

## KULLANMAMA NEDENİYLE TESCİL EDİLMİŞ MARKANIN HÜKÜMSÜZLÜĞÜNE İLİŞKİN UYGULAMADAKİ SORUNLAR

Yılmaz YÖRDEM\*

### ÖZ

Sahibine inhisarı haklar tanıyan ve bu çerçevede çok geniş yetkiler bahşeden tescilli marka, maddi olmayan sınai bir haktır. Tescil edilmek suretiyle kazanılan ve usulünce kullanarak hayat boyunca sürdürülebilecek olan bu haklar, sahibine tanıdığı nimetler nispetinde bazı yükümlülükler de yüklemektedir. 556 Sayılı Markaların Korunması Hakkındaki Kanun Hükmünde Kararnamenin 14. Maddesinde hükmünü bulan söz konusu yükümlülüklerden öncelikli olan “*markanın kullanılması zorunluluğu*”dur. Zira markanın, MarkKHK’da öngörülen tanımını koruyabilmesi, ticaret sahasında ciddi kullanımı gerektirmektedir. Aksi halde bu hakkın kaybına yol açabilecektir.

556 sayılı Markaların Korunması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname, Türk Hukukunda markalarla ilgili esas düzenleme olarak Kabul edilir. MarkKHK 14. maddesi 1. fıkrasına 1’e göre, “*Markanın, tescil tarihinden itibaren beş yıl içinde, haklı bir neden olmadan kullanılmaması veya bu kullanıma beş yıllık bir süre için kesintisiz ara verilmesi halinde, marka iptal edilir*”. Buna göre, tescil tarihinden itibaren markanın beş yıl içinde haklı bir neden olmadan kullanılmaması durumunda marka iptal edilecektir. Yetkili

---

\* Dr. Dicle Üniversitesi Hukuk Fakültesi Anabilim Dalı Araştırma Görevlisi,  
E-mail: [yilmazyordem@hotmail.com](mailto:yilmazyordem@hotmail.com).

Makalenin Gönderim Tarihi : 22.01.2016.

Makalenin Kabul Tarihi : 12.02.2016.

## Kullanmama Nedeniyle Tescil Edilmiş Markanın Hükümsüzlüğüne İlişkin Uygulamadaki Sorunlar

makamlar tarafından alınan tedbirler sonucu üretimin yapılamamış olması ya da malın satışa sunulması için gerekli iznin verilmemiş olması gibi, marka sahibinin etki alanı dışında kalan durumlar bu anlamda haklı neden olarak kabul edilebilecektir. Markanın yurt içinde tescil edildiği mal veya hizmetlerde, tescil amacına yönelik olarak ciddi, süreklilik arz eden, aktif ve markaya has olarak, marka malikinin kullanma fiilleri, markanın kullanılması olgusunu belirleyecektir.

**Anahtar Kelimeler:** Marka, kullanılmama nedeniyle markanın hükümsüzlüğü, markanın geçersizliği, markayı kullanma zorunluluğu.

## DUE TO USE RELATED TO HAVE BEEN REGISTERED TRADEMARK NULLITY IMPLEMENTATION ISSUES

### ABSTRACT

Has the exclusive rights recognized and registered trademark confers wide powers in this context is an absolute right. Gained by using duly registered and that these rights can be maintained for life, familiar with the blessings imposes some obligations in proportion. Brand Decree No. 556 of Article 14 of Law on the Protection of the judgment finding that these obligations take precedence over "the use of the brand must" stop. Because the brand is able to maintain the definition set forth in markkhk' trade requires significant use in the field. Doing so could lead to loss of this right.

No. 556 of the Law on Protection Decree is adopted mainly in the Turkish legal regulations regarding brand. Markkhk by 1 Article 14 paragraph 1, "*Brand, from the registration within five years, without a justifiable reason for not using or case of continuous call for a five year period to the use of the brand will be canceled.*"

At home, the brand has been registered for goods or services, for registration purposes, which supply continuity, serious, active and brand-specific verb to use the trademark owner, determines the cases the use of the brand. Accordingly, markkhk. According to Paragraph 1 of Article 14, without a justified reason from the registration within five years of the brand's trademark will be canceled if not used. As not given permission to be submitted to the lack of production as a result of measures taken by the authorities or the sale of goods, the situation is outside the domain of brand owners are accepted as justifiable cause in this regard.

**Keywords:** Trademark, trademark because of the invalidity of use, the invalidity of the trademark, obligation use of the mark.

## I. GİRİŞ

Tanınmış olma niteliğine sahip olan bir marka, 556 sayılı Markaların Korunması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname 7. Maddesinin a Fıkrası ve 8. Maddesinin b Fıkrası uyarınca marka siciline tescil edilmemiş olsa bile, aynı veya benzeri bir markanın sicile tescil edilmesine engel olacaktır<sup>1</sup>. Söz konusu koruma, KHK'nin sadece tanınmış markaya sağladığı benzer olmayan mal ve hizmetler için öngörülmüştür<sup>2</sup>.

Marka üzerindeki hakkın kazanılması için, markanın marka siciline tescil edilmesi yeterli ise de, söz konusu hakkın devam etmesi için, markayı, marka ile ilgili MarkKHK'nin öngördüğü biçimde kullanmaya devam etmek gerekmektedir<sup>3</sup>.

Burada yapılması istenen şudur; sahibi tarafından kullanılmayan ya da ilgili MarkKHK'de öngörülen şekil ve esaslara uygun biçimde kullanılmayan ve kullanılması için başkalarına izin verilmeyen bir markanın, gereksiz bir biçimde sahibi tarafından tekeline alınmasını önlemek ve kullanılmayan markanın tescil edilmesi nedeniyle, marka sicilini gereksiz yere işgal edilmesini engellemektir. Kullanılmayan bir markanın tescil edilmesi, gereksiz yere başkalarının o markadan yararlanmasını da engeller. Söz konusu kullanımdan ne anlaşılması gerektiği, kullanmanın niteliği ve ispat sorunu, uygulamada üzerinde en sık tartışılan konulardır. 556 Sayılı MarkKHK' de bu hususlarda, çok

---

1 Markaların Korunması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname. 27.06.1995 tarih 22326 sayılı RG.; Nomer, Füsün N.; Tanınmış Marka, Nike, Erdoğan Moroğlu'na 65. Yaş Günü Armağanı, İstanbul 1999, s. 485-486; Kayıhan, Şaban; Yargıtay Kararları Işığında Tanınmış Marka, AÜEHFD, C. IV, S. 1-2, Haziran 2003, s. 424.

2 Dirikkan Hanife; Tanınmış Markanın Korunması, Ankara 2003, s. 229; Adıgüzel, Burak, Tescil Edilmiş Tanınmış Markanın Kullanmama Nedeniyle Kısmen Hükümsüzlüğü Sorunu (Bir Yargıtay Hukuk Genel Kurul Kararının Değerlendirilmesi), Dokuz Eylül Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi Cilt: 15, Özel S., 2013, s. 1019-1044.

3 Bilgili, Fatih: "Yargıtay Kararları Uygulamasında 556 Sayılı Markaların Korunması Hakkında KHK'ya Göre Tescili Markanın Kullanılması Zorunluluğu", TBB Dergisi, Sayı: 74, 2008, s. 29.

Kullanmama Nedeniyle Tescil Edilmiş Markanın Hükümsüzlüğüne İlişkin  
Uygulamadaki Sorunlar

genel bir çerçeve çizilerek net tanımlar yapılmamış ve konu uygulamacılara bırakılmıştır<sup>4</sup>.

Sahibine inhisari bir yetki veren ve herkese karşı ileri sürülebilen marka hakkı, maddi olmayan sınai bir hak niteliğindedir. Marka hakkı ile ilgili koruma tescil ile kazanılmaktadır. Nitekim Markaların Korunması Hakkındaki 556 sayılı MarkKHK'nın 6. maddesinde “*Bu Kanun Hükmünde Kararname ile sağlanan marka koruması tescil yoluyla elde edilir*”. MarkKHK'nın 9/3 maddesinde ise “*Markanın sahibine sağladığı haklar, üçüncü kişilere karşı marka tescilinin yayın tarihi itibarıyla hüküm ifade eder. Marka tescil başvurusunun bültende yayınlanmasından sonra gerçekleşen ve marka tescilinin ilan edilmesi halinde yasaklanması söz konusu olabilecek fiiller nedeniyle başvuru sahibi, tazminat davası açmaya yetkilidir. Mahkeme, öne sürülen iddiaların geçerliliğine ilişkin olarak tescilin yayınlanmasından önce karar veremez.*” demekle, haktan faydalanmanın tescil ile mümkün olacağını ortaya koymuştur (MarkKHK m.6, 9/3)<sup>5</sup>.

Marka siciline tescil ile doğan marka hakkı, usulü dairesinde yenilenmiş olması durumunda süre sınırına tabi olmayan bir hak niteliğinde olduğundan hem ulusal hem de uluslararası hukukta çokça tercih edildiği görülmektedir. Ne var ki, ulusal hukukta olduğu gibi uluslararası hukukta da markaya özgü tescilli hakların korunması ve elde tutulması, hakkaniyet ölçüsünde bir takım sorumluluklara tabi tutulmuştur. Bunlardan biri “*Markayı Gereğince Korumak*” ilkesidir. Diğeri ise, “*Markanın Usulünce Kullanılması Zorunluluğu*” ilkesidir<sup>6</sup>.

Markasının usulünce kullanmamasının yaptırımı, ilgililer tarafından markanın iptal edilebilirliğidir. Bu durum, MarkKHK 14. Maddesi 1. Fıkrasında “*Markanın, tescil tarihinden itibaren beş yıl içinde, haklı bir neden olmadan kullanılmaması veya bu kullanıma beş*

<sup>4</sup> Arkan, Sabih: Markalar Hukuku, C. II., Ankara, 1992, s. 145.

<sup>5</sup> Kahveci, Burcu: “Tescilli Markanın Kullanılma Yükümlülüğü”, Başkent Üniversitesi SBE, Ankara 2008 (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), s. 59.

<sup>6</sup> Söz konusu ilkeleri irdeleyen bir Avrupa Birliği Adalet Divanı Kararı (Rs. C-236/08 -C-238/08) için bkz. Azarkan, Necat: Urteil des Europäischen Gerichtshofes zur Nutzung von Marken in Google-Adwords-Anzeigen Rs. C-236/08 –C-238/08 – vom 23. März 2010 – Revolution Des Online Werbemarktes Oder Freies Ticket Für Markenverletzungen?, Ankara Avrupa Çalışmaları Dergisi, C. 10, No: 1, Ankara 2011, s. 29 vd.

*yıllık bir süre için kesintisiz ara verilmesi halinde, marka iptal edilir.*” olarak belirtilmiştir. Genel olarak, markanın hükümsüz kılınması ile ilgili bazı sebepler, başlangıçtaki sakatlığa dayanırken, markanın usulünce kullanılmaması sonucunda iptali ise markanın tescilinden sonra doğan sebebe dayanır<sup>7</sup>.

Diğer yandan, MarkKHK. 14. Maddesi 1. Fıkrası hükmünden anlıyoruz ki, marka hakkının hukuki koruma göre bilmesi için, markanın MarkKHK’de geçtiği şekliyle kullanılması gerekmektedir (MarkKHK. m. 14)<sup>8</sup>. Bu konuda, markayı kullanma niyeti gibi “*sübjektif kriterler*” ve malın hangi işletmeyi tanıttığı belli olmayacak şekilde, markaya sadece fiyat listelerinde yer vermek, marka hakkının hukuki koruma görebilmesi için yeterli değildir<sup>9</sup>.

Bununla beraber, şu fiillerin yapılması, mevzuata uygun olarak markayı kullanma sayılacak, şunların yapılması, mevzuata uygun olarak markayı kullanma sayılmayacak, şeklinde, markayı kullanma babından önceden yapılan fiillerin şematüğünü yapmak mümkün değildir. Dolayısıyla, her somut olaydaki fiillerin türüne, kapsamına, süresine ve uyumsuzluk konusu malın üretimini ve ticareti işiyle meşgul olan işletmelerdeki özel ilişkilere göre belirlenen kriterler araştırılmalı ve sonucuna göre değerlendirme yapılmalıdır<sup>10</sup>.

Nitekim yüksek mahkeme Yargıtay 11. HD. 19.10.2000 T., 2000/7005 E., 2000/7974 K., sayılı ilamında konu ile ilgili bir kararında “*Markanın kullanılmadığı iddiası ile ilgili olarak, marka sahibinin ticari defter ve faturaları üzerinde bilirkişi incelemesi yaptırılmalı; KHK m. 14’te belirtilen kullanma biçimlerinin gerçekleşip gerçekleşmediği belirlenmeli ve markanın hükümsüzlüğüne buna göre karar verilmelidir...*” şeklinde karar vermiştir.

<sup>7</sup> Karahan, Sami: “Marka Hukukunda Hükümsüzlük Davaları”, Konya 2002, s. 130.

<sup>8</sup> Tekinalp, Ünal, Fikri Mülkiyet Hukuku, s. 388, İstanbul, 1999.

<sup>9</sup> Dirikkan, Hanife, Tescilli Markayı Kullanma Külfeti, Prof. Dr. Oğuz İmregün’e Armağan, s. 235, İstanbul, 1998.

<sup>10</sup> Dirikkan, Hanife, s. 235.

## II. MARKA HAKKINDA GENEL BİLGİ

Tanınmış marka kavramını iyi olarak kavrayabilmek için öncelikle markanın ne olduğunu açıklamak gerekir. Dolayısıyla bu bölümde marka kavramı kısaca incelenecek, muhtelif tanımlar ve bazı önemli kavramlar üzerinde durulacaktır.

### A. Marka Kavramı

556 sayılı Markaların Korunması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname, Türk Marka Hukuku'nda temel başvuru kaynağı olarak kabul edilmektedir. Markanın tanımı söz konusu kararnamede doğrudan düzenlenmemiş olmakla beraber kararnamenin 5. maddesinde hangi işaretlerin marka olarak kabul edileceği düzenlenmiş ve dolaylı olarak bir tanım yapılmıştır. KHK'nın söz konusu maddesine göre;

*“Marka, bir teşebbüsün mal veya hizmetlerini bir baksa teşebbüsün mal veya hizmetlerinden ayırt etmeyi sağlaması koşuluyla, kişi adları dâhil, özellikle sözcükler, şekiller, harfler, sayılar malların biçimi veya ambalajları gibi çizimle görüntülenebilen veya benzer biçimde ifade edilebilen, baskı yoluyla yayınlanabilen ve çoğaltılabilen her türlü işaretleri içerir.”* Bu hüküm gözönünde bulundurularak marka, bir teşebbüsün mal veya hizmetlerini bir diğer teşebbüsün mal veya hizmetlerinden ayıran her türlü işarettir. Şeklinde tanımlanabilir<sup>11</sup>. Tanımda söz edilen işaret kavramının çok geniş olarak algılanması gerekmektedir. Logolar, tasarımlar, grafikler, kişi adları, renkler, sayılar, sözcükler harfler, ambalajlar, malların biçimi, ve hatta melodilerin bile marka olarak tescil edilmesinde bir beis bulunmamaktadır<sup>12</sup>. Marka olarak seçilebilecek söz konusu işaretlerin üçüncü şahıslara ait işaretlerden farklılık göstermesi gerekmektedir ki seçilen işaretin ayırt edicilik vasfı ortaya çıkabilsin ve marka olarak tescil edilmesi mümkün olabilsin<sup>13</sup>.

<sup>11</sup> Tekinalp, Ünal: Fikri Mülkiyet Hukuku, 2004, İstanbul, s. 339; Dirikkan, Hanife: Tanınmış Markanın Korunması, 2003, İstanbul, s. 5.

<sup>12</sup> Tekinalp, Ünal: s. 343

<sup>13</sup> Tekinalp, Ünal: s. 343

## **B. Markanın İşlevleri**

Kişileri marka seçmeye, tescil ettirmeye ve kullanmaya özendirir bazı temel özellikler vardır ki bu özellikler, Hukuk düzeninin sağladığı üstün hukuki koruma dolayısıyla, marka seçmek, oluşturmak herkes için cazip hale gelmiştir. Aşağıda öz ve kısaca yazılı hususlar markanın işlevleri olarak sayılabilir.

### **1. Ayırt Etme İşlevi**

Marka, muhatap tüketicilerin, işletmesinin mal veya hizmetlerini diğerlerinden ayırması ve marka ile karşılaştığında söz konusu mal veya hizmeti yeniden tanınması ve bilmesi imkanını sağlar. Bu şekilde marka, benzer ürünler arasında kendini gösterir ve farklılaşır<sup>14</sup>.

### **2. Köken Belirtme İşlevi**

Özellikle dünya ticaretinin küreselleşmesinin bir sonucu olarak uluslar, toplumlar ve yerel gruplar arasındaki karşılıklı ilişki ve etkileşimlerin hızlanması, gelişmesi, derinleşmesi ve dolayısıyla ürün portföyünün artmasıyla birlikte üretilen bir ürün veya sunulan hizmetin hangi işletme tarafından üretildiğinin ya da kim ya da kimler tarafından piyasaya sunulduğunun gösterilmesi önem kazanmıştır<sup>15</sup>. Bu bağlamda malın ya da hizmetin alıcısı olan kimse, marka ile teşebbüs arasında bağlantı kurabilecektir.

### **3. Kalite Belirtme İşlevi**

Bir malın, ürünün ya da hizmetin kalitesi marka ile garanti edilmemektedir. Ne var ki markanın her zaman belli bir kalite seviyesini yakalaması o markanın ekonomik değeri bakımından büyük önem taşıdığı da kuşkusuzdur.

---

<sup>14</sup> Dirikkan, Hanife: (Korunma), s. 11.

<sup>15</sup> Küreselleşmenin dünya ticareti üzerindeki etkileri için bkz. Azarkan, Necat: Dünya Ticaretinin Küreselleşmesi Bağlamında Yabancı Şirketlerin Yerleşim Özgürlüğü, Regesta Ticaret Hukuku Dergisi, İstanbul Ticaret Odası Yayınları, C. 3, S. 1, İstanbul 2013, s. 79 vd.

#### 4. Reklam İşlevi

Marka aracılığıyla tüketicilerin malı ya da hizmeti tanınması ve satın alması reklam yoluyla mümkün olabilmektedir. Markanın tanınmışlık ve bilinmişlik seviyesinin yükselmesi, mal, ürün ya da hizmetin daha çok kimselerce bilinmesini temin edecek ve markaya sağlanan hukuki koruma da artacaktır.

### III. TANINMIŞ MARKA KAVRAMI VE TANINMIŞ MARKA KORUMASININ KAPSAMI

#### A. Tanınmış Marka Kavramı

Tanınmış markaya ilişkin olarak, pek çok tanım yapılmış olmakla beraber, gerek 551 sayılı eski Markalar Kanununda gerekse 556 sayılı KHK'de bu konuda bir tanım yapılmış değildir<sup>16</sup>. Tanınmış marka ile ilgili 551 sayılı Kanunun 11. Maddesinin 1. fıkrasında, “*Memleketimizde tescil edilmiş olan dünya veya memleket çapında tanınmış yabancı veya yerli markaların ve benzerlerinin başka emtia için tescili, tanınmış marka sahibinin izni ile mümkündür*” hükmü düzenlenmişti. Görüleceği üzere kanun hükmünde, tanınmış markadan, dünya ve Türkiye çapında tanınmış olmak şeklinde söz edilmiştir. Burada bahsedilen tanınma, markanın geniş ya da çok geniş bir halk kitlesi tarafından bilinmesi ve genel bir değere ulaşmış olmasıdır<sup>17</sup>.

Uygulamada yüksek mahkeme Yargıtay, tanınmış markayı, bir şahsa veya teşebbüse sıkı bir şekilde aidiyet, garanti, kalite, kuvvetli reklam, yaygın bir dağıtım sistemine bağlı müşteri, akraba, dost, düşman ayrımı yapılmadan coğrafi sınır, kültür, yaş farkı gözetmeksizin aynı çevredeki insanlar tarafından refleks halinde ortaya çıkan bir çağırışım olarak ortaya koymuştur<sup>18</sup>. Yüksek mahkeme bir başka kararında

<sup>16</sup> Tekinalp, Ünal: Fikri Mülkiyet Hukuku, 5. Baskı İstanbul 2012, s. 411; Yasaman Hamdi; Tanınmış Markalar, Halil Arslanlı'nın Anısına Armağan, İstanbul 1978, s. 691; Adıgüzel, Burak, s. 1021.

<sup>17</sup> YASAMAN, Hamdi, s. 693; ŞENOCAK, Kemal: Toplumda Tanınmışlık Düzeyine Erişmiş Markanın Farklı Mal veya Hizmetlere İlişkin Korunması (556 sayılı KHK m.8/IV), Batıder, Haziran 2009, C.XXV, S. 2, s. 145.

<sup>18</sup> Y.11.HD. 1303.1998 tarih 1997/5647 E. 1998/1704 K., 23.03.2000 tarih 1999/8859 E. 2000/2229 K. sayılı ilamları, Kaya Arslan; Marka Hukuku, İstanbul 2006, s. 120 ve dn.108.



ise, “Davacının tanınmış markası, davalı tarafından başka mallarda kullanılmak üzere tescil edilmiştir. Davalı markasının, davacının tanınmış markasının toplumda yarattığı isimden yararlanacağı, yani kendisine haksız avantaj sağlayacağı kuşkusuzdur. Hal böyle olunca, 556 sayılı Markaların Korunması Hakkındaki KHK.nin 9/c maddesinde Öngörülen koruma halinin gerçekleştiğinin kabulü gerekir”<sup>19</sup>. Şeklinde karar vermiştir.

Doktrinde tanınmış marka, tanınmış mal ve hizmetlerle ilgisi olmayan kişilerce bilinen, toplum nezdinde tanınırlık seviyesi sebebiyle tescilli olduğu mal ve hizmetten bir ölçüde bağımsızlaşan, benzer veya farklı mal ve hizmette kullanılması durumunda da alıcılar nezdindeki bilinirliği ve oluşturduğu güven sebebiyle kullanana ekonomik fayda sağlayan marka şeklinde tanımlanmıştır<sup>20</sup>. Diğer yandan, 556 sayılı KHK, marka tescilinde mutlak ret sebeplerini düzenleyen 7. maddesinin birinci fıkrasının (1) bendinde ve Paris Sözleşmesinin 1. mükerrer 6. Maddesi hükmünde tanınmış markayla ilgili olarak düzenleme bulunmaktadır. Ancak Paris Sözleşmesinin söz edilen madde hükmünde, tanınmış marka tanımı verilmiş değildir<sup>21</sup>.

Markanın nispi ret nedenlerini düzenleyen 556 sayılı KHK’nın 8. Maddesinin 4. Fıkrasında yer alan tanınmış marka ile herkesçe bilinen markanın aynı olmadığı, Paris Sözleşmesinin ilgili hükmünde, bir kişiye ait olduğu herkesçe bilinen markanın, yalnız aynı veya benzeri ürünler için başkası adına tescilini yasaklamasına karşın, KHK 8. Maddesinin 4. Fıkrası anlamında tanınmış markanın farklı mal ve hizmetler için dahi tescili mümkün olmadığı gibi, tanınmış marka ile herkes tarafından bilinen markanın aynı olup olmadığı hususunda farklı görüşler ileri sürülmüştür<sup>22</sup>. Kişiye ait olduğu bilinen markanın kullanıldığı o mal veya hizmetle ilgili çevrenin büyük bir kesimince bilinmesi yeterli olarak görülmektedir. Tanınmış markada ise reklam gücü yüksek, kalite

---

<sup>19</sup> Y. 11. HD. 2000/5331 E. 2000/6265 K. 03.07.2000 T. Sayılı Karar.

<sup>20</sup> Kaya Arslan; s. 120.

<sup>21</sup> Ayoğlu Tolga, Türk Hukukunda Tanınmış Markalara Sağlanan Koruma, Fikri Mülkiyet Hukuku Yıllığı 2009, İstanbul 2009, s. 121; Adıgüzel, Burak, s. 1022.

<sup>22</sup> Kaya, Arslan, 118; Adıgüzel, Burak, s. 1022; Arkan Sabih; Marka Hukuku, C. I, Ankara 1997, s. 92-93.

Kullanmama Nedeniyle Tescil Edilmiş Markanın Hükümsüzlüğüne İlişkin  
Uygulamadaki Sorunlar

sembölü haline gelmiş bir markanın, markayı taşıyan mal ve hizmetler dışında da bilinmesi gerektiği esas olarak kabul edilmiştir<sup>23</sup>.

Paris Sözleşmesinin 1 mükerrer 6. maddesindeki herkes tarafından bilinen markanın, geniş halk kitleleri tarafından bilinen ve yüksek iktisadi değere sahip marka olması sebebiyle, 556 sayılı KHK'nin 8. Maddesinin 4. Fıkrasında yer alan markayı da karşıladığı doktrinde diğer bazı görüş sahipleri tarafından ileri sürülmüştür<sup>24</sup>. Bu konuda üçüncü bir görüş sahipleri tarafından, tanınmış markanın üst bir kavram olduğu, diğer bir ifadeyle her iki durum içinde, tanınmış markadan söz edilmesi gerektiği, 556 sayılı KHK'nin 7. ve 8. Maddesinde düzenlenmiş tanınmış markada içeriğe bakılarak, koruma şartlarının tespit edilmesine yönelik bir sorun mevcut olduğunu, TRIPS sözleşmesinin 16. Maddesinin 3. fıkrası hükmü uyarınca aradaki koruma farklılığının kaldırıldığı ileri sürülmüştür<sup>25</sup>.

Uygulamada yüksek mahkeme Yargıtay "... *Tanınmış marka tanımında uygulama yeri bulunan bir diğer uluslararası anlaşma da Fikri Mülkiyet Hakları Anlaşması TRIPS'in 16/2 nci maddesi olup, tanınırlık olgusuna daha net ölçütler getirilmiş, markanın ilgili sektörde herkesçe bilinebilir olmasının tanınmış marka kabulünde etken olduğu...*" şeklinde karar vermiştir. Anılan anlaşmanın 16/3 ncü maddesi ile de Paris sözleşmesi'nin 1. mükerrer 6. maddesinin uygulama alanı genişletilmiş, tanınmış markaların farklı mal ve hizmetler yönünden de korunması sağlanmıştır. Bu şekilde, bir markanın tanınmış marka varsayılabilmesi için, dünya çapında bir marka olması, hatta birlik ülkelerinde bilinmesinin icap etmediği, önemli olanın Türkiye'de bilinmesi olduğu biçiminde karar vermiştir<sup>26</sup>. Görüleceği üzere bu kararda, bir markanın tanınmış sayılabilmesi için herhangi bir kişi değil, markanın Türkiye'de hitap ettiği müşteri çevresinin dikkate alınması ve tanınırlığın, önemli bir kesimde ve en azından genel hedef kitledeki orta düzeydeki müşterilerce bilinmesiyle ortaya çıkacağı savunulmuştur<sup>27</sup>.

<sup>23</sup> Dirikkan, Hanife, s. 54-56.; Arkan, Sabih; C. I, s. 93, Ayoğlu, s. 120, Kaya, s. 118, 119; Adıgüzel, Burak, s. 1022.

<sup>24</sup> Tekinalp, Ünal, s. 413; Kayıhan, Şaban s. 426; Adıgüzel, Burak, s. 1024.

<sup>25</sup> Kaya, Arslan, s. 161-162.

<sup>26</sup> Y.11.HD. 03.04.2007 tarih 2005/14028 E. 2007/5223 K. (Kazancı İçtihat Bilgi-5.10.2015).

<sup>27</sup> Adıgüzel, Burak, s. 1024.

Doktrinde Adıgüzel<sup>28</sup> in de haklı olarak ifade ettiği gibi, tanınmış marka kavramı üst bir kavramdır. Söz konusu üst kavram kapsamında, herkes tarafından tanımlanan dünya markası, bilinen marka, maruf marka gibi kavramlar, marka sahibine tanınan korumanın içeriği açısından ve tanınma derecelerine göre ayrıştırılmaktadır. TRIPS 16. maddesi hükmü ile tanınmış marka açısından sağlanan koruma, bütün teorik sınıflandırma ve adlandırılan markaların koruma kapsamı birbirine yaklaştırılmış olmaktadır. Bütün bunlarla beraber, tanınmış markanın tanınmışlığının kabul edilmesi, durum, hal ve koşullara göre, her somut olayın özellikleri göz önünde bulundurularak ve çıkan sonuca göre tespit edilecektir<sup>29</sup>. Kanun koyucunun, bir markanın toplumda tanınmışlık düzeyine eriştiğinin tespitini resmi makamlara ve yargı kararlarına bırakmış olasıda bu kanaati güçlendirmektedir<sup>30</sup>.

## **B. Tanınmış Marka Korumasının Kapsamı**

Tanınmış marka için korumanın kapsamı, 556 sayılı KHK'nin 9. ve 7. Maddesinde düzenlenmiştir. KHK'nin 7/1. maddesinin (1) fıkrasında "*Sahibi tarafından izin verilmeyen Paris Sözleşmesinin 1 inci mükerrer 6 ncı maddesine göre tanınmış markalar*" bir markanın marka siciline tescili bakımından mutlak ret nedeni sayılmıştır. Bununla beraber, kararnamenin söz konusu hükmüne bağlı olarak 8/1. fıkrasının (a) ve (b) bentlerine göre de, tescil edilmiş veya tescil için başvurusu yapılmış bir markanın aynı veya benzerinin tescilini talep etme hali ile tescil edilmiş veya tescili için başvuru talebinde bulunmuş bir markanın tüketici nezdinde iltibas ihtimalinin bulunması ve iltibas ihtimalinin söz konusu marka ile alakalı olması ihtimalini kapsaması durumları nispi ret nedeni olarak kabul edilmiştir. Değınilen hükümler çerçevesinde tanınmış markanın sahibi, markasından doğan haklarını, KHK ilgili maddede belirtilen hallere bağlı olarak ileri sürebilecektir<sup>31</sup>.

Tanınmış marka malikinin, yukarıda değınilen mutlak ve nispi ret sebepleri dolayısıyla 556 sayılı KHK 42. Maddesinin 1. fıkrasının (b) bendi uyarınca, bir şekilde markasının aynısı veya benzeri olarak bir başka markanın tescil edilmiş olması durumunda, bu markaya karşı hükümsüzlük davası açma hakkı bulunmaktadır. 556 sayılı KHK 8.

<sup>28</sup> Adıgüzel, Burak, s. 1024.

<sup>29</sup> Çolak, s. 68; Yasaman, Hamdi (Hizmet Markaları), s. 93.

<sup>30</sup> Şenocak, Kemal, s. 138; Adıgüzel, Burak, s. 1025.

<sup>31</sup> Adıgüzel, Burak, s. 1025.

Kullanmama Nedeniyle Tescil Edilmiş Markanın Hükümsüzlüğüne İlişkin  
Uygulamadaki Sorunlar

maddesinin 4. fıkrasında ise, tanınmış markalarla ilgili özel bir düzenleme yapılmıştır. Buna göre, tanınmış tescilli marka malikinin, markasının aynı mal veya hizmetler veya benzer mal ve hizmetler için bir başka kişinin aynı veya benzer bir markayı tescil ettirmesine engel olabilecektir. Ancak, tanınmış marka malikinin farklı mal ve hizmetler için aynı veya benzer bir markanın tesciline engel olmayacaktır (m.8/4 c.1). Tanınmış marka malikinin uzun, zahmetli ve masraflı çalışması sonucu markasına kazandırdığı imajdan başka bir kişinin karşılıksız yararlanmasının engellenmesi amaç ve düşüncesiyle, tanınmış marka malikine tamamen farklı mal ve hizmetler için de kendi markasının aynı veya benzerinin tescil edilmesine engel olabilecek ve hükümsüzlük davası açabilecektir<sup>32</sup>.

Paris sözleşmesinin 1 inci mükerrer 6. maddesine göre tanınmış markalar, sadece Türkiye’de değil, kaynak ülkede de tanınmış olması gerekecektir. Uysa 556 sayılı KHK 7. Maddesinin 1. fıkrasının (ı) bendi ile 8 maddesi 4. fıkrasına göre tanınmış markanın sadece Türkiye’de tanınmış olması yeterli olacaktır<sup>33</sup>. Herkes tarafından bilinen (*notorisch bekannte*) markanın, aynı zamanda 556 Sayılı KHK’ nin 8. Maddesinin 4. fıkrası ve 9. Maddesinin 1. fıkrasının (c) bendi anlamında tanınmış marka olması durumunda, tanınmış markaya sağlanan başka mal ve hizmetler yönünden korunması söz konusu olacaktır. Diğer bir ifadeyle, tanınmış markanın Paris Sözleşmesinin 1. mükerrer 6. maddesi anlamında tanınması yetmeyecektir. KHK’ nin 8. Maddesinin 4. fıkrası ve 9. Maddesinin 1. fıkrasının (c) bendi hükümlerinde aranan şartların da sağlanması gerekecektir<sup>34</sup>. Ancak Türkiye’de fiilen kullanılmayan ve bilinmeyen markalar menşe ülkede tanınmış olmaları kaydıyla Paris Sözleşmesi anlamında tanınmış marka kabul edilirken, KHK’ nin 8. Maddesinin 4. fıkrasında belirtilen tanınmış markalar, Türkiye sınırları içinde tanınmış markalardır. KHK’ nin 8. Maddesinin 4. fıkrasında belirtilen şartlarla da aynı veya benzer markaların aynı veya farklı sınıfta tescilinin talep edilmesi durumunda nispi ret nedeni oluştururlar<sup>35</sup>. Uysa tanınmış marka, Paris Sözleşmesi anlamında Türkiye sınırları içinde tanınmakta ve kullanılmakta ise, aynı zamanda 556 Sayılı KHK’ nin 8.

---

<sup>32</sup> Arkan, Sabih, C. I, s. 104; Adıgüzel, Burak, s. 1026.

<sup>33</sup> Dirikkan, Hanife, s. 82.

<sup>34</sup> Dirikkan, Hanife, s. 64.

<sup>35</sup> Ayoğlu, Tolga, s. 133-134.

Maddesinin 4. Fıkrası anlamında toplumda tanınmışlık düzeyine sahip marka haline gelmiş olduğu kabul edilir<sup>36</sup>.

Tanınmış markanın aynısı veya benzerinin aynı mal ve hizmetler için tescilli durumunda, tescil tarihinden itibaren beş yıl içinde hükümsüzlük davası açılabilir. Tanınmış markanın tescilinde şayet kötü niyet varsa hükümsüzlük davasında beş yıllık süre söz konusu olmayacaktır. Farklı mal ve hizmetler için tanınmış markanın tescili söz konusu ise, haksız yarar sağlama unsuruna bağlı olarak hükümsüzlük davası açılabilir (556 sayılı KHK m.42/1 bent b). Şu kadar ki, tanınmış marka malikine söz konusu korumanın sağlanabilmesi için, 556 sayılı KHK'nin 8. Maddesinin 4. bendinde ifade edilen, marka itibarından haksız yarar elde etme, marka itibarına zarar verme ve markanın ayırt edici karakterini zedeleme şeklindeki ihlâl hallerinden birinin gerçekleşmiş olması zorunlu bir koşuldur<sup>37</sup>.

#### IV. KULLANMAMA NEDENİYLE MARKANIN HÜKÜMSÜZLÜĞÜ

556 sayılı KHK 14. Maddesinde “*Markanın, tescil tarihinden itibaren beş yıl içinde, haklı bir neden olmadan kullanılmaması veya bu kullanıma beş yıllık bir süre için kesintisiz ara verilmesi halinde, marka iptal edilir*” şeklinde düzenleme yapılmıştır. Bu düzenlemeye göre, tescil tarihinden itibaren beş yıl içinde haklı bir sebep olmaksızın marka kullanılmazsa veya kullanıma beş yıllık bir süre için kesintisiz ara verilirse marka iptal edilir. Belli bir süre zarfında markanın kullanılmamasına bağlanan markanın hükümsüz kılınması ile, marka hakkı malikine tanınan tekel niteliğindeki kullanma ve başkası tarafından kullanımı yasaklama imkânlarının sebepsiz yere tanınmasının engellenmesi ve markanın anlamsız ve yararsız bir şekilde topluma kapatılmasına engel olmak istenmiştir<sup>38</sup>. İleri sürülen söz konusu görüşün yanında başka bir görüşe göre de, kullanılma sorumluluğuna uyulmaması sebebiyle markanın hükümsüz kılınmasındaki gaye kamu yararındır<sup>39</sup>. Zira sicilden markanın silinmesiyle başka kişiler benzer mal ve hizmetler için bu markayı kendi adlarına tescil ettirmek imkânına sahip olacaklardır.

<sup>36</sup> Şenocak, Kemal s. 147.

<sup>37</sup> Şenocak, Kemal s. 135.

<sup>38</sup> Tekinalp, Ünal s. 459.

<sup>39</sup> KAYA, Arslan s. 200.

## Kullanmama Nedeniyle Tescil Edilmiş Markanın Hükümsüzlüğüne İlişkin Uygulamadaki Sorunlar

Ayrıca, kullanılmayan boş markalardan da marka sicili temizlenmiş olacaktır<sup>40</sup>.

556 sayılı KHK 14. Maddesinde düzenlenmiş markanın kullanılmaması sebebiyle hükümsüzlüğü yönünde konulan hükmün amacı, kullanmama sebebiyle yararlanılmayan markanın mutlak hukuki korumasını sınırlamaktır. Zira marka hakkının tescili ile marka malikinin iktisap ettiği inhisari marka hakkı, marka hukukunun işlevine uygun olarak piyasadaki ekonomik görevini yerine getiren markalarca kullanmayı gerektirmektedir. Markanın kullanıldığı kabul edilebilmesi için ya markanın tescil edildiği mal ve hizmetlerde ciddi biçimde kullanılıyor olması ya 556 sayılı KHK 14. Maddesinin 2. Bendinde tahdidi olarak gösterilen durumlardan birinin var olması ya da marka hakkı malikinin beş yıllık kullanmama durumu olsa bile, kullanmamayı mazur gösterecek sebeplerin varlığını ispat ederek markanın hükümsüz kılınmasını önlemesi gerekmektedir<sup>41</sup>.

## V. MARKAYI KULLANMAMANIN SONUÇLARI

### A. Genel Olarak

Marka sahibinin markasını kullanmaması nedeniyle, KHK'nın kendisine sağladığı koruma olanağını yitirebilir. Zira aralıksız beş yıl markayı kullanmama sebebiyle, iptal edilebilir bir markadan doğan hiçbir hak kullanılmamalıdır. Artık markadan doğan haklardan da geçmişe ilişkin olarak söz edilmemelidir.

### B. Markanın Mahkeme Kararı İle İptali

#### 1. İptal davası

Beş yıl aralıksız olarak kullanılmayan markanın iptalinin marka sahibi veya üçüncü kişinin talebi olmadan resen terkin edilemez; biçimsel bir hak olarak marka sicilinde kalmaya devam eder. Markanın sicilden terkinini için iptal davası açılması ve iptale ilişkin karar alınması gerekir (KHK. m. 14).

---

<sup>40</sup> SERT, Selin; Markanın Kullanılması Yükümlülüğü, Ankara 2007, s. 87.

<sup>41</sup> Dirikkan, Hanife, Külfet, s. 260; Adıgüzel, Burak, s. 1029.

Kural olarak dava, beş yıllık sürenin geçmesinden sonra açılmalıdır. Zira, unutmamak gerekir ki dava, açıldığı tarihteki duruma göre karara bağlanır<sup>42</sup>.

Tescili mümkün olmayan bir marka her nasılsa tescil edilmişse, bundan zarar görenler önce markanın terkinin için Bakanlığa başvurmaları, istemleri Bakanlıkça reddedildiği takdirde de idari yargı yoluna gitmek gerekir. Böyle bir markanın iptali için adli mahkemede dava açılmaz<sup>43</sup>.

#### **a. Davacı**

Kullanmama nedeniyle markanın iptali davasını Cumhuriyet savcıları, zarar gören şahıslar ve ilgili resmi makamlar isteyebilir (KHK. m. 43). İleride dava konusu markayı kullanmayı planlayan, aynı markayı kendi adına tescil ettirmek üzere başvuruda bulunan veya markayı kullanan kişi yanında; iptal davası, marka hakkına tecavüzün bulunmadığı yolundaki dava ile birlikte açılabilirdiğinden (KHK. m. 74 / VI); özellikle markayı kullanmaya başlamış olan ve kullanılmayan markanın iptalinde yararı olan kişi, bu iki davayı aynı zamanda açabilir (KHK. m. 74 / 1).<sup>44</sup>

#### **b. Davalı**

Dava, iptali istenen markanın sahibi olarak kayıtlı kişi ve ya onun haleflerine karşı açılabilir. Bir örnek verecek olursak, beş yıl süre geçmesine rağmen kullanılmamış bir markanın devri durumunda devralan ciddi kullanıma başlamadan ona karşı iptal davası açılabilir. Söz konusu devrin veya intikalin, davanın açılmasından önce veya sonra olmasının önemi yoktur. Marka birden fazla kişinin adına tescil edilmişse, davanın hepsine karşı açılması icap eder<sup>45</sup>.

#### **c. İspat ve Delil Gösterme Yükümlülüğü**

Markayı kullanmama sebebiyle iptal davasında ispat yüküne ilişkin KHK'de özel bir hüküm bulunmamaktadır. Bu durumda, genel kural olan Medeni Kanun'un 6. maddesi gereği iki taraftan her biri, iddia ettiği hususu ispatlamalıdır. Buna göre üçüncü kişi, markanın en az beş yıldır kullanılmadığını veya ciddi kullanımın bulunmadığını ispatlamakla

---

<sup>42</sup> DİRİKKAN, agm., s. 265.

<sup>43</sup> DÖNMEZ, İrfan: Markalar ve Haksız Rekabet Davaları, s. 99, İstanbul, 1992.

<sup>44</sup> Detaylı bilgi için bkz. DİRİKKAN, agm. s. 266 vd.

<sup>45</sup> DİRİKKAN, agm., s., 268.

## Kullanmama Nedeniyle Tescil Edilmiş Markanın Hükümsüzlüğüne İlişkin Uygulamadaki Sorunlar

yükümlüdür. Burada, olumsuz bir olayın ispatı durumu söz konusu olduğu için ispat zorluğu varsa bile, ispat yükünün genel kurala uygun olarak belirlenmesi gerekir<sup>46</sup>.

Markanın kullanılmaması nedeniyle marka iptalinde ispat yükü kendisine düşen üçüncü kişi, markanın kullanılmadığına dair bazı belirtilere dayanması, özellikle hakimde kullanmama konusunda ciddi şüpheler uyandırması yeterli olabilir. Bu durumda, iddiasını ispatlama yükü karşı tarafa geçtiğinden, marka sahibinin markasını mevzuata göre ciddi bir şekilde kullandığını ispatlaması gerekmektedir<sup>47</sup>.

Kullanmama sebebiyle iptal davası açan üçüncü kişi, örneğin markanın kullanmasının çok küçük bir bölge ile sınırlı kaldığını ispatlaması, kullanmanın ciddi olmaması açısından yeterli sayılabilir<sup>48</sup>.

## 2. Görevli ve Yetkili Mahkeme

### a. Görevli mahkeme

KHK. m. 71' de “*Bu Kanun Hükümünde Kararnamede öngörülen davalarda, görevli mahkeme ihtisas mahkemeleridir. Bu mahkemeler tek hâkimli olarak görev yaparlar. Asliye hukuk ve asliye ceza mahkemelerinden hangilerinin ihtisas mahkemesi olarak görevlendirileceği ve bu mahkemelerin yargı çevresini, Adalet Bakanlığının teklifi üzerine Hâkimler ve Savcılar Yüksek Kurulu belirler...*”. denilmektedir. Buna göre KHK’da öngörülen tüm davalarda görevli mahkeme, Adalet Bakanlığınca kurulacak ihtisas mahkemeleridir. Asliye ticaret ve asliye ceza mahkemelerinden hangilerinin ihtisas mahkemesi olarak görevlendirileceği ve bu mahkemelerin yargı çevresini, Adalet Bakanlığı’nın teklifi üzerine HSYK belirler (KHK. m. 71 / II).

### b. Yetkili mahkeme

KHK. 63. Madde “*Marka sahibi tarafından, üçüncü kişiler aleyhine açılacak hukuk davalarında yetkili mahkeme, davacının ikametgahının olduğu veya suçun işlendiği veya tecavüz fiilinin etkilerinin görüldüğü yerdeki mahkemedir. Davacının Türkiye’de ikamet*

<sup>46</sup> UMAR, Bilge / YILMAZ, Ejder: İspat Yükü, 2. Bası, s. 247, 248, İstanbul, 1980.

<sup>47</sup> UMAR / YILMAZ, age., s. 247 vd.

<sup>48</sup> Detaylı bilgi için bkz. DİRİKKAN, age., s. 269 vd.



*etmemesi halinde, yetkili mahkeme, sicilde kayıtlı vekilin iş yerinin bulunduğu yerdeki ve eğer vekillik kaydı silinmiş ise, Enstitünün merkezinin bulunduğu yerdeki mahkemedir. Üçüncü kişiler tarafından marka başvurusu veya marka sahibi aleyhine açılacak davalarda yetkili mahkeme, davalının ikametgahının bulunduğu yerdeki mahkemedir. Marka başvurusu veya marka sahibinin Türkiye'de ikamet etmemesi halinde, ikinci fıkra hükmü uygulanır. Birden fazla mahkemenin yetkili olduğu durumda, yetkili mahkeme, ilk davanın açıldığı mahkemedir...”*

Buna göre marka sahibi veya marka başvurusunda bulunan kişilere karşı üçüncü kişilerin açacağı davalarda yetkili mahkeme, davacının ikametgahının olduğu veya suçun işlendiği veya tecavüz fiilinin etkilerinin görüldüğü yerdeki mahkemedir. Tüzel kişilerde davacının ikametgâhı, tüzelkişinin merkezinin bulunduğu yer mahkemesidir. Davacının Türkiye'de ikametgâhı yoksa, yetkili mahkeme, sicilde kayıtlı vekilin iş yerinin bulunduğu yerdeki ve eğer vekillik kaydı silinmiş ise, Enstitünün merkezinin bulunduğu yerdeki mahkemedir. onun vekilinin, vekili yoksa Enstitü merkezinin bulunduğu yer mahkemesi yetkilidir (KHK. m. 63).

Marka sahibinin üçüncü kişilere karşı açacağı hukuk davalarında yetkili mahkeme, davacının ikametgâhının olduğu veya suçun işlendiği veya tecavüz fiilinin etkilerinin görüldüğü yerdeki mahkemedir (KHK. m. 63 / I).

Eğer birden fazla mahkeme yetkili durumunda ise dava, ilk açıldığı yer mahkemesinde görülür (KHK. m. 63 / IV).

## V. SONUÇ

Tanınmış markanın kullanılmadığı veya beş yıllık süre için ara verilmiş olduğunu hükümsüzlük davasını açan taraf ispatlayacaktır. Bu iddia gazete ilanları, televizyon reklamları, fotoğraflar, kataloglar, fiyat listeleri, etiketler, ambalajlar ile ortaya konulabilecektir. Fakat her zaman olumsuz ispatlamak güç ve hatta bazen imkansız olduğundan, bu konuda esnek davranılmalı ve markanın kullanılmadığı hususunda hakimde ciddi kuşklar uyandırılması yeterli sayılmalıdır. Bu durumda delil gösterme sorumluluğu karşı tarafa geçeceğinden, marka sahibi markasını ciddi anlamda kullandığını gösteren delilleri mahkemeye ibraz etmesi gerekecektir.

Marka tescil tarihinden itibaren beş yıllık süre henüz dolmadan dava açılması durumunda, dava şartı yerine gelmediğinden bahisle dava

## Kullanmama Nedeniyle Tescil Edilmiş Markanın Hükümsüzlüğüne İlişkin Uygulamadaki Sorunlar

reddedilmelidir. Ne var ki, dava derdest iken beş yıllık süre dolmuşsa usul ekonomisi ilkesi açısından dava reddedilmemeli ve esastan karara bağlanmalıdır<sup>49</sup>. Beş yılın dolması ile davanın açıldığı tarih arasında ciddi biçimde kullanma durumu gerçekleşirse, önceki döneme ilişkin kullanmama artık hükümsüzlük nedeni sayılmamalıdır. Ciddi kullanmanın ne kadar devam etmesi gerektiği belli değildir ve kural olarak kısa veya uzun ciddi olmak şartıyla kullanımın varlığı durumunda önceki döneme ilişkin kullanmama durumu hükümsüzlük sebebi olmaktan çıkmış sayılacaktır. Şöyle ki dava açılacağı düşünülerek marka kullanılması gerçekleşmiş ise, mahkeme, davanın açılmasından önceki üç ay içerisinde gerçekleşen kullanmayı mahkeme dikkate almayacaktır.

Ulusal ve uluslararası alanlarda tanınmış markalar, belli bir mal veya hizmet sınıfına tescil edilecek tanınmışlığa sahip olmayan markalardan farklı şekilde korunmaya alınmıştır. Söz konusu korumanın sebebi, tanınmış markanın tanınmışlığı sebebiyle, o markanın aynısını veya benzerini bir başka sınıfta tescilli veya tescilsiz olarak kullanarak haksız bir yarar sağlanması ve tanınmış markanın itibarına zarar vermesini veya markanın ayırt edici karakterini zedeleyici tavır ve davranışlar içinde olmasını engellemektir.

Türk hukukunda tanınmış markanın da kullanmama nedeniyle hükümsüzlüğünün talep edilebileceğine dair görüşler, yüksek mahkeme Yargıtay'ın bu yönde vermiş olduğu kararlar ile daha açık bir hal almıştır. Yüksek mahkeme Yargıtay; tanınmış markanın da kullanmama nedeniyle hükümsüz kılınması gerektiğine yönelik kararlar vermiştir. Uygulamada yargı kararları ve doktrin bu konuda farklı düşünmekle beraber, uluslararası hukukta son dönemlerde verilen kararlar ve uluslararası doktrinde baskın olarak ortaya çıkan görüşler, tanınmış markanın kullanmama sebebiyle hükümsüz kılınması ile tanınmış markaya sağlanan korumanın genişliği bir arada değerlendirildiğinde, koruma hükümlerine ağırlık verildiği söylenebilir.

---

<sup>49</sup> Karahan, Sami, s. 128.

## KAYNAKÇA

ADIGÜZEL, Burak: Tescil Edilmiş Tanınmış Markanın Kullanmama Nedeniyle Kısmen Hükümsüzlüğü Sorunu (Bir Yargıtay Hukuk Genel Kurul Kararının Değerlendirilmesi), Dokuz Eylül Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi Cilt: 15, Özel S., 2013, s. 1019-1044.

ARKAN, Sabih: Markalar Hukuku, C. II., Ankara, 1992.

ARSEVEN, Haydar: Alamenti Farıka Hakkı Mahiyeti ve İhlalleri, İstanbul 1952.

AYOĞLU, Tolga: Türk Hukukunda Tanınmış Markalara Sağlanan Koruma, Fikri Mülkiyet Hukuku Yıllığı 2009, İstanbul 2009, s. 117-135.

AZARKAN, Necat: Dünya Ticaretinin Küreselleşmesi Bağlamında Yabancı Şirketlerin Yerleşim Özgürlüğü, Regesta Ticaret Hukuku Dergisi, İstanbul Ticaret Odası Yayınları, Cilt: 3, Sayı: 1, İstanbul 2013, s. 79-104.

AZARKAN, Necat: Urteil des Europäischen Gerichtshofes Zur Nutzung von Marken in Google-Awards-Anzeigen Rs. C-236/08 -C-238/08 – Vom 23.März 2010 – Revolution Des Online Werbemarktes Oder Freies Ticket Für Markenverletzungen?, Ankara Avrupa Çalışmaları Dergisi, Cilt: 10, No: 1, Ankara 2011, s. 19-32.

BİLGİLİ, Fatih: “Yargıtay Kararları Uygulamasında 556 Sayılı Markaların Korunması Hakkında KHK’ya Göre Tescilli Markanın Kullanılması Zorunluluğu”, TBB Dergisi, Sayı 74, 2008, s. 29.

CAMCI, Ömer: Marka Patent Tasarım ve Haksız Rekabet Davaları, İstanbul 1998.

DİRİKKAN Hanife: Tanınmış Markanın Korunması, Ankara 2003.

DİRİKKAN, Hanife: Tescilli Markayı Kullanma Külfeti, Oğuz İmregün’e Armağan, İstanbul 1998,s. 219-280. (Külfet).

DÖNMEZ, İrfan: Markalar ve Haksız Rekabet Davaları, İstanbul 1992.

EREL, Şafak N.: Türk Fikir ve Sanat Hukuku, Ankara 1998.

GÜRZUMAR, Osman Berat: “Yeni Markalar Kanunu Işığında İsviçre Marka Hukukunda Meydana Gelen Yeni Gelişmeler”, YD. 1994,

Kullanmama Nedeniyle Tescil Edilmiş Markanın Hükümsüzlüğüne İlişkin Uygulamadaki Sorunlar

C. 20, S. 4., Haluk Tandoğan'ın Hatırasına Armağan, Ankara 1990.

KAHVECİ, Burcu: “Tescilli Markanın Kullanılma Yükümlülüğü”, Başkent Üniversitesi SBE, Ankara 2008 (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi).

KARAHAN, Sami: “Marka Hukukunda Hükümsüzlük Davaları”, Mimoza Yayınları, Konya 2002.

KARAYALÇIN, Yaşar: “Markaların aynen ve aralıksız kullanılmasıyla ilgili Hükümler”, C. 33, S., 6, ABD, 1976.

KAYA, Arslan: “551 Sayılı Patent Haklarının Korunması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname ile Getirilen Zorunlu Lisans Sistemi”, İÜFM, C. LV, s. 335, İstanbul 1996.

KAYA, Arslan: Marka Hukuku, İstanbul 2006.

KAYIHAN, Şaban: Yargıtay Kararları Işığında Tanınmış Marka, AÜEHFD, C.IV, S. 1-2, Haziran 2003, s. 423-448.

MİMAROĞLU, Sait Kemal: Ticaret Hukuku, C. 1, İşletme Hukuku, 3. Bası, Ankara 1978.

NOMER, Füsün N.: Tanınmış Marka, Nike, Erdoğan Moroğlu'na 65. Yaş Günü Armağanı, İstanbul 1999, s. 485-486.

OYTAÇ, Kutlu: Markalar Hukuku, İstanbul 2002.

POROY, Reha/ TEKİNALP, Ünal: Marka Hakkına İlişkin Bazı Sorunlar, Prof. Dr. Haluk Tandoğan'ın Anısına Armağan, Ankara 1990, s.333-345.

SERT, Selin: Markanın Kullanılması Yükümlülüğü, Ankara 2007.

ŞENOCAK, Kemal: Toplumda Tanınmışlık Düzeyine Erişmiş Markanın Farklı Mal veya Hizmetlere İlişkin Korunması (556 sayılı KHK m.8/IV), Batider, Haziran 2009, C.XXV, S.2, s. 133-176.

TEKİNALP, Ünal: Fikri Mülkiyet Hukuku, 10.Baskı, İstanbul 2012.

YASAMAN, Hamdi: Hizmet Markaları, Batider, 1975, C. VIII, S. 1.

YASAMAN, Hamdi: Tanınmış Markalar, Halil Arslanlı'nın Anısına Armağan, İstanbul 1978.

UMAR, Bilge / YILMAZ, Ejder: İspat Yükü, 2. Bası, İstanbul 1980.