şekillendirebilmelerini sağlayan bir ilke olarak; belirlilik ilkesini ise normların açık, anlaşılır ve uygulanabilir olmasını zorunlu kılan bir ilke olarak tanımlamıştır. Bu bağlamda, marka tesciline ilişkin kuralların, piyasa aktörleri bakımından öngörülebilirliği sağladığı ve uygulamada birliği temin ettiği kabul edilmiştir.

Anayasa Mahkemesi, kararının 8., 9. ve onuncu maddelerinde ise, marka hakkının anayasal düzlemde mülkiyet hakkı kapsamında yer aldığını ve yalnızca maddi varlıkları değil, fikrî ve sınai hakları da içerdiğini vurgulamıştır. Bu çerçevede devletin, mülkiyet hakkına müdahaleden kaçınma şeklindeki negatif yükümlülüğünün yanı sıra, üçüncü kişilerin müdahalelerine karşı koruma sağlama yönünde pozitif yükümlülüğünün de bulunduğu ifade edilmiştir. Marka hakkına ilişkin düzenlemelerin, yalnızca hak sahiplerini değil, aynı zamanda tüketicileri ve piyasa düzenini koruma amacı taşıdığı belirtilmiştir.

Sonuç olarak, itiraz konusu düzenlemenin hem mülkiyet hakkının korunmasına hem de hukuki güvenlik ve piyasa düzeninin sağlanmasına hizmet ettiği, bu yönüyle anayasal ilkelere aykırılık teşkil etmediği sonucuna ulaşılmıştır. Bu değerlendirme, marka hukukunda kamu otoritesinin rolünü yalnızca sınırlayıcı değil, aynı zamanda düzenleyici ve koruyucu bir fonksiyon çerçevesinde ele alan bir yaklaşımı yansıtmaktadır.

## MARKA HAKKININ FİKRİ VE ANAYASAL NİTELİĞİ

### Marka Hakkının Fikrî Mülkiyet İçindeki Konumu

Marka hakkı, maddi bir varlığa bağlı olmayan ancak ekonomik değeri ve üçüncü kişilere karşı ileri sürülebilir yetkileri bulunan bir hak olarak fikrî mülkiyet hukuku kapsamında değerlendirilir<sup>5</sup>. Bu nitelik, markayı yalnızca sözleşmesel bir menfaat olmaktan çıkararak sahibine karşı mutlak haklar sağlayan bir mülkiyet biçimine dönüştürmektedir. Marka hakkının bu yapısı, sahibine tescil edilen markanın başkaları tarafından izinsiz kullanılmasını engelleme ve piyasada tek başına tanınma ayrıcalığı sağlama imkânı verir.

<sup>3</sup> 556 sayılı Markaların Korunması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname, Resmî Gazete, 27.06.1995, Sayı: 22326.

<sup>4</sup> Anayasa Mahkemesi, E.2015/15, K.2015/118, 23.12.2015.

<sup>5</sup> Detaylı açıklama için bkz. Paşlı, A. (2014). Uluslararası Antlaşmaların Türk Marka Hukukunun Esasına İlişkin Etkileri, Vedat Yayınları, İstanbul, s. 6 vd.; Anayasa Mahkemesi, E.2004/81, K.2008/48, 31.01.2008, Resmî Gazete, 20.03.2008, Sayı: 26822, §. 7; Anayasa Mahkemesi, E.2013/147, K.2014/75, 09.04.2014, Resmî Gazete, 24.07.2014, Sayı: 29070, §. 11.

Anayasa Mahkemesi'nin E.2015/15, K.2015/118 sayılı kararında da ifade edildiği üzere, marka hakkı ekonomik bir değer taşıdığı ve üçüncü kişilere karşı ileri sürülebilir nitelik kazandığı için en azından anayasal düzlemde mülkiyet hakkı kapsamında değerlendirilmelidir<sup>6</sup>. Bu bağlamda marka, anayasal güvenceye sahip bir hak olarak, sahibine hem koruma hem de ekonomik fayda sağlayan hukuki bir araç niteliği taşımaktadır<sup>7</sup>.

### Marka Hakkının Mutlak Hak Niteliği

Marka hakkı, sahibine sağladığı hukuki koruma açısından mutlak hak niteliği taşır<sup>8</sup>. Bu durum, markanın üçüncü kişiler tarafından kullanılmasına karşı ileri sürülebilir hukuki yetkileri ifade eder. Marka sahibi, tescil edilen markanın izinsiz kullanımını önlemek amacıyla yargıya başvurma hakkına sahiptir. Dolayısıyla marka, sadece sözleşmeye dayalı kişisel bir hak değil, aynı zamanda toplum düzeni ve piyasa ekonomisinin korunmasını sağlayan mutlak bir hak olarak görülmelidir.

Bu bağlamda marka hakkının mutlak hak niteliği, yalnızca özel menfaatlerin korunmasını değil, aynı zamanda tüketicinin güveninin sağlanmasını ve piyasadaki rekabetin düzenlenmesini hedefler. Anayasa Mahkemesi, kararında marka hakkının bu yönünü özellikle vurgulamış; tescil edilmemiş veya belirsiz markaların piyasa düzeni açısından oluşturabileceği risklere dikkat çekmiştir.

Marka hakkının mutlak hak niteliği, 6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu<sup>9</sup>'nda (SMK) yer alan düzenlemelerde açıkça karşılık bulmaktadır. Kanun'un yedinci maddesinde marka sahibine tanınan yetkiler düzenlenmiş; tescilli bir markanın, sahibinin izni olmaksızın üçüncü kişiler tarafından kullanılmasının engellenebileceği hüküm altına alınmıştır. Bu düzenleme, marka sahibine tanınan yetkilerin yalnızca belirli kişilerle sınırlı olmadığını, aksine herkese karşı ileri sürülebilir mutlak bir nitelik taşıdığını açıkça ortaya koymaktadır. Aynı maddede sayılan kullanım hâlleri, marka hakkının ihlali olarak değerlendirilmekte ve hak sahibine bu fiillere karşı hukuki yollara başvurma imkânı tanınmaktadır.

Öte yandan SMK'nin 29. maddesinde marka hakkına tecavüz hâlleri ayrıntılı biçimde düzenlenmiş; markanın aynısının veya ayırt edilemeyecek derecede benzerinin izinsiz kullanımı, mutlak hakka yönelik bir ihlal olarak kabul edilmiştir. Bu hüküm, marka hakkının yalnızca soyut bir koruma sağlamadığını, ihlal hâlinde somut yaptırımlarla desteklenen güçlü bir hak rejimi sunduğunu göstermektedir. Nitekim Kanun'un 149. maddesi ve devamı hükümlerinde, marka hakkı ihlal edilen sahibin ileri sürebileceği talepler ayrıntılı biçimde düzenlenmiş; ihlalin tespiti, durdurulması, önlenmesi, maddi ve manevi tazminat ile hukuka aykırı durumun ortadan kaldırılmasına yönelik talepler açıkça öngörülmüştür.

Bununla birlikte Kanun, marka hakkının mutlak niteliğini sınırsız bir tekel yetkisi olarak kabul etmemiştir. SMK'nin yedinci maddesinin üçüncü fıkrasında yer alan istisnalar ile markanın dürüst kullanımına ilişkin sınırlar çizilmiş; özellikle tanımlayıcı kullanımlar ve ticari hayatta zorunlu olan hâller bakımından marka sahibinin yetkileri dengelenmiştir. Ayrıca sessiz kalma nedeniyle hak kaybını düzenleyen hükümler de marka hakkının mutlak niteliğinin, hukuki güvenlik ve dürüstlük ilkeleriyle uyumlu biçimde sınırlandırıldığını göstermektedir.

Sonuç olarak 6769 sayılı SMK'de yer alan düzenlemeler, marka hakkının mutlak hak niteliğini hem normatif hem de işlevsel açıdan açık biçimde ortaya koymaktadır. Kanun, marka sahibine güçlü ve herkese karşı ileri sürülebilir bir koruma sağlarken; tüketici menfaatleri, rekabet düzeni ve dürüstlük kuralı gibi temel ilkeleri gözetenek bu hakkı dengeli bir çerçeve içerisinde düzenlemiştir. Bu yönüyle marka hakkı, özel hukuka ait bir hak olmakla birlikte, piyasa düzeni ve toplumsal menfaatlerle doğrudan bağlantılı çok boyutlu bir hukuki kurum olarak karşımıza çıkmaktadır.

### Mülkiyet Hakkının Anayasal Düzlemde Marka Hakkını Kapsaması Tartışması

Anayasa Mahkemesi önüne gelen bu itirazda her ne kadar bu itirazda öğretiyeye atf verilmese de öğretide bir görüş marka hukukunu en azından TMK kapsamında mülkiyetin kapsamında görmemektedir<sup>10</sup>. Bu görüşü savunan yazarlardan *Ayan*, marka hukukunu sui generis olarak nitelendirir<sup>11</sup>. *Tekinalp; Okutan Nilsson & Şehirali Çelik* ise markayı; ticaret unvanları, işletme adları ve başka işaretler ile aynı kategoride değerlendirerek sadece ayırt edici

<sup>6</sup> Anayasa Mahkemesi, E.2015/15, K.2015/118, 23.12.2015, §. 10.

<sup>7</sup> Dinçer, M.(2018). *Marka Hukuku ve Anayasa*, Seçkin Yayınları, Ankara, s. 45.

<sup>8</sup> Tekinalp, Ü.;Okutan Nilsson, G. & Şehirali Çelik, F.H. (2025). *Tekinalp Fikri Mülkiyet Hukuku* (6. Baskı), On İki Levha Yayınları, İstanbul, s. 553; Ülgen, H.;Helvacı, M. & Kaya A. & Nomer Ertan, N.F. (2022). *Ticari İşletme Hukuku* (8. Baskı), Vedat Yayınları, İstanbul, s. 270; Taşkın, T. (2023). "Marka Hakkı, Markanın Kullanılması ve tazminat davalarında kullanmama def-1", İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 22(48):1240; Bahadır, Z. (2007). "Markanın Tescili ve Tescilin Hukuki Sonuçları", Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, s. 9.

<sup>9</sup> 6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu, Resmî Gazete, 10.01.2017, Sayı: 29944.

<sup>10</sup> Eren, F. (2024). *Mülkiyet Hukuku* (8. Baskı), Legem Yayınları, Ankara, s. 54; Oğuzman, M.K; Seliçi, Ö. & Oktay Özdemir, S. (2022). *Eşya Hukuku* (24. Baskı), Filiz Yayınları, İstanbul, s. 10 vd.; Tekinalp;Okutan Nilsson & Şehirali Çelik, s. 2; Ayan, M. (2016). *Eşya Hukuku-II* Mülkiyet (9. Baskı), Seçkin Yayınları, Ankara, s. 34.

<sup>11</sup> Ayan, s. 34.

vasfa sahip olduğunu belirtmiştir. *Tekinalp;Okutan Nilsson & Şehirali Çelik*, bu değerlendirmeleri yaptıktan sonra fikri mülkiyet haklarının anayasal düzlemde mülkiyet hakkı kapsamında değerlendirildiğini de belirtmiştir<sup>12</sup>. Markayı bir fikri ürün olarak değerlendirmemiştir<sup>13</sup>. *Eren*, maddi varlığı olmaması sebebiyle marka hakkını mülkiyetten ayırmıştır<sup>14</sup>. *Nomer & Ergüne*, maddi varlığı olmayan şeylerin hukuki anlamda eşya olmadığını dolayısıyla marka hakkının mülkiyet hakkının bir konusu olamayacağını ifade etmiştir<sup>15</sup>. *Nomer & Ergüne*, yalnızca maddi varlığı bulunan şeylerin Medeni Kanun kapsamında eşya olabileceğini belirttiğinden hemen sonra, anayasanın güvence altına aldığı mülkiyet hakkının daha geniş olduğunu dolayısıyla maddi varlığı olmayan fikri ve sınai hakların da anayasal düzlemde mülkiyet hakkının korumasına girdiğini belirtmiştir<sup>16</sup>.

Bizim kanaatimize göre de marka hakkı anayasal düzende mülkiyet kavramına dahildir. Çünkü Anayasa'nın 35. maddesinde mülkiyet hakkına bir sınırlama getirilmemektedir. Marka hakkı ekonomik değer taşır ve üçüncü kişilere karşı ileri sürülebilir. Bu özellikler marka hakkını en azından anayasal olarak mülkiyet hakkı kapsamında değerlendirmek için yeterlidir.

Marka hakkını anayasal düzen bakımından değil de TMK bakımından değerlendirecek olursak marka hakkının, mülkiyet hakkının konusunu oluşturduğu kanaatinde değiliz. Çünkü, marka hakkı maddi bir varlığa sahip değildir.

### Uluslararası Boyut ve Karşılaştırmalar

Marka hakkının anayasal mülkiyet hakkı kapsamına alınması, yalnızca Türk hukuk sistemiyle sınırlı bir yaklaşım değildir. Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi (AİHM) içtihatlarında da fikrî ve sınai mülkiyetin mülkiyet hakkı kapsamında değerlendirilebileceği kabul edilmektedir<sup>17</sup>. Bu doğrultuda marka hakları, uluslararası hukuk açısından da anayasal güvence ile uyumlu bir koruma alanı oluşturmaktadır.

Bu uluslararası perspektif, Türkiye'de marka hukuku alanındaki anayasal yorumları güçlendirmekte; marka tescil sistemine ilişkin düzenlemelerin, hem yerel hem de uluslararası normlarla uyumlu bir şekilde uygulanmasını zorunlu kılmaktadır<sup>18</sup>. Anayasa Mahkemesi'nin kararı, bu çerçevede marka hakkının hem ekonomik hem de hukuki değerini vurgulamakta ve normatif denetimin sınırlarını ortaya koymaktadır.

### AYIRT EDİCİLİK KAVRAMI VE HUKUKİ BELİRLİLİK İLKESİ

#### Ayırt Edicilik Kavramının Marka Hukukundaki İşlevi

Ayırt edicilik, marka hukukunun temel taşlarından biridir ve bir işaretin tescil edilebilmesi için sahip olması gereken asgari özelliklerden biri olarak kabul edilmektedir<sup>19</sup>. Bir markanın ayırt edici olabilmesi için tüketiciler açısından özgün ve belirli bir mal veya hizmeti işaret eden nitelikte olması gerekir. Ayırt edicilik, marka hakkının üçüncü kişiler tarafından ihlal edilmesini önleyen hukuki bir ölçüt olarak işlev görür ve piyasada tanınabilirlik sağlar.

Anayasa Mahkemesi'nin 23.12.2015 tarihli kararında ayırt edicilik, yalnızca teknik bir değerlendirme kriteri olarak değil, aynı zamanda mülkiyet hakkının ve hukuki belirlilik ilkesinin bir uzantısı olarak ele alınmıştır. Mahkeme, ayırt ediciliğin eksik olduğu durumlarda, marka tescilinin hem marka sahibine hem de üçüncü kişilere karşı hukuki belirsizlik yaratacağını vurgulamıştır<sup>20</sup>. Bu çerçevede ayırt edicilik, marka hakkının anayasal niteliğinin belirlenmesinde merkezi bir rol üstlenmektedir.

Ayırt edicilik kavramı, 6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu'nda marka tanımı ve tescil şartları çerçevesinde normatif bir karşılık bulmaktadır. Kanun'un dördüncü maddesinde marka; bir teşebbüsün mal veya hizmetlerini diğer teşebbüslerin mal veya hizmetlerinden ayırt etmeyi sağlayan işaretler olarak tanımlanmıştır. Bu tanım, ayırt ediciliğin marka kavramının kurucu unsurlarından biri olduğunu açıkça ortaya koymakta ve marka olarak korunabilecek işaretlerin sınırlarını çizmektedir. Dolayısıyla ayırt edicilik, yalnızca tescil edilebilirliğe ilişkin teknik bir koşul değil, markanın hukuki varlığını mümkün kılan temel bir nitelik olarak kabul edilmektedir.

<sup>12</sup> Tekinalp;Okutan Nilsson & Şehirali Çelik, s. 8.

<sup>13</sup> Tekinalp;Okutan Nilsson & Şehirali Çelik, s. 2.

<sup>14</sup> Eren, s. 54.

<sup>15</sup> Nomer, H.N. & Ergüne, M.S. (2020). Eşya Hukuku (8. Baskı), On İki Levha Yayınları, İstanbul, s. 9, 189.

<sup>16</sup> Nomer & Ergüne, s. 10.

<sup>17</sup> Anheuser-Busch Inc. v. Portugal, Başvuru No: 73049/01, Avrupa İnsan Hakları Komisyonu Kararı, 11.01.2007, §. 62-78.

<sup>18</sup> Smith Kline and French Laboratories Ltd v. the Netherlands, Başvuru No: 12633/87, Avrupa İnsan Hakları Komisyonu Kararı, 04.10.1990.

<sup>19</sup> Arkan, S. (2025). Ticari İşletme Hukuku (31. Baskı), Banka ve Ticaret Hukuku Araştırma Enstitüsü Yayınları, Ankara, s. 297, 302 vd.; Arkan, S. (1997). Marka Hukuku, Adalet Yayınları, Ankara, s. 38; Çolak, U. (2018). Türk Marka Hukuku, On İki Levha Yayınları, İstanbul, s. 17; Dirikkan, H. (2003). Tanınmış Markanın Korunması, Seçkin Yayınları, Ankara, s. 11; Paslı, s. 20; Suluk, C.; Karasu, R. & Nal, T. (2024). Fikri Mülkiyet Hukuku (8. Baskı), Seçkin Yayınları, Ankara, s. 190 vd.; Yasaman, H.; Ayoğlu, T. & Yusufoglu Bilgin, F. & Memiş Kartal, P. & Yüksel, Sinan H. & Yasaman Z. (2021). Sınai Mülkiyet Kanunu Şerhi, Seçkin Yayınları, Ankara, s. 54 vd.; Yılmaz, L. (2008). Marka Olabilecek İşaretler ve Mutlak Tescil Engelleri, Beta Yayınları, İstanbul, s. 45; Tosun, İ. (2013). "Markanın Tescili ve Türk Patent Enstitüsü Kararlarına Karşı Başvurulacak Hukuki Yollar", Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, s. 14 vd.

<sup>20</sup> Anayasa Mahkemesi, E.2015/15, K.2015/118, 23.12.2015, §. 11-14.

Buna paralel olarak SMK'nin beşinci maddesinde, ayırt edici niteliği bulunmayan işaretlerin marka olarak tescil edilemeyeceği açıkça hükme bağlanmıştır. Anılan maddede, özellikle cins, çeşit, nitelik, kalite, miktar, amaç veya değer bildiren; mal veya hizmetin üretildiği zamanı ya da yerini gösteren işaretlerin ayırt edicilikten yoksun olduğu kabul edilerek, bu tür işaretlerin tek bir kişi lehine marka koruması altına alınmasının önüne geçilmiştir. Bu düzenleme, serbest rekabetin ve piyasadaki kullanım özgürlüğünün korunmasını amaçlayan kamusal bir denge mekanizması olarak değerlendirilmektedir.

Sınai Mülkiyet Kanunu beşinci maddede yer alan mutlak ret nedenleri, ayırt ediciliğin marka hukukundaki işlevini somutlaştırmakta ve marka hakkının kapsamını belirlemektedir. Ayırt edicilikten yoksun işaretlerin tescil edilmesi hâlinde, üçüncü kişilerin ticari faaliyetlerinin gereksiz biçimde sınırlandırılması ve hukuki belirliliğin zedelenmesi söz konusu olabilecektir. Bu nedenle kanun koyucu, ayırt ediciliği marka hukukunda temel bir filtre olarak kabul etmiş; tescil sistemi aracılığıyla piyasada hangi işaretlerin koruma altında olduğunun açık ve öngörülebilir olmasını hedeflemiştir.

Bu çerçevede ayırt edicilik, SMK'nin dördüncü ve beşinci hükümleri ışığında değerlendirildiğinde, marka hakkının hem özel hukuk hem de kamu düzeni boyutunu bir arada barındıran bir unsur olduğu görülmektedir. Ayırt edici nitelik taşıyan işaretlerin marka olarak korunması, marka sahibinin mülkiyet hakkının güvence altına alınmasını sağlarken; ayırt edicilikten yoksun işaretlerin tescil dışı bırakılması, rekabetin ve piyasa düzeninin korunmasına hizmet etmektedir. Bu yönüyle ayırt edicilik, marka hukukunda bireysel menfaatler ile kamusal çıkarlar arasında kurulan hassas dengenin merkezinde yer almaktadır.

Sınai Mülkiyet Kanunu'nun altıncı maddesinin birinci fıkrasında, tescil başvurusu yapılmış markanın önceden tescilli veya önceki tarihte tescil başvurusu yapılmış bir marka ile aynı olması nispi ret sebebidir. Benzerlik olması halinde ise halk tarafından ilişkilendirilme ihtimali de dâhil karıştırılma ihtimali söz konusu olmalıdır ki kanun bu durumu da nispi ret sebebi olarak düzenlemiştir. Burada dikkat edilmesi gereken husus tescil başvurusu yapılmış markanın önceden tescilli veya önceki tarihte tescil başvurusu yapılmış bir marka ile aynı olması aynı zamanda bir mutlak ret sebebidir. Dolayısıyla Türk Patent ve Marka Kurumu (TPMK) önceki tarihli marka ile aynı olduğunu tespit ettiği tescil başvurusunu kendiliğinden reddedecektir. Ancak TPMK önceki tarihli marka ile aynı olan bir başvuruyu gözden kaçırırsa hak sahipleri nispi ret sebeplerine dayanarak tescilin önüne geçebilirler<sup>21</sup>.

Sınai Mülkiyet Kanunu'nun altıncı maddesinde düzenlenen ayırt edicilik ile SMK'nin beşinci maddesinde düzenlenen ayırt edicilik farklıdır. SMK'nin altıncı maddesinde nispi ret sebebi olarak düzenlenen ayırt edicilik, SMK'nin beşinci maddesinde düzenlenen ayırt edicilikten farklı olarak, artık bir varlık-yokluk meselesi değil, bir derecelendirme ve güç meselesidir<sup>22</sup>. Çünkü bir markanın ayırt ediciliği ile koruma kapsamı doğru orantılıdır<sup>23</sup>.

Bizim kanaatimize göre, markanın temel taşı olan ayırt edicilik; bir işaretin belirli bir teşebbüsün mal veya hizmetlerini diğerlerinden ayırma kapasitesi olup, hem mülkiyet hakkının korunması hem de hukuki belirlilik ilkesinin tesisi açısından kritik bir role sahiptir. Anayasa Mahkemesi ve Sınai Mülkiyet Kanunu (SMK m. 4 ve 5) ekseninde bu kavram, yalnızca teknik bir tescil şartı değil; markanın hukuki varlığını mümkün kılan, kamu düzeni ile bireysel menfaatler arasındaki dengeyi kuran asli bir unsurdur. Özellikle tanımlayıcı veya genel nitelikteki işaretlerin tescilini engelleyen mutlak ret nedenleri vasıtasıyla, bir yandan marka sahibinin mülkiyet hakları güvence altına alınırken, diğer yandan piyasadaki serbest rekabetin ve üçüncü kişilerin kullanım özgürlüğünün haksız yere kısıtlanması önlenmektedir. Tüm bu sebeplerden dolayı Anayasa Mahkemesi'nin, markanın ayırt ediciliği ile ilgili bu düzenlemenin mutlak ret sebepleri arasında düzenlenmesine ilişkin yapılan itirazı reddetmesi bizce de yerinde bir karardır.

### **Belirlilik İlkesinin Teknik Hukuk Alanlarına Uygulanması**

Hukuki belirlilik ilkesi, vatandaşların hak ve yükümlülüklerini öngörebilmeleri ve hukuk düzeni içinde güven içerisinde hareket edebilmeleri için vazgeçilmezdir. Marka hukuku özelinde bu ilke, tescil edilen markanın sınırlarının açık ve anlaşılır olmasını gerektirir. Belirsiz markalar, mülkiyet hakkı kapsamındaki korumanın sınırlarını bulanıklaştırarak hem hak sahibini hem de üçüncü kişileri olumsuz etkiler.

Kararda Mahkeme, teknik marka hukuku kavramlarının hukuki belirlilik ile uyumlu bir şekilde uygulanmasını denetlemiştir. Özellikle "ayırma yetmeyen işaretler" ve "tanıtım niteliği düşük ifadeler" gibi durumlarda, tescil edilebilecek markaların kriterlerini netleştirmiştir. Bu yaklaşım, marka hukukunun hem teknik hem de anayasal boyutlarını bir araya getiren bir içtihat niteliği taşımaktadır.

<sup>21</sup> Yasaman; Ayoğlu & Yusufoglu Bilgin & Memiş Kartal & Yüksel & Yasaman, s. 55.

<sup>22</sup> Kaya, A. (2024). Marka Hukuku (2. Baskı), Vedat Yayınları, İstanbul, s. 61.

<sup>23</sup> Kaya, s. 61.

## Anayasa Mahkemesi'nin Değerlendirmesi

Kararın 11., 12. ve 14. maddelerinde Anayasa Mahkemesi, itiraz konusu kuralın, aynı veya ayırt edilemeyecek derecede benzer markaların tescil edilmesini engellemesi ve marka hukukunun temel işlevlerinden biri olan ayırt ediciliğin korunmasına hizmet ettiğini belirtmiştir. Zira markanın temel fonksiyonu, bir işletmenin mal veya hizmetlerini diğerlerinden ayırt etmeyi sağlamaktır. Bu işlevin zedelenmesi, hem tüketicilerin yanıltılmasına hem de önceki marka sahiplerinin haklarının ihlaline yol açabilecektir. Dolayısıyla, söz konusu düzenlemenin, marka hakkının özünü zedeleyen bir sınırlama değil; aksine bu hakkın etkin korunmasını sağlayan bir mekanizma olduğu Anayasa Mahkemesi tarafından değerlendirilmiştir.

Ayrıca, benzerlik değerlendirmesinin yalnızca bire bir aynılık ile sınırlı olmayıp, ortalama tüketici nezdinde oluşan genel izlenim esas alınarak yapılmasının, marka hukukunun yerleşik ilkeleriyle uyumlu olduğu kabul edilmiştir. Bu yaklaşım, piyasada karışıklık ihtimalini önlemeye yönelik olup, subjektif bir değerlendirme olarak değil, somut olayın özelliklerine göre yapılan teknik bir inceleme olarak nitelendirilmiştir.

Anayasa Mahkemesi, ayırt edicilik kriteri ile hukuki belirlilik ilkesini bütünleştirerek marka tescil sisteminde bir denge sağlamıştır. Kararda öne çıkan temel husus, ayırt edicilik kriterinin yalnızca teknik bir inceleme olarak görülmemesi, aynı zamanda mülkiyet hakkının korunması ve hukuki güvenliğin sağlanması açısından anayasal bir gereklilik olduğudur. Mahkeme, belirsiz markaların tescil edilmemesinin hem kamu yararına uygun olduğunu hem de marka sisteminin öngörülebilirliğini artırdığını belirtmiştir.

Bu bağlamda karar, marka hukuku uygulayıcıları ve hak sahipleri için önemli bir yol gösterici olmuştur. Ayırt edicilik ve belirlilik ilkeleri, tescil sürecinde hem hukuki standartların korunmasını hem de piyasa düzeninin sağlanmasını mümkün kılmaktadır. Ayrıca Mahkeme, teknik hukuk alanlarındaki bu ilkelerin, anayasal normlarla uyumlu biçimde uygulanmasının gerekliliğini açıkça vurgulamıştır.

### Doktrinsel ve Uygulama Boyutu

Akademik literatürde ayırt edicilik ve belirlilik ilkeleri, marka hukukunun en tartışmalı konularından biri olarak kabul edilir<sup>24</sup>. Mahkeme kararının bu iki ilkeyi birbirine bağlayarak değerlendirmesi, doktrinde hem teorik hem de uygulamalı tartışmalara zemin hazırlamıştır. Normlar hiyerarşisi gereği, diğer yargı organları da, AYM'nin yaklaşımı referans alınmakta ve marka tescil başvurularının değerlendirilmesinde yol gösterici olmaktadır.

## KARIŞTIRILMA İHTİMALİ VE TÜKETİCİNİN KORUNMASI

### Karıştırılma İhtimalinin Unsurları

Marka hukukunda karıştırılma ihtimali, tescilli markaların korunmasında en önemli kriterlerden biridir. Bu kavram, bir markanın diğer bir markaya benzerliği nedeniyle tüketicilerde yanılgı veya karışıklık oluşturma riskini ifade eder<sup>25</sup>. Karıştırılma ihtimali, yalnızca görsel benzerlikle sınırlı olmayıp işitsel ve kavramsal benzerlikleri de içerir. Dolayısıyla marka tescil başvurularının değerlendirilmesinde, benzerlik düzeyi, mal ve hizmetlerin kapsamı ve tüketici kitlesinin özellikleri gibi unsurlar dikkate alınır.

Anayasa Mahkemesi'nin 23.12.2015 tarihli kararında, karıştırılma ihtimali kriteri, yalnızca teknik bir inceleme unsuru olarak ele alınmamış, aynı zamanda hukuki belirlilik ve mülkiyet hakkı çerçevesinde değerlendirilmiştir. Mahkeme, tescilli markalar arasındaki olası karışıklık riskinin, hem marka sahibinin haklarını hem de üçüncü kişilerin güvenini doğrudan etkilediğini vurgulamıştır<sup>26</sup>.

### Anayasal Sınırlar

Karıştırılma ihtimali kriterinin uygulanmasında, Anayasa Mahkemesi hukuki sınırları belirlemiştir. Mahkeme, marka hukukuna ilişkin sınırlamaların, mülkiyet hakkına müdahale niteliği taşıyabileceğini, ancak bu müdahalenin hukuki belirlilik, orantılılık ve kamu yararı ölçütleriyle sınırlı olması gerektiğini ifade etmiştir. Böylece marka hakkı ile tüketicinin korunması arasında denge sağlanmış; piyasa düzeninin ve tüketici güveninin korunması anayasal bir zorunluluk olarak vurgulanmıştır.

## MARKA TESCİL ENGELLERİ VE KAMU YARARI

### Mutlak ve Nispi Ret Nedenleri

Marka tescilinde başvuruların kabul edilebilmesi için, Türk Marka Hukuku'nda belirlenmiş mutlak ve nispi ret nedenlerinin incelenmesi gerekir. Mutlak ret nedenleri, markanın doğası gereği tescil edilemeyeceğini ifade eder;

<sup>24</sup> Yasaman; Ayoğlu & Yusufoglu Bilgin & Memiş Kartal & Yüksel & Yasaman, s. 55.

<sup>25</sup> Yasaman; Ayoğlu & Yusufoglu Bilgin & Memiş Kartal & Yüksel & Yasaman, s. 54 vd.

<sup>26</sup> Anayasa Mahkemesi, E.2015/15, K.2015/118, 23.12.2015, § 14.

örneğin, ayırt edicilikten yoksun, genel ifadeler veya alışlagelmiş semboller mutlak ret nedenleridir<sup>27</sup>. Nispi ret nedenleri ise mevcut tescilli markalar ile olası karışıklık risklerini içerir; yani başvuru markasının başka bir marka ile benzerliği veya piyasada karışıklığa yol açma olasılığı değerlendirilir<sup>28</sup>.

Anayasa Mahkemesi'nin 2015/118 sayılı kararında, mutlak ve nispi ret nedenleri, yalnızca teknik kriterler olarak değil, aynı zamanda mülkiyet hakkının sınırları ve kamu yararı perspektifiyle ele alınmıştır. Mahkeme, belirsiz veya ayırt edicilikten yoksun işaretlerin tescil edilmemesinin hem marka sahibinin hem de üçüncü kişilerin haklarını koruma amacına hizmet ettiğini vurgulamıştır<sup>29</sup>.

Mutlak ve nispi ret nedenleri ayrımı, 6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu'nda marka tescil sisteminin temel yapı taşlarından birini oluşturmaktadır. Kanun'un beşinci maddesinde düzenlenen mutlak ret nedenleri, markanın niteliğinden kaynaklanan ve başvurunun herkes bakımından tescil edilemez olmasına yol açan hâlleri kapsamaktadır. Bu çerçevede ayırt edicilikten yoksun işaretler, tanımlayıcı ifadeler, kamu düzenine veya genel ahlaka aykırı unsurlar ile mal veya hizmetin niteliği konusunda tüketiciyi yanıltabilecek işaretler, herhangi bir itiraza gerek olmaksızın resen dikkate alınan ret nedenleri arasında yer almaktadır. Bu düzenleme, tescil sistemi aracılığıyla piyasada hukuki belirliliğin sağlanmasını ve kamusal menfaatlerin korunmasını amaçlamaktadır.

Buna karşılık nispi ret nedenleri, SMK'nin altıncı maddesinde düzenlenmiş olup, esas itibarıyla önceki tarihli hakların korunmasına yöneliktir. Bu kapsamda, başvuru markasının, daha önce tescil edilmiş veya başvurusu yapılmış bir marka ile aynı ya da ayırt edilemeyecek derecede benzer olması ve bu benzerliğin ilgili mal veya hizmetler bakımından karışıklık ihtimali doğurması hâlinde, marka tescil talebi reddedilebilmektedir. Nispi ret nedenlerinin uygulanması, çoğunlukla önceki hak sahibinin itirazına bağlı olup, bu yönüyle mutlak ret nedenlerinden ayrılmaktadır. Böylece hukuk düzeni, bir yandan yeni marka başvurularını teşvik ederken, diğer yandan mevcut marka sahiplerinin kazanılmış haklarını koruma altına almaktadır.

Mutlak ve nispi ret nedenleri arasındaki bu sistematik ayrım, marka hakkının mutlak hak niteliği ile yakından ilişkilidir. Zira ayırt edicilikten yoksun veya kamu düzenine aykırı işaretlerin marka olarak tescil edilmesi, marka hakkının sağladığı tekeli yetkinin haksız biçimde genişlemesine yol açabilecek; bu durum hem rekabet düzenini hem de üçüncü kişilerin ticari faaliyet özgürlüğünü olumsuz etkileyebilecektir. Aynı şekilde, önceki markalarla karışıklık yaratacak başvuruların tescil edilmesi de, mevcut marka sahiplerinin mülkiyet hakkının ihlal edilmesi sonucunu doğuracaktır.

Bu bağlamda Anayasa Mahkemesi'nin 2015/118 sayılı kararında benimsediği yaklaşım, mutlak ve nispi ret nedenlerinin yalnızca idari bir denetim aracı olmadığını; marka hakkının anayasal güvencelerle uyumlu biçimde sınırlandırılmasını sağlayan temel mekanizmalar olduğunu ortaya koymaktadır. Dolayısıyla mutlak ve nispi ret nedenleri, marka tescil sisteminin teknik unsurları olmanın ötesinde, marka hakkının kapsamını ve sınırlarını belirleyen anayasal nitelikte düzenlemeler olarak değerlendirilmelidir.

### **Rekabet Düzeni ve Tüketici Güveni**

Marka tescil engelleri, yalnızca marka sahiplerinin haklarını korumakla kalmaz, aynı zamanda piyasa düzeni ve tüketici güveninin sağlanmasında kritik rol oynar. Nispi ret nedenleri, özellikle piyasada karışıklık riskini önleyerek tüketicinin yanlış yönlendirilmesini engeller ve rekabeti düzenler. Bu bağlamda marka tescil sistemi, ekonomik ve hukuki bir araç olarak hem özel menfaatleri hem de kamu yararını korur<sup>30</sup>.

AYM'nin kararında bu denge açıkça görülmektedir. Mahkeme, tescil sürecinde uygulanan kriterlerin yalnızca teknik değerlendirme olmadığını, aynı zamanda tüketici korunması ve rekabet düzeninin sağlanması açısından anayasal bir gereklilik oluşturduğunu belirtmiştir. Böylece marka hukukunun, piyasa ekonomisinin istikrarı ve tüketici haklarının korunması ile doğrudan bağlantısı vurgulanmıştır.

### **Anayasa Mahkemesi'nin Kamu Yararı Yorumu**

Kararda, kamu yararı kavramı marka tescil süreçlerinde sınır belirleyici olarak ele alınmıştır. Mahkeme, kamu yararını yalnızca devletin genel çıkarları çerçevesinde değil, aynı zamanda mülkiyet hakkı, hukuki belirlilik ve piyasa düzeni bağlamında değerlendirmiştir. Bu yaklaşım, marka tescil kriterlerinin uygulanmasında keyfi kararların önüne geçilmesini ve hukuki öngörülebilirliği sağlar.

<sup>27</sup> Karan, H. & Kılıç, M. (2004). Markaların Korunması 556 Sayılı KHK Şerhi ve İlgili Mevzuat, Turhan Yayınları, Ankara, s. 77; Kaya, s. 168 vd.; Suluk; Karasu & Nal, s. 203; Yasaman; Ayoğlu & Yusufoglu Bilgin & Memiş Kartal & Yüksel & Yasaman, s. 308 vd.; Yılmaz, s. 145 vd.; Balık, İ. (2013). "Marka Hukukunda Kötüniyet Kavramı", Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, s. 47 vd.

<sup>28</sup> Kaya, s. 254 vd.; Suluk; Karasu & Nal, s. 214 vd.; Bahadır, s. 86 vd.; Sezgin, S. (2022). "Markanın Hükümsüzlüğü Davası ve Hukuki Sonuçları", Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Medipol Üniversitesi Sosyal Bilimler Üniversitesi, s. 31 vd.

<sup>29</sup> Anayasa Mahkemesi, E.2015/15, K.2015/118, § 14.

<sup>30</sup> Yasaman; Ayoğlu & Yusufoglu Bilgin & Memiş Kartal & Yüksel & Yasaman, s. 308 vd.

Anayasa Mahkemesi, özellikle belirsiz veya ayırt edici özelliği sınırlı markaların tescil edilmemesinin kamu yararıyla uyumlu olduğunu belirtmiş; böylece marka sisteminin öngörülebilirliği ve güvenliği güçlendirilmiştir. Karar, marka hukukunda kamu yararının somut olay bağlamında nasıl yorumlanması gerektiğine dair önemli bir rehber niteliği taşımaktadır.

## 556 SAYILI KHK VE 6769 SAYILI SMK BAĞLAMINDA KARARIN ETKİSİ

### Normatif Süreklilik

556 sayılı KHK ile düzenlenen marka hükümleri, 6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu (SMK) ile güncellenmiş ve modern marka tescil sistemine uygun hâle getirilmiştir. Bu düzenlemeler, marka hukukunun teknik kriterlerini belirlerken aynı zamanda mülkiyet hakkı, hukuki belirlilik ve kamu yararı ilkeleri ile uyumlu bir çerçeve oluşturmayı hedeflemiştir. Anayasa Mahkemesi'nin 23.12.2015 tarihli kararı, söz konusu normların anayasal denetim süzgecinden geçirilmesini sağlayarak normatif sürekliliğe katkıda bulunmuştur.

Kararda Mahkeme, özellikle tescil edilemeyecek markaların sınırlarını belirlerken, KHK ve SMK hükümlerinin öngördüğü teknik kriterler ile anayasal ilkelerin çakışmadığını vurgulamıştır. Bu yaklaşım, Türk marka hukukunda normatif sürekliliğin sağlanması ve uygulamada belirsizliklerin önlenmesi açısından kritik bir öneme sahiptir.

### Güncel Uygulamaya Yansımalar

Kararın uygulanması, marka tescil başvurularının değerlendirilmesinde doğrudan etkili olmuştur. Başvuru sahipleri ve marka vekilleri, ayırt edicilik, karıştırılma ihtimali ve tescil engelleri kriterlerini değerlendirirken AYM kararını rehber olarak kullanmaktadır. Bu durum, marka tescil süreçlerinde hukuki belirliliğin sağlanmasına katkı sağlamaktadır.

Ayrıca, kararın etkisi yalnızca teknik hukuk uygulamalarıyla sınırlı kalmamış, aynı zamanda rekabet düzeni ve tüketici güveninin korunmasına yönelik normatif bir standart oluşturmuştur. Bu bağlamda, SMK hükümleri ile AYM'nin tespitleri arasındaki uyum, marka hukukunda hem hak sahipleri hem de üçüncü kişiler açısından öngörülebilirliği güçlendirmiştir.

### Anayasa Mahkemesi Kararının Önemi

AYM'nin kararı, 556 sayılı KHK ve 6769 sayılı SMK'nın uygulanmasında anayasal sınırları netleştirmesi bakımından önem taşır. Mahkeme, teknik kriterlerin ötesinde, mülkiyet hakkının korunması ve hukuki belirlilik ilkesinin sağlanması açısından tescil sistemine yön göstermiştir. Bu yaklaşım, marka hukuku uygulayıcıları için kritik bir rehber niteliğindedir.

Sonuç olarak, karar, marka hukukunda normatif süreklilik ve anayasal uyum açısından bir dönüm noktası oluşturmuş; SMK ve önceki düzenlemelerle uyumlu bir çerçevede marka tescil süreçlerini güvence altına almıştır. Uygulamada ise tescil başvurularının değerlendirilmesinde standartların netleşmesine katkı sağlamıştır.

## KARARIN DOKTRİN VE YARGI UYGULAMASINA ETKİSİ

### Doktrinsel Etkiler

Anayasa Mahkemesi'nin 23.12.2015 tarihli kararı, marka hukukuna ilişkin akademik literatürde önemli bir karar olarak değerlendirilebilir. Karar, özellikle ayırt edicilik, karıştırılma ihtimali ve hukuki belirlilik ilkelerinin anayasal çerçevede nasıl uygulanması gerektiğine dair doktrinsel tartışmaları somutlaştırmıştır. Akademik çalışmalarda, AYM'nin mülkiyet hakkı vurgusu ve kamu yararı değerlendirmesi, marka hukuku kuramının geliştirilmesine katkı sağlamaktadır<sup>31</sup>.

Bu karar, marka hukukunun yalnızca teknik bir alan olmadığını, aynı zamanda anayasal hak ve ilkelerle doğrudan ilişkili olduğunu göstererek doktrinde marka hakkının anayasal niteliği üzerine yeni yaklaşımların geliştirilmesini teşvik etmiştir. Özellikle fikrî mülkiyetin mülkiyet hakkı kapsamında değerlendirilmesi, literatürde farklı görüşlerin birleşmesine ve hukuki yorumun derinleşmesine zemin hazırlamıştır.

### Yargısal Uygulama

Kararın yargısal uygulamadaki etkisi de oldukça belirgindir. AYM'nin marka hakkını mülkiyet hakkı kapsamında değerlendirmesi pek çok mahkeme kararında da teyit edilmektedir.. Örneğin Yargıtay bir kararında marka hakkının

<sup>31</sup> Detaylı açıklama için bkz. Paşlı, A. (2014). Uluslararası Antlaşmaların Türk Marka Hukukunun Esasına İlişkin Etkileri, Vedat Yayınları, İstanbul, s. 6 vd.; Anayasa Mahkemesi, E.2004/81, K.2008/48, 31.01.2008, Resmi Gazete, 20.03.2008, Sayı: 26822, §. 7; Anayasa Mahkemesi, E.2013/147, K.2014/75, 09.04.2014, Resmi Gazete, 24.07.2014, Sayı: 29070, §. 11. Anayasa Mahkemesi'nin 23.12.2015 tarihli kararı da burada atf yapılan kaynakları desteklemektedir. Anayasa Mahkemesi'nin istikrarlı biçimde marka hakkını anayasal olarak mülkiyet hakkına dahil etmesi doktrindeki *Paşlı* gibi yazarlardan da destek görmüştür.

gayri maddi bir hak olduğunu, mutlak olduğunu ve ekonomik bir değer taşıdığını belirtmiştir<sup>32</sup>. AYM başka kararlarında da fikri mülkiyet haklarını ve dolayısıyla marka hakkını anayasal olarak mülkiyet hakkına dahil etmiştir<sup>33</sup>. Bu durum, marka tescil davalarında hukuki belirliliğin sağlanmasına ve takdir yetkisinin sınırlarının belirlenmesine katkıda bulunmaktadır.

Ayrıca karar, marka tescil başvurularının değerlendirilmesinde hem mutlak hem de nispi ret nedenlerinin anayasal sınırlar içinde yorumlanması gerektiğini ortaya koymaktadır. Bu yaklaşım, uygulamada marka sahipleri ve üçüncü kişiler açısından öngörülebilirliği artırmakta ve piyasa güvenliğini sağlamaktadır.

### Uygulama Örnekleri ve Etkisi

Kararın ardından marka tescil ofislerinde ve mahkemelerde, ayırt edicilik ve karıştırılma ihtimali kriterlerinin daha titiz ve bütüncül bir değerlendirme sürecine tabi tutulduğu gözlemlenmektedir. Özellikle belirsiz veya genel ifadeler içeren markaların reddi, AYM'nin vurguladığı hukuki belirlilik ve kamu yararı ilkeleri doğrultusunda yapılmaktadır. Bu durum, marka hukukunda hem doktrinsel hem de uygulamalı perspektiflerden kararın uzun vadeli etkisini göstermektedir.

### Sonuç Değerlendirmesi

Anayasa Mahkemesi'nin E.2015/15, K.2015/118 sayılı kararı, marka hukuku alanında doktrinsel ve uygulamalı olarak bütüncül bir referans noktası oluşturmuştur. Karar, marka tescil sisteminin teknik unsurlarını anayasal ilkelerle uyumlu hale getirerek, hukuki belirliliği güçlendirmiş ve piyasa düzeninin korunmasına katkı sağlamıştır. Bu nedenle karar, marka hukukunun gelişimi ve uygulamada istikrarın sağlanması açısından kritik bir öneme sahiptir.

### SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Anayasa Mahkemesi'nin 23.12.2015 tarihli ve E.2015/15, K.2015/118 sayılı kararı, marka hukukunun anayasal ilkelerle bütünleştiği önemli bir içtihat niteliği taşımaktadır. Karar, marka tesciline ilişkin hükümlerin yalnızca teknik unsurlar çerçevesinde değil, aynı zamanda mülkiyet hakkı, hukuki belirlilik ve kamu yararı ilkeleri doğrultusunda değerlendirilmesi gerektiğini ortaya koymuştur. Böylece marka hukuku, piyasa düzeni, tüketici güveni ve hak sahiplerinin korunması açısından anayasal bir perspektife kavuşmuştur.

Kararın öne çıkan katkılarından biri, ayırt edicilik ve karıştırılma ihtimali gibi teknik marka hukuku kavramlarının anayasal çerçevede yorumlanmasıdır. Mahkeme, belirsiz veya genel işaretlerin tescil edilmemesinin hem marka sahibinin hem de üçüncü kişilerin haklarının korunmasına hizmet ettiğini vurgulamış; hukuki belirliliğin ve piyasa güvenliğinin sağlanması açısından bu kriterleri merkezi bir unsur olarak değerlendirmiştir. Bu yaklaşım, marka tescil sisteminin öngörülebilirliğini artırmış ve uygulamada standartların netleşmesine katkı sağlamıştır.

Markanın ayırt edicilik unsurunun üçüncü kişileri de etkilemesi Mahkeme'nin, 556 sayılı KHK'nin yedinci maddesinin birinci fıkrasının b bendinde mutlak ret nedeni olarak düzenlenmesini haklı görmesine neden olmuştur. Nitekim 556 sayılı KHK'deki bu düzenleme, 6769 sayılı SMK'de de dördüncü ve beşinci madde de korunmuştur.

Karar aynı zamanda 556 sayılı KHK ve 6769 sayılı SMK bağlamında normatif sürekliliğin sağlanmasına da katkıda bulunmuştur. Mahkeme, mevcut düzenlemelerin anayasal normlarla uyumlu olduğunu teyit ederek marka tescil sistemine güvence sağlamıştır. Bu durum, marka başvurularının değerlendirilmesinde hak sahipleri ve üçüncü kişiler için öngörülebilirliği güçlendirmiştir.

Doktrinde marka hakkının mülkiyetin konusunu oluşturup oluşturmadığı ile ilgili bir fikir birliği yoktur. Ancak marka ve marka gibi diğer fikri ve sınai hakların TMK kapsamında olmasa da anayasal düzlemde mülkiyet hakkına dahil edilmesi, bu hakların anayasal olarak korunması anlamına gelecektir. Bu da giderek daha önemli hale gelen fikri çalışmalarını teşvik edecek ve destekleyecektir. Bu sebeplerden dolayı doktrinsel açıdan bakıldığında, karar marka hukukunda anayasal ilkelerin uygulanabilirliğini gösteren bir referans noktası oluşturmuştur. Akademik literatürde marka hakkının mülkiyet hakkı kapsamında değerlendirilmesi ve ayırt edicilik ile hukuki belirlilik ilkelerinin anayasal bağlamda yorumlanması, karar sayesinde somutlaştırılmıştır. Uygulamada ise Yargıtay ve Uyuşmazlık Mahkemesi kararlarında bu yaklaşım sıkça referans alınmaktadır.

Sonuç olarak, Anayasa Mahkemesi'nin kararı, marka hukukunun hem teknik hem de anayasal boyutlarını birleştiren bütüncül bir çerçeve sunmaktadır. Karar, marka tescil süreçlerinde hukuki belirliliğin sağlanması, mülkiyet hakkının korunması ve tüketici güveninin gözetilmesi açısından yol gösterici olmuştur. Marka hukukunun gelişimi ve uygulamadaki istikrarın sağlanması bakımından söz konusu içtihat, uzun vadede hem doktrinsel hem de uygulamalı perspektiflerden kritik bir öneme sahiptir.

<sup>32</sup> Yarg. 11. HD., T. 09.04.2001, E. 2001/844, K. 2001/3429, <https://www.lexpera.com.tr/> (son erişim: 19.04.2026).

<sup>33</sup> Anayasa Mahkemesi, E.2015/49, K.2015/46, 13.05.2015, §.10; Anayasa Mahkemesi, E.2015/33, K.2015/50, 27.05.2015, §.10; Anayasa Mahkemesi, E.2016/148, K.2016/189, 13.12.2016, §.13. <https://normkararlarbilgibankasi.anayasa.gov.tr/> (son erişim:19.04.2026).

**KAYNAKÇA**

- Arkan, S. (1997). Marka Hukuku, Adalet Yayınları, Ankara.
- Arkan, S. (2025). Ticari İşletme Hukuku (31. Baskı), Banka ve Ticaret Hukuku Araştırma Enstitüsü Yayınları, Ankara.
- Ayan, M. (2016). Eşya Hukuku-II Mülkiyet (9. Baskı), Seçkin Yayınları, Ankara.
- Bahadır, Z. (2007). “Markanın Tescili ve Tescilin Hukuki Sonuçları”, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Balık, İ. (2013). “Marka Hukukunda Kötüniyet Kavramı”, Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Çolak, U. (2018). Türk Marka Hukuku, On İki Levha Yayınları, İstanbul.
- Dinçer, M. (2018). Marka Hukuku ve Anayasa, Seçkin Yayınları, Ankara.
- Dirikkan, H. (2003). Tanınmış Markanın Korunması, Seçkin Yayınları, Ankara.
- Eren, F. (2024). Mülkiyet Hukuku (8. Baskı), Legem Yayınları, Ankara.
- Karan, H. & Kılıç, M. (2004). Markaların Korunması 556 Sayılı KHK Şerhi ve İlgili Mevzuat, Turhan Yayınları, Ankara.
- Kaya, A. (2024). Marka Hukuku (2. Baskı), Vedat Yayınları, İstanbul.
- Nomer, H.N. & Ergüne, M.S. (2020). Eşya Hukuku (8. Baskı), On İki Levha Yayınları, İstanbul.
- Oğuzman, M.K; Seliçi, Ö. & Oktay Özdemir, S. (2022). Eşya Hukuku (24. Baskı), Filiz Yayınları, İstanbul.
- Paslı, A. (2014). Uluslararası Antlaşmaların Türk Marka Hukukunun Esasına İlişkin Etkileri, Vedat Yayınları, İstanbul.
- Sezgin, S. (2022). “Markanın Hükümsüzlüğü Davası ve Hukuki Sonuçları”, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Medipol Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Suluk, C.; Karasu, R. & Nal, T. (2024). Fikri Mülkiyet Hukuku (8. Baskı), Seçkin Yayınları, Ankara.
- Taşkın, T. (2023). “Marka Hakkı, Markanın Kullanılması ve tazminat davalarında kullanmama def-I”, İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 22(48):1237-1256. doi: 10.46928/iticusbe.1209307.
- Tekinalp, Ü.; Okutan Nilsson, G. & Şehirli Çelik, F.H. (2025). Tekinalp Fikri Mülkiyet Hukuku (6. Baskı), On İki Levha Yayınları, İstanbul.
- Tosun, İ. (2013). “Markanın Tescili ve Türk Patent Enstitüsü Kararlarına Karşı Başvurulacak Hukuki Yollar”, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Ülgen, H.; Helvacı, M. & Kaya A. & Nomer Ertan, N.F. (2022). Ticari İşletme Hukuku (8. Baskı), Vedat Yayınları.
- Yasaman, H.; Ayoğlu, T. & Yusufoglu Bilgin, F. & Memiş Kartal, P. & Yüksel, Sinan H. & Yasaman Z. (2021). Sınai Mülkiyet Kanunu Şerhi, Seçkin Yayınları, Ankara.
- Yılmaz, L. (2008). Marka Olabilecek İşaretler ve Mutlak Tescil Engelleri, Beta Yayınları.
- Anheuser-Busch Inc. v. Portugal, Başvuru No: 73049/01, Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi, 11.01.2007.
- Smith Kline and French Laboratories Ltd v. the Netherlands, Başvuru No: 12633/87, Avrupa İnsan Hakları Komisyonu Kararı, 04.10.1990.
- Anayasa Mahkemesi, E.2004/81, K.2008/48, 31.01.2008, Resmi Gazete, 20.03.2008, Sayı: 26822.
- Anayasa Mahkemesi, E.2013/147, K.2014/75, 09.04.2014, Resmi Gazete, 24.07.2014, Sayı: 29070.
- Anayasa Mahkemesi, E.2015/15, K.2015/118, 23.12.2015, Resmî Gazete, 28.01.2016, Sayı: 29607.
- Anayasa Mahkemesi, E.2015/33, K.2015/50, 13.05.2015, Resmi Gazete, 02.06.2015, Sayı: 29374.
- Anayasa Mahkemesi, E.2015/49, K.2015/46, 13.05.2015, Resmi Gazete, 15.05.2015, Sayı: 29356.
- Anayasa Mahkemesi, E.2016/148, K.2016/189, 13.12.2016, Resmi Gazete, 06.01.2017, Sayı: 29940.
- Yarg. 11. HD., T. 09.04.2001, E. 2001/844, K. 2001/3429.
- 556 sayılı Markaların Korunması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname, Resmî Gazete, 27.06.1995, Sayı: 22326.

6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu, Resmî Gazete, 10.01.2017, Sayı: 29944.

<https://www.lexpera.com.tr/>.

<https://normkararlarbilgibankasi.anayasa.gov.tr/>.