

MARKA HUKUKUNDA KÜMÜLATİF KORUMA İLKESİ^(*)

THE PRINCIPLE OF CUMULATIVE PROTECTION IN TRADEMARK LAW

Arş. Gör. Emin ÇELİK^(**)

Öz

Marka hukukunda kümülatif koruma ilkesi; işaretin, marka hukuku kapsamında korunmasının yanı sıra eser veya tasarım olarak korunduğu hallerde karşımıza çıkmaktadır. Bunun yanı sıra markanın haksız rekabet hükümleri çerçevesinde korunup korunmayacağı meselesi de kümülatif korumanın bir başka yönünü oluşturmaktadır. Merkezine bu hususları alan çalışmamızda marka hukukunda kümülatif koruma ilkesinin kapsamı, doktrin ve içtihatlar ışığında tartışılacaktır.

Anahtar Kelimeler

Eser, Haksız Rekabet, Marka, Kümülatif Koruma, Tasarım.

Abstract

The principle of cumulative protection in trademark law arises in instances where a sign is protected not only under trademark law, but also as a work of authorship or a design. Furthermore, the question of whether a trademark may be protected under the provisions of unfair competition law represents another dimension of this principle. This study focuses on these aspects and explores the scope of cumulative protection in trademark law with particular reference to legal doctrine and cases.

Keywords

Work, Unfair Competition Trademark, Cumulative Protection, Design.

^(*) (Araştırma Makalesi, Geliş Tarihi: 14.04.2025 / Kabul Tarihi: 26.06.2025).

^(**) Anadolu Üniversitesi, Hukuk Fakültesi, Fikri Mülkiyet Hukuku Anabilim Dalı, Araştırma Görevlisi, Eskişehir - Türkiye, (E-posta: celikeminn@gmail.com, ORCID ID: 0000-0002-5765-5986).

Atıf/Citation: Çelik, Emin (2025), "Marka Hukukunda Kümülatif Koruma İlkesi", TFM, C: 11, S: 1, s. 77-90.

I. GİRİŞ

Telif hukuku ve sınai mülkiyet hukuku olmak üzere iki ana başlığa ayrılan fikri mülkiyet hukuku, çok geniş bir kümede fikri hakları korumaktadır. Her ne kadar sınai mülkiyet hukuku ile telif hukuku, fikri hakları farklı yönleriyle korusa da bazen bu korumalar kesişebilmekte ve bir fikri üründe birden çok fikri mülkiyet hukuku koruması bir arada karşımıza çıkabilmektedir. Ayrıca, bir fikri mülkiyet korumasının yanı sıra haksız rekabet korumasının da gündeme geldiği örnekler söz konusu olabilmektedir.

Bir fikri ürünün birden çok fikri mülkiyet mevzuatıyla, bir fikri mülkiyet mevzuatının farklı hükümleriyle, bir fikri mülkiyet mevzuatının yanı sıra haksız rekabet hükümleriyle korunması, doktrinde kümülatif koruma ilkesi olarak adlandırılmaktadır. Özellikle son yıllarda ekonomik yapının daha girift bir hale gelmesi, birden fazla yasayı ilgilendiren fikri ürünlerin sayısını arttırmış ve doğal olarak hak sahipleri etkin bir koruma için kümülatif korumadan yararlanma yoluna gitmiştir.

Kümülatif koruma ilkesi, son dönemlerde gidecek artan bir öneme kavuşmuştur. Zira bir fikri ürünün birden çok mevzuatla korunması, hak sahiplerinin başvurabilecekleri hukuki yolları arttırmakta ve fikri ürünlerini daha etkin bir şekilde korumalarının hukuki dayanağını oluşturmaktadır.

Çalışmamızda kümülatif koruma ilkesi, marka hukuku bakımından incelenecektir. Marka hukuku bakımından bu ilke, iki şekilde karşımıza çıkabilir. Bunlardan birincisi, bir markanın aynı zamanda eser veya tasarım olarak korunduğu durumdur. Diğeri de markanın aynı zamanda haksız rekabet hükümleri çerçevesinde korunmasıdır. Çalışmamızda, bu iki ihtimali doktrindeki görüşler ve mahkeme kararları ışığında değerlendireceğiz.

Çalışmanın birinci bölümünde marka kavramına ve marka hakkına genel bir giriş yapılacaktır. Çalışmanın ikinci bölümünde genel olarak kümülatif koruma ilkesi incelenecektir. Çalışmanın üçüncü bölümünde de kümülatif koruma ilkesi haksız rekabet hukuku bağlamında incelenecektir.

II. MARKA KAVRAMINA GENEL BİR BAKIŞ

A. Marka Nedir?

Marka, en geniş tanımıyla bir teşebbüsün mal veya hizmetlerini başka bir teşebbüsün mal veya hizmetlerinden ayıran ve marka sahibine sağlanan koruma konusunun açık ve kesin olarak gösterilmesi şartıyla sicilde gösterilebilir her türlü işarettir¹. SMK² m. 4, markayı unsurlarına yer vermek suretiyle geniş bir şekilde tanımlamıştır. Anılan hükme göre, markanın “işaret”, “ayırt edicilik” ve “açıklık ve kesinlik” olmak üzere üç unsuru bulunmaktadır³. Marka kavramının net bir şekilde anlaşılması için, anılan üç unsurun kısaca incelenmesi gerektiği kanaatindeyiz.

1. Markanın İşaret Unsuru

Marka hukuku anlamında işaret, bir teşebbüsü çağrıştıran, hedef kitleyi teşebbüse bağlayan ve onu kısa bir şekilde ifade eden bir simgedir. İşaret, bilgi ileten ve beş duyardan biri tarafından algılanabilen her şeyi kapsamaktadır⁴. İşaret, markayı kapsar bir şekilde kullanılmaktadır. Dolayısıyla, her işaret marka değildir; ancak, her marka bir işarettir⁵.

2. Markanın Ayırt Edicilik Unsuru

Marka hukuku anlamında ayırt edicilik, marka olarak tescil edilecek işaretin soyut ayırt edicilik (SMK m. 4) ve somut ayırt edicilik (SMK m. 5/1- b) unsurlarını haiz olması gerekliliğini ifade etmektedir⁶. Soyut ayırt edicilik, ilgili işaretin akla gelebilecek

¹ Uğur Çolak, *Türk Marka Hukuku* (5. Baskı, On İki Levha 2023) 10; İlhami Güneş, *Uygulamada Fikri ve Sınai Mülkiyet Hakları ve Haksız Rekabet Davaları* (8. Baskı, Seçkin 2023) 159; Arslan Kaya, *Marka Hukuku* (2. Baskı, Vedat Kitapçılık 2024) 41-43; Ahmet M. Kılıçoğlu, *Sınai Haklarla Karşılaştırmalı Fikri Haklar*, (9. Baskı, Turhan 2023) 10-11; Sevilay Uzunallı, *Marka Hukuku* (3. Baskı, Adalet 2024) 24; Hamdi Yasaman, Tolga Ayoğlu, Fülürya Bilgin Yusufoğlu, Pınar Memiş Kartal, Sinan H. Yüksel, Zeynep Yasaman, *Sınai Mülkiyet Kanunu Şerhi, Cilt I* (Seçkin 2021) 105.

² 6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu, RG. 10/1/2017, 29944.

³ Cahit Suluk, Rauf Karasu, Temel Nal, *Fikri Mülkiyet Hukuku* (8. baskı, Seçkin 2024) 190; Güneş (n1) 160; Ünal Tekinalp, *Fikri Mülkiyet Hukuku* (5. Baskı, Vedat Kitapçılık 2012) 360.

⁴ Kaya (n1) 47; Suluk, Karasu, Nal (n3) 190; Tekinalp (n3) 360.

⁵ Çolak (n1) 28; Suluk, Karasu, Nal (n3) 190; Yasaman ve diğerleri (n1) 106.

⁶ İfakat Balık ve İbrahim Bektaş, ‘Markanın Koruma Kapsamının Belirlenmesinde Ayırt Edicilik Gücünün Etkisi ve Tanınmış Markanın Zayıf Unsurunun Durumu - McDonald’s Kararları Yönünden Bir

hiçbir mal veya hizmet için ayırt edici olmamasını ifade eder. Somut ayırt edicilikte ise işaretin tescil edilmek istenen mal veya hizmet sınıfında ayırt edici olup olmadığı incelenir⁷. Sözelimi, çalışmanın bu sayfası, bir bütün olarak marka olarak tescil edilemez, zira hiçbir mal veya hizmet sınıfında ayırt ediciliği (soyut ayırt edicilik) yoktur. Ancak bu sayfadan bir kelime aldığımız zaman, marka olarak tescil edilip edilemeyeceği, ilgili mal veya hizmet sınıfında ayırt edici (somut ayırt edicilik) olup olmadığına bağlıdır.

Son olarak önemle vurgulamak gerekir ki, markanın koruma kapsamının belirlenmesinde ayırt etme gücünün derecesi büyük rol oynamaktadır. Nitekim ayırt etme gücü düşük olan işaretler, marka olarak tescil ettirildiğinde “zayıf marka” olarak adlandırılmakta ve üçüncü kişilerin benzer ve yakın kullanımlarına zayıf marka sahibinin katlanma yükümlülüğü altında olduğu kabul edilmektedir⁸.

3. Markanın Açıklık ve Kesinlik Unsuru

Mülga 556 sayılı KHK⁹ m. 5’te, marka, “*çizimle görüntülenebilen veya benzer biçimde ifade edilebilen, baskı yoluyla yayınlanabilen ve çoğaltılabilen her türlü işaret*” olarak tanımlanmışken (grafik temsil şartı), 6769 sayılı SMK’da grafik temsil şartı anlayışı benimsenmemiş; marka sahibine tanınan korumanın açık ve kesin olarak anlaşılmasını sağlayacak ve sicilde gösterilebilecek her türlü işaretin marka olarak tescil edilebileceği öngörülmüştür¹⁰. Bu değişiklik, marka hukukumuz, Avrupa Birliği hukuku ile uyumlu hale getirilmiş ve teknolojik gelişmeler neticesinde karşımıza daha çok çıkacak olan geleneksel olmayan marka türlerinin (hareket, koku, ses markaları vd.) korunması kolaylaşmıştır¹¹. Bu bakımdan daha fazla işaretin artık marka olarak tescil edilebilmesinin yolunun açılması, marka hukukunda kümülatif koruma ilkesinin de önemini arttıran bir husus olmuştur.

⁷ İnceleme’ (2019) 5(1) *Ticaret ve Fikri Mülkiyet Hukuku Dergisi* 1- 18; Kaya (n1) 52; Suluk, Karasu, Nal (n4) 190; Tekinalp (n4) 360-361.

⁸ Çolak (n1) 31; Kılıçoğlu (n1) 12; Kaya (n1) 54; Suluk, Karasu, Nal (n3) 190; Tekinalp (n3) 360-361.

⁹ Balık ve Bektaş (n6) 2-3; Kaya (n1) 59-60.

¹⁰ Mülga 556 Sayılı Markaların Korunması Hakkında Kanun Hükümünde Kararname, RG. 27.06.1995, S. 22326.

¹¹ Çolak (n1) 69; Suluk, Karasu, Nal (n3) 191.

¹² Çolak (n1) 69; Suluk, Karasu, Nal (n3) 192.

B. Marka Hakkı

SMK m. 7/1’de, SMK ile sağlanan marka korumasının tescil ile elde edileceği öngörülmüştür. Herkese karşı ileri sürülebilen mutlak bir hak niteliğindeki marka hakkının kurucu nitelikteki¹² tescil ile elde edilmesi, “tescil ilkesi” olarak adlandırılır¹³. Marka hukukunda sicil aleni olup (SMK m. 22/3) bu sicile yapılacak tescillerin olumlu ve olumsuz etkisinden söz edilmektedir. Tescilin olumlu etkisi, sicile kaydedilmiş olan markadan haberdar olunmadığının üçüncü kişilerce ileri sürülememesidir. Tescilin olumsuz etkisi ise, sicile kaydedilmemiş hususların üçüncü kişilere karşı ileri sürülememesidir¹⁴. Bunun yanı sıra SMK m. 115 hükümleri saklı kalmak üzere, sicile kaydedilmeyen hukuki işlemlerden doğan haklar iyiniyetli üçüncü kişilere karşı ileri sürülemez. (SMK m. 148/5).

SMK m. 7/4 hükmü gereğince, markanın sahibine sağladığı haklar, üçüncü kişilere karşı marka tescilinin yayım tarihi itibarıyla hüküm ifade eder. Ancak kanun koyucu, marka başvurusunun gerçekleşmesinden sonra meydana gelen ihlaller bakımından, bunların markanın tescili halinde yasaklanabilecek fiillerden olmaları kaydıyla, tazminat talebine imkân tanımıştır. Mahkeme, öne sürülen iddiaların geçerliliğine ilişkin olarak, tescilin yayımlanmasından önce karar veremez. Dolayısıyla, burada yasadaki kaynaklanan bir bekletici mesele yapma zorunluluğu söz konusudur¹⁵.

¹² Önemle vurgulamak gerekir ki, tescil ilkesinin kurucu olmasının istisnaları da bulunmaktadır. Sözelimi, bir kişi markayı tescil başvurusundan önce kullanmaya başlamış ve belirli bir bilinirliğe ulaştırmışsa, markanın tescili kurucu değil, açıklayıcı niteliktedir. Yine, tanınmış markalar, kurucu tescil ilkesinin bir diğer istisnasıdır. Konuyla ilgili Bkz. Çolak (n1) 573-575. Nitekim, Yargıtay da konuyla ilgili önüne gelen bir uyuşmazlıkta, açıklayıcı tescilin de söz konusu olabileceğini belirtmiştir. Yargıtay 11. HD, 31.05.2012, 2012/9499 K. sayılı kararı, “İsviçre -Türk Markalar Hukukunda, ilke olarak, marka üzerindeki öncelik hakkı, o markayı ihdas ve istimal eden, piyasada maruf hale getiren kişiye aittir. Bu kişiye “gerçek hak sahibi” denir. Bu durumda markanın tescili, sadece açıklayıcı bir etkiye sahiptir. Diğer bir deyişle, marka üzerindeki hak, tescilden önce doğmuş bulunmaktadır.” [https://www.lexpera.com.tr/ictihat/yargitay/11-hukuk-dairesi-e-2011-1642-k-2012-9499-t-31-05-2012, \(Çevrimiçi\), 30.12.2024](https://www.lexpera.com.tr/ictihat/yargitay/11-hukuk-dairesi-e-2011-1642-k-2012-9499-t-31-05-2012, (Çevrimiçi), 30.12.2024).

¹³ Çolak (n1) 571; Suluk, Karasu, Nal (n3) 246-247; Tekinalp (n3) 378.

¹⁴ Çolak (n1) 571.

¹⁵ Kaya (n1) 382; Çolak (n1) 574.

Marka hakkının doğduğu an ve marka hakkının kapsamı, kümülatif koruma bakımından önemlidir. Zira çalışmamızın ilerleyen bölümlerinde değineceğimiz üzere, kümülatif koruma ilkesine başvurulabilmesi için, dayanılan her mevzuat bakımından koruma şartlarının gerçekleşmiş olması gerekmektedir. Bu bakımdan, marka hakkının kapsamına değinmek gerektiği kanaatindeyiz.

1. Marka Hakkının Kapsamı

Markanın sahibine tanıdığı haklar, SMK'da pozitif sayma yöntemiyle belirlenmemiştir. Bunun yerine, SMK m. 7'de marka tescilinin sağladığı men etme yetkileri sayılmıştır. Kanun'da men etme yetkileri olarak düzenlenen hususlar, aynı zamanda marka hakkı sahibinin tescile bağlı haklarının kapsamını oluşturmaktadır¹⁶.

Markanın tescilinden doğan hakkın kapsamı, markanın tescil edildiği yer alan mal veya hizmet sınıfında veya bunlarla bağlantılı olarak kullanılması kapsamaktadır. Ancak, ayırt ediciliği yüksek olan tanınmış markalar bakımından tescille sağlanan hukuki koruma, markaların tescil edilmediği mal veya hizmet sınıflarını da kapsamaktadır. Marka hakkı, bunun yanında, markanın tescil kapsamındaki mal ve hizmetler için lisans gibi hukuki işlemlere konu edilmesi (SMK m. 24) ve marka hakkının ihlali sayılabilecek bazı kullanımlar için üçüncü kişilere muvafakat verilmesi (SMK m. 5/3) gibi yetkileri de içerir¹⁷.

2. Marka Hakkının İstisnaları

Her ne kadar marka, sahibine tekeli birtakım haklar bahşetmekteyse de ticari hayatın gereklilikleri dikkate alınarak marka hakkına bazı sınırlamalar öngörülmüştür. Bu sınırlamalar sırasıyla; markanın üçüncü kişilerce dürüstçe ve ticari hayatın olağan akışı içinde kullanılması, markadan doğan hakkın tükenmesi, markanın başvuru eserlerinde yer alması, sessiz kalma nedeniyle hak kaybı ve müktesep hak olarak sayılabilir¹⁸. Bu istisnalar hangi eylemin mar-

ka hakkına tecavüz oluşturup hangi eylemin oluşturmayacağını belirlenmesinde önemli olduğundan çalışmamız kapsamında bunlar üzerinde ayrıca durmak gerekmektedir.

Markanın üçüncü kişilerce dürüstçe ve ticari hayatın olağan akışı içinde kullanılması, SMK m. 7/5'te düzenlenmiştir. Buna göre;

- Gerçek kişilerin kendi ad veya adresini belirtmesi,
- Malların veya hizmetlerin türüne, kalitesine, miktarına, kullanım amacına, değerine, coğrafi kaynağına, üretim veya sunuluş zamanına ya da diğer niteliklerine ilişkin açıklamalarda bulunulması,
- Özellikle aksesuar, yedek parça veya eşdeğer parça ürünlerinde, malın ya da hizmetin kullanım amacının belirtilmesinin gerekli olduğu hâllerde kullanılması hallerinde marka sahibi markasının kullanılmasına engel olamaz.

Markadan doğan hakkın tükenmesi, marka hakkı sahibi veya onun yetkilendirdiği üçüncü kişi tarafından markalı orijinal ürünün satılmasından sonra hak sahibinin sonraki satışlara müdahale edememesini ifade etmektedir¹⁹. SMK m. 152'de düzenlenen hakkın tükenmesi ilkesinin istisnası, anılan maddenin ikinci fıkrasında düzenlenen markanın kötüleştirilerek veya değiştirilerek kullanılmasıdır.

SMK m. 8'e göre; markanın sözlük, ansiklopedi gibi bir başvuru eserinde kullanılması halinde ise, tescilli olduğu belirtilmeden jenerik ad izlenimi verecek şekilde bir kullanım söz konusu değilse, marka hakkı sahibinin katlanma yükümlülüğü söz konusudur.

Sessiz kalma nedeniyle hak kaybı ilkesi gereğince, marka sahibi, ihlal olan kullanıma karşı uzun süre sessiz kalırsa, marka hakkını ihlal eden iyiniyetli üçüncü kişiye karşı hakkını ileri süremez. Hükümsüzlük davaları bakımından Kanun'da düzenlenen sessiz kalma nedeniyle hak kaybı (SMK m. 25/6), tecavüz davaları bakımından Yargıtay kararları ile hukukumuzda yerleşmiştir²⁰. Hükümsüzlük davaları bakımından anılan fıkra beş yıllık bir sessiz kalma süresi öngörülmüşken, tecavüz davaları bakımından

¹⁶ Hayri Bozgeyik, *Marka Hakkının Korunması* (2. baskı, On İki Levha 2019) 20; Suluk, Karasu, Nal (n3) 247.

¹⁷ Bozgeyik (n16) 20-21; Çolak (n1) 594-595.

¹⁸ Bozgeyik (n16) 124; Çolak (n1) 817; Suluk, Karasu, Nal (n3) 249; Uzunallı (n1) 136-137.

¹⁹ Çolak (n1) 818; Suluk, Karasu, Nal (n3) 46; Uzunallı (n1) 141.

²⁰ Bozgeyik (n16) 156-157; Suluk, Karasu, Nal (n3) 249; Yargıtay HGK, 26.02.2020, 2020/225 K (Lexpera).

mahkemeler somut olaya göre değerlendirme yapmaktadır²¹. Sessiz kalma nedeniyle hak kaybı ilkesi, dayanağını öncelikle dürüstlük kuralında (TMK²² m. 2), daha sonra da tacirin basiretli davranma yükümlülüğünde (TTK²³ m. 18) bulmaktadır²⁴.

Marka hakkının istisnaları bakımından, son olarak, müktesep hak kavramı üzerinde durmak gerekir. Yargıtay uygulaması ile marka hukukumuzda giren²⁵ müktesep hak kavramı, bir işletmeye ait eski tarihli tescilli markanın işletmenin daha sonraki marka başvuruları için kazanılmış hak teşkil etmesini ifade eder²⁶. Yargıtay kararlarına göre, müktesep hakkın varlığı için birtakım şartlar aranmaktadır²⁷. Buna göre; kazanılmış hak teşkil eden markanın tescilli olarak uzun süre kullanılması, kazanılmış hak teşkil ettiği ileri sürülen markaya dayalı yapılan başvurunun ilk markanın asli unsurunu muhafaza etmesi ve sonraki başvurunun önceki markanın kapsadığı mal/hizmet sınıfı ile aynı tür mal/hizmetleri içermesi gerekmektedir²⁸.

Yukarıda sayılan istisnalardan biri olduğu takdirde, marka hakkı sahibi, kümülatif koruma çerçevesinde marka hakkından kaynaklanan bir talep ileri süremeyecektir. Zira kanun koyucu yukarıda değindiğimiz istisnaları öngörerek marka hakkının kapsamını sınırlandırmıştır.

²¹ Suluk, Karasu, Nal (n3) 53.

²² Kanun Numarası: 4721 Kabul Tarihi: 22/11/2001, Yayımlandığı Resmî Gazete Tarihi: 8/12/2001, Sayı: 24607.

²³ Kanun Numarası: 6102 Kabul Tarihi: 13/1/2011 Yayımlandığı Resmî Gazete: Tarih: 14/2/2011, Sayı: 27846.

²⁴ Bozgeyik (n16) 156-157; Suluk, Karasu, Nal (n3) 249; Tekinalp (n3) 454.

²⁵ Markada müktesep hakka ilişkin çeşitli Yargıtay kararları için Bkz. Yargıtay 11 HD, 02.12.2024; 2024/8549 K.; Yargıtay 11. HD, 02.12.2024, 2024/8550 K.; Yargıtay 11. HD, 21.11.2024, 2024/8165 K. (Lexpera).

²⁶ Suluk, Karasu, Nal (n3) 250-251.

²⁷ "Ancak başvuru sahibinin bu yöndeki kazanılmış hakkının varlığından bahsedilebilmesi için hakka dayanak teşkil eden önceki tarihli markasının hükümsüzlük tehdidi altında bulunmaması, önceki marka ile sonraki markanın ayırt edici ve asıl unsurlarıyla tescil kapsamlarının aynı olması, sonraki tescilli istenen markanın başkası adına tescilli bir marka ya da işarete yanaşılması ve son olarak marka sahibinin markasını yeni bir görünümle yeniden tescil ettirmek istemesi amacına uygun olarak önceki tarihli dayanak markasını uzun süredir kullanılıyor olması gerekir." Karar metni için bkz. Yargıtay 11. HD, 22.04.2021, 2021/3985 K. (Lexpera).

²⁸ Suluk, Karasu, Nal (n3) 250.

III. KÜMÜLATİF KORUMA İLKESİ

A. Genel Olarak

Türk Dil Kurumu (TDK) sözlüğünde²⁹ kümeli olarak tanımlanan kümülatif, kümelenmişlik ve birikmişlik anlamına gelmektedir. Fikri mülkiyet hukukunda kümülatif koruma; her korumaya ilişkin özel şartları taşımak kaydıyla, hak sahibinin, fikri mülkiyet haklarından veya haksız rekabetten birine, birkaçına veya tamamına dayanarak koruma talep edebilmesini ve bu sebepleri dilediği gibi seçebilmesini ifade etmektedir³⁰. Önemle vurgulamak gerekir ki, her bir fikri hak, fikri ürünlerin farklı özelliklerini korumaktadır. Ancak, bazı durumlarda, bir fikri üründe farklı fikri haklar söz konusu olabilir. Bu durumda, birden fazla fikri hak aynı fikri ürün için gündeme geleceği için, kümülatif koruma ilkesi uygulanır. Sözgelimi, bir slogan markasının ilim ve edebiyat eseri (FSEK m. 2), ses markasının musiki eseri (FSEK m. 3) veya üç boyutlu markanın tasarım (SMK m. 55) olarak korunduğu haller örnek kabilinden sayılabilir. Bunun yanı sıra, haksız rekabet korumasının söz konusu olduğu hallerde de kümülatif koruma ilkesi karşımıza çıkacaktır³¹.

Kümülatif koruma ilkesi, yasal dayanağını fikri mülkiyet hukukunu düzenleyen kanunlardan almaktadır. Sözgelimi, marka olabilecek işaretleri düzenleyen AB Markası Tüzüğü (*European Union Trademark Regulation*³²) m. 4'te, Alman Marka Kanunu (*Mar-*

²⁹ TDK sözlüğüne ulaşmak için (Çevrimiçi), <https://sozluk.gov.tr/>, 07.04.2025.

³⁰ Savaş Bozbel, *Fikri Mülkiyet Hukuku* (On İki Levha 2012) 639; Hayri Bozgeyik ve Sefa Er, 'Tasarımlar için Kümülatif Koruma' (2019) 5(1) Ticaret ve Fikri Mülkiyet Hukuku Dergisi 23; Önder Suat Uluçlar, *Fikri Mülkiyet Haklarında Kümülayon* (Yetkin 2024) 129; Martin Senftleben, *The Copyright/Trademark Interface - How the Expansion of Trademark Protection is Stifling Cultural Creativity*, (Kluwer Law International 2020) 14; Suluk, Karasu, Nal (n3) 55; Tekinalp (n3) 37.

³¹ Önder Bayrak, *Uygulamada Fikri ve Sınai Mülkiyet ve Haksız Rekabet Suçları* (Seçkin 2021) 486; Gül Büyükkılıç, 'Türk Hukukunda Haksız Rekabet ve Fikri Mülkiyet Hükümlerinin Kümülatif Uygulanabilirliği' (2024) 10(1) *Ticaret ve Fikri Mülkiyet Dergisi* 103-104; Güneş (n1) 39; Cahit Suluk, 'Avrupa Birliği ve Türk Hukukunda Tasarımların Kümülatif Olarak Korunması (Çoklu Koruma)' (2001) 1(3) *Ankara Barosu ve Fikri Mülkiyet Hukuku Dergisi* 60-61; Feyzan Hayal Şehirli Çelik, *Tasarımların Haksız Rekabet Hükümlerine Göre Korunması* (Banka ve Ticaret Hukuku Araştırma Enstitüsü 2014) 135.

³² 2017/1001 sayılı Avrupa Birliği Marka Tüzüğü, <https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2017/1001/oj/eng>, (Çevrimiçi), 10.03.2025.

*kengesetz*³³) m. 3'te ve SMK m. 5'te marka olabilecek işaretler oldukça geniş biçimde sayılmıştır. Sicilde gösterilebilir her işaretin marka olarak tescil edildiği günümüzde, marka olarak tescil edilecek işaretin aynı zamanda eser veya tasarım olarak tescil edilmesi de mümkündür. Ayrıca, FSEK m. 4'ün son fıkrasında “*Krokiler, resimler, maketler, tasarımlar ve benzeri eserlerin endüstriyel model ve resim olarak kullanılması, düşünce ve sanat eserleri olmak sıfatlarını etkilemeyeceğinin*” belirtilmesi de kümülatif koruma ilkesinin bir diğer yansımasıdır. Karşılaştırmalı hukukta da slogan markaları, *merchandising* markaları³⁴, multimedya markaları başta olmak üzere, çeşitli marka türleri bakımından kümülatif koruma karşımıza çıkmaktadır³⁵. Bu koruma başta marka hakkıyla telif hakkının kümülatif olarak bulunması olmak üzere çeşitli şekillerde karşımıza çıkmaktadır³⁶.

Çalışmamız, kümülatif korumanın marka hukuku boyutunu merkezine aldığı için kümülatif koruma ilkesi marka hukukuyla ilişkili bir biçimde ele alınacaktır. Marka hukukunda kümülatif koruma ilkesi öncelikle markanın FSEK kapsamında eser veya SMK kapsamında tasarım olarak kabul edilebileceği haller bakımından karşımıza çıkacaktır. Bunun yanı sıra markanın aynı zamanda TTK'daki haksız rekabet hükümleri çerçevesinde korunup korunmayacağı meselesi de kümülatif korumanın bir diğer boyutudur. Aşağıda sırasıyla bu hususları inceleyeceğiz.

B. Markanın Birden Çok Fikri Mülkiyet Mevzuatıyla Korunması

1. Genel Olarak

Kümülatif korumanın karşımıza çıkacağı birinci ihtimal, bir markanın birden çok fikri mülkiyet mevzuatıyla ya da bir mevzuatın farklı hükümleri çerçevesinde korunması şeklinde olabilir. Sözgelimi, bir şekil markasının aynı zamanda tasarım (SMK m. 55) olarak korunması veya şekil markasının güzel sanat

eseri (FSEK m. 4) olarak korunması, bir fikri ürünün birden çok fikri mülkiyet mevzuatıyla korunması bakımından başlıca örneklerdir. Burada bir fikri ürünün birden çok kanuni düzenlemenin şartlarını taşıması halinde hak sahibine her koruma yoluna başvurma yetkisi tanınmıştır³⁷. Ancak bu yetkinin taleplerin yığılması olarak mı yoksa taleplerin yarışması olarak mı değerlendirilmesi gerektiği ayrı bir tartışma konusudur. Bu bakımdan öncelikle anılan kavramların incelenmesi gerektiği kanaatindeyiz.

2. Taleplerin Yarışması

Somut olayda birden fazla talep temelinin olgu bütünleri gerçekleşmişse, bu talep temellerinden birinin diğerleri karşısında öncelikle uygulanması gerekmiyorsa ve hak sahibinin dilediği talebi ileri sürmesi kanunen sınırlandırılmadıysa aynı ekonomik amaca yönelik birden fazla talep yarışır³⁸.

Taleplerin yarışmasında (*konkurrenz*) birden fazla yasal düzenleme, birden fazla talep hakkı doğurmamakta, hak sahibi birden fazla hukuki sebebe dayalı tek bir talep ileri sürmektedir. Burada aynı ekonomik amaca hizmet eden talepler söz konusu olduğundan ve TBK m. 60 ile de Türk sorumluluk hukukunda yarışma ilkesi açıkça kabul edildiğinden taleplerden birinin ifa edilmesi yeterli olacaktır³⁹. Sözgelimi, tek bir ürün üzerinde marka, tasarım, patent haklarının bulunduğu ihtimalde hukuki sebepler yarışacaktır. Bu durumda farklı hak kategorilerine dayanan taleplerden birinin seçilmesiyle diğerlerine başvurma imkânı ortadan kalkacak, hak sahibi marka hakkı, tasarım hakkı ve patent hakkı için ayrı ayrı tazminat isteyemeyecektir⁴⁰.

3. Taleplerin Yığılması

Farklı yasal düzenlemelerden kaynaklanan, aynı edime yönelik olmayan ve aynı ekonomik amaca hizmet etmeyen birden fazla talebin yan yana varlığı halinde ise taleplerin yığılması söz konusu olur⁴¹.

³³ Gesetz über den Schutz von Marken und sonstigen Kennzeichen, <https://www.gesetze-im-internet.de/markeng/>, (Çevrimiçi), 10.03.2025.

³⁴ Bilhassa merchandising markalarının çalışmamız bakımından önem arz ettiği kanaatindeyiz. Konuyla ilgili ayrıntılı bilgi için Bkz. Aşağıda, C.

³⁵ Senftleben (n30) 15.

³⁶ Senftleben (n30) 15.

³⁷ Şeyma Işık Yaşlı, *Fikri Haklar ile Haksız Rekabet Hukuku Arasında Kümülatif Koruma*, (Yetkin 2022) 115; Uluçlar (n31) 129.

³⁸ M. Emir Göka, *Taleplerin Yarışması* (Oniki Levha 2024) 333.

³⁹ Şehiralı Çelik (n31) 92-93; Uluçlar (n30) 97; Işık Yaşlı (n37) 116.

⁴⁰ Uluçlar (n30) 125.

⁴¹ Bulut, Uğur, *Medeni Usul Hukukunda Davaların Yığılması* (Adalet 2017) 26.

Bu durumda farklı nitelikteki talepler birbirini dışlamadığı için birlikte ileri sürülebilmektedir⁴². Burada usul ekonomisine uygun olarak temelinde aynı vakıalar olan talepler birlikte görülmektedir. Sözgelimi markanın hükümsüzlüğüne ilişkin bir davada şartları varsa maddi ve manevi tazminatın beraber istenebilmesi taleplerin yığılmasına örnek olarak gösterilebilir⁴³.

Bir fikri ürünün birden çok fikri mülkiyet mevzuatıyla korunmasında gözden kaçırılmaması gereken husus, Hukuk Muhakemeleri Kanunu⁴⁴ (HMK) m. 26'da düzenlenen taleple bağlılık ilkesidir. Somut olayda kümülatif koruma ilkesinden faydalanmak isteyen taraf, tüm haklarını ileri sürmek durumundadır; aksi halde, mahkeme re'sen bu durumu araştırmaz⁴⁵. Kümülatif koruma ilkesi bakımından önemli bir diğer husus farklı mevzuatlarda öngörülmüş koruma sürelerinin sona ermemiş olması gerektiğidir. Bu bakımdan, hak sahibi kişi talebini ileri sürerken dayanacağı mevzuattaki koruma şartlarına ve sürelerine dikkat etmelidir⁴⁶. Sözgelimi, markanın kümülatif korumaya konu olacağı bir uyuşmazlık bakımından, birinci bölümde değindiğimiz marka hakkının kapsamı ve istisnaları gözden kaçırılmamalıdır.

C. Marka ve Telif Korumasının Kümülatif Halde Bulunması

FSEK m. 1/B'de, eser kavramı, "*sahibinin hususiyetini taşıyan ve ilim ve edebiyat, musiki, güzel sanatlar veya sinema eserleri olarak sayılan her nevi fikir ve sanat mahsulleri*" olarak tanımlanmıştır. Bu tanımdaki eser türlerinden ilim ve edebiyat eseri, slogan markası olarak; musiki eser, ses markası olarak; güzel sanat eseri de şekil veya *merchandising* markası başta olmak üzere, çeşitli şekillerde marka olarak tescil edilebilir. Dolayısıyla, bir eserin aynı zamanda marka olarak tescil edilmesi bakımından, kümülatif koruma meselesinin tartışılması gerekmektedir.

Bir işaretin marka olarak tescil edilmesi için gerekli şartlara yukarıda değinmiştik. Bu bakımdan ana şartlardan biri olan ayırt edicilik ne kadar artarsa markanın zayıf marka olmaktan uzaklaşacağı da vurgulanmıştı. Eserler bakımından ise de hususiyetin varlığı fikri ürünün eser olarak korunmasının şartlarından biri olup hususiyetin derecesi de korumanın kapsamını belirlemektedir⁴⁷. Bu çerçevede hususiyet ve ayırt edicilik kavramlarının bir ölçüde benzeştiği görülmektedir. Ancak hususiyetin aksine ayırt edicilik, kullanım sonucu artan bir özellik gösterip bu bakımdan hak alanında bir genişleme söz konusu olabilmektedir⁴⁸. Bunun yanı sıra FSEK'te eserlerin sınırlı sayıda sayılmasına karşın SMK'da markalar bakımından böyle bir sınırlama yapılmaması doğal olarak kümülasyon alanını azaltmaktadır⁴⁹. Ancak sınırlı da olsa bir kümülasyon alanı mevcuttur.

Marka ve telif korumasının kümülatif halde bulunması, özellikle *merchandising* markaları bakımından önem arz etmektedir. *Merchandising* markası, bir mal veya hizmetin kurgusal karakter, film, futbol takımı, müzik grubu gibi bir popüler kültür ögesiyle ilişkilendirilerek pazarlanması ve satılması sürecinde kullanılan marka türüdür⁵⁰. Özellikle *Mickey Mouse*, *Donald Duck*, *Harry Potter* gibi kurgusal karakterler, aynı zamanda marka olarak tescil edilmekte, bu sayede daha uzun süreli korunabilmektedir. Zira marka koruması yenilediği sürece sahibine koruma sağlarken, eserler bakımından her ülkenin ilgili mevzuatında azami koruma süresi öngörülmüş olup bu sürenin sona ermesiyle, hak sahibinin eser üzerindeki münhasır nitelikteki mali hakları sona ermekte ve isteyen herkes eseri kullanabilmektedir. Bu durumun önüne geçmek isteyen *Disney* gibi şirketler, karakterlerini aynı zamanda marka olarak tescil ettirmeye çalışmaktadır. *Merchandising* markalarının en çok karşımıza çıktığı ülke olan ABD'de mahkemeler telif hakkının serbest kalması ilkesine⁵¹ öncelik vererek bu şekilde-

⁴² Şehirli Çelik (n31) 92-93; Uluçlar (n30) 103.

⁴³ Bulut, (n41) 26-27.

⁴⁴ 6100 sayılı Hukuk Muhakemeleri Kanunu, RG. 04/02/2011, 27836.

⁴⁵ Bozgeyik, Er (n30) 24; Güneş (n1) 40; Suluk, Karasu, Nal (n3) 55.

⁴⁶ Bozgeyik, Er (n30) 24-26; Büyükkılıç (n31) 104; Suluk, Karasu, Nal (n3) 55.

⁴⁷ Tekinalp (n3) 104.

⁴⁸ Uluçlar (n30).204.

⁴⁹ Uluçlar (n30) 204.

⁵⁰ *Merchandising* markaları hakkında detaylı bilgi için bkz. Irene Calboli, 'The Case for a Limited Protection of Trademark Merchandising' (2011) 2011(3) *University of Illinois Law Review* 865-914.

⁵¹ Telif hakkının serbest kalma ilkesi öngörülmüş koruma süresi dolduktan sonra eserin herkes tarafından serbestçe kullanılabilmesini ifade eder. Eserin meydana getirilme sürecinde

ki başvuruları reddetmektedir meğerki somut olayda başvuru konusu olan işaret markasal anlamda ayırt edicilik kazanmış olsun⁵².

D. Marka ve Tasarım Korumasının Kümülatif Halde Bulunması

Tasarım, SMK m. 55/1'de “ürünün tümü veya bir parçasının ya da üzerindeki süslemenin çizgi, şekil, biçim, renk, malzeme veya yüzey dokusu gibi özelliklerinden kaynaklanan görünümü” olarak tanımlanmıştır. Marka olabilecek işaretlerin örnekleyici olarak sayıldığı SMK m. 5'te de şekillerin, malların veya ambalajların biçimlerinin marka olarak tescil edilebileceği belirtilmiştir. Bu iki hükmün kesiştiği göz önüne alındığında, bir fikri üründe hem marka hem de tasarım koruması kümülatif halde bulunabilir⁵³. Sözgelimi, *Arne Jacobsen*'in ünlü sandalye tasarımı, aynı zamanda marka olarak da tescil edilmiştir⁵⁴. Bu bakımdan marka ve tasarım korumasının kümülatif halde bulunduğu hallerin tartışılması gerekmektedir.

Bir görünümün tasarım olarak korunması için yeni ve ayırt edici olması gerekir. Bu bakımdan iki ve üç boyutlu şekiller bakımından bu unsurlar sağlanamadığı takdirde eğer ilgili şekil kaynak gösterme fonksiyonunu haizse marka hukuku bakımından korunabilecektir. Dolayısıyla yukarıda eser ile marka korumasının beraber bulunduğu hallerde vurguladığımıza benzer şekilde marka koruması çoğu zaman daha geniş kapsamlı olacaktır⁵⁵. Ancak marka ve tasarım korumasının kümülasyonu bakımından, markanın aksine tasarım korumasının yenilenmesinin sınırsız olmadığı gözden kaçırılmamalıdır. Bu bakımdan, orijinal tasarımların marka koruması sayesinde süresiz korunması tasarımların belirli bir

süre ile korunması ilkesiyle bağdaşmamaktadır⁵⁶. Nitekim ABAD (Avrupa Birliği Adalet Divanı), Lego kararında tescilli tasarım olarak korunan lego parçalarının üç boyutlu marka olarak tescilini bu sebeple reddetmiştir⁵⁷. Kanaatimizce, ABAD'ın bu yaklaşımı isabetli olup tasarımlar bakımından öngörölmüş azami koruma süresi aşıldıktan sonra süresiz marka korumasının devreye gireceğini kabul etmek, koruması belirli bir süre için öngörölmüş fikri hakların niteliği ile bağdaşmayacaktır.

E. Markanın Aynı Zamanda Tasarım veya Eser olarak Korunduğu Hallerde Yığılmanın Niteliği

Yukarıda incelediğimiz şekilde eğer marka aynı zamanda tasarım veya eser olarak korunuyorsa burada yığılmanın ne şekilde uygulanacağı üzerinde durmak gerekmektedir. Bu konuda doktrindeki bir görüş aynı eylemle birden fazla fikri mülkiyet hakkının ihlal edilmesi halinde hak sahibinin her hakka tecavüz nedeniyle ayrı ayrı tazminat isteyebileceğini öne sürerek taleplerin yığılacağını ileri sürmektedir⁵⁸. Doktrinde katıldığımız görüş ise burada klasik anlamda yığılmadan⁵⁹ ziyade, hukuki sebepler yığılmasının söz konusu olduğunu ileri sürmektedir⁶⁰. Dolayısıyla, hak sahibi, aynı anda hem marka hem telif hakkından ayrı ayrı tazminata hak kazanamayacaktır. Zira tazminatın amacı zararın giderilmesi olup zenginleşme amacına hizmet etmez⁶¹.

Birden fazla fikri hakkın ihlal edildiği uyuşmazlıklara ilişkin Yargıtay kararlarında da birden fazla tazminata hükmedilemeyeceği belirtilmiştir⁶². Hakim, burada tazminat miktarını belirlerken, TBK m.

önceki eserlerden yararlanıldığı düşünüldüğünde belirli bir süre geçtikten sonra herkesin eseri kullanabilmesi bir anlamda kamu yararı için gerekli görülmüştür. Konuyla ilgili Bkz. Jessica D. Litman, 'The Public Domain', (1990) 39 (4) *Emory Law Journal* 965-1023.

⁵² Uluçlar (n30) 211.

⁵³ Suluk (n31) 46.

⁵⁴ Danimarkalı tasarımcı Arne Jacobsen'in tasarladığı sandalye, AB markası olarak, uygulamalı güzel sanat eseri olarak ve tasarım olarak korunmaktadır. Bu bakımdan, bu sandalye, kümülatif koruma ilkesine örnek olarak verilebilecek bir fikri üründür. Konuyla ilgili bkz. <https://poraj.com/en/ip-protection-in-the-furniture-industry/>, (Çevrimiçi), 22.01.2025.

⁵⁵ Uluçlar (n30) 238-239.

⁵⁶ Bozbel, (n30) 642.

⁵⁷ Karar metni için Bkz. *Lego Juris v OHIM* (Case C-48/09 P) [2010] ECR I-8403 (Erişim: <https://curia.europa.eu/>), 11.04.2025.

⁵⁸ Sevilay Uzunallı, *Markanın Korunmasının Kapsamı ve Tazminat Talebi* (Adalet 2012), s. 454.

⁵⁹ HMK m. 110'da düzenlenen davaların yığılması, davacının aynı davalıya karşı olan, birbirinden bağımsız birden fazla asli talebini, aynı dava dilekçesinde ileri sürebilmesini ifade etmektedir. Kümülatif korumadan yararlanan fikri hak sahipleri de, uygulamada tek bir dilekçede taleplerini sunmaktadır.

⁶⁰ Suluk (n31) 45.

⁶¹ Fatma Karaman Odabaşı, *Uygulamada Fikri Mülkiyet Haklarının Haksız Rekabete Konu Olması* (Seçkin 2015) 54-55; Suluk (n36) 45.

⁶² Yargıtay 11. HD, 14.07.2006, 2006/8411, Karar için Bkz. Güneş (n1) 484.

60 hükmünden yararlanacaktır. Anılan hükümde, “bir kişinin sorumluluğu, birden çok sebebe dayandırılabilirse hâkim, zarar gören aksini istemiş olmadıkça veya kanunda aksi öngörülmedikçe, zarar görene en iyi giderim imkânı sağlayan sorumluluk sebebine göre karar verileceği” belirtilmiştir. Nitekim, Yargıtay kararlarında da, TBK m. 60’da öngörülen seçimlik hakkın, kümülatif korumanın söz konusu olduğu uyuşmazlıklarda uygulanacağı dile getirilmiştir⁶³.

Her ne kadar kümülatif koruma çerçevesinde birden fazla tazminata hükmedilmeyecek olsa da birden fazla mevzuata dayanmak, hak sahibi açısından daha avantajlıdır. Zira bu sayede, belki tazminat miktarlarının takdirinde, mahkeme, hak sahibi açısından daha yüksek tazminat tutarına hükmedebilecektir. Bunun yanı sıra, belki de hak sahibinin dayandığı mevzuattan biri çerçevesinde koruma talep edebilmesi mümkün olmayacakken, diğer mevzuat devreye girecek ve hak sahibinin zararları tazmin edilebilecektir.

IV. HAKSIZ REKABET HUKUKUNDA KÜMÜLATİF KORUMA İLKESİ

A. Genel Olarak

Çalışmamızın giriş kısmında, fikri mülkiyet hukukunda kümülatif korumanın iki şekilde karşımıza çıkacağına değinmiştik. Bunlardan birincisi olan bir fikri ürünün fikri mülkiyeti düzenleyen farklı yasalara göre korunması yukarıda incelenmiştir. Ancak, kümülatif korumanın asıl önemli olan ve gerek doktrin gerek yargı kararlarında tartışmalı olan türü, bir fikri ürünün fikri mülkiyet hukukunu düzenleyen yasalardan biriyle korunmasının yanı sıra aynı zamanda TTK’daki haksız rekabet hükümleri çerçevesinde korunmasıdır. Bu bakımdan çalışmamızın üçüncü bölümünde, kümülatif koruma ilkesi, haksız rekabet hükümleri çerçevesinde incelenecektir.

B. Haksız Rekabet Kavramı

TTK m. 54/2’de haksız rekabet, “rakipler arasında veya tedarik edenlerle müşteriler arasındaki ilişkileri etkileyen aldatıcı veya dürüstlük kuralına diğer

şekillerdeki aykırı davranışlar ile ticari uygulamalar” olarak tanımlanmıştır. Haksız rekabet, kısaca dürüstlük kuralına aykırı olan ve rekabeti bozan davranışlar olarak tanımlanabilir. Bu tanım, unsurlarına ayrıldığı zaman, haksız rekabetin oluşması için dört unsur aranmaktadır. Bu unsurlar sırasıyla; rekabeti etkileyen bir davranışın olması, bu davranışın dürüstlük kuralına aykırı veya aldatıcı olması, bu davranışın rekabeti bozması ve bu durumun katılanların menfaatine zarar vermesi olarak sayılabilir⁶⁴. Haksız rekabetin oluşması için failin yarar sağlaması veya kusurlu olması aranmaz. Haksız rekabete uğrayan kişinin zarar tehlikesine maruz kalması yeterlidir. Zararın varlığı yalnızca tazminat davaları için gereklidir⁶⁵.

Haksız rekabet hükümlerinin amacı, yalnızca rakiplerin bireysel menfaatlerinin korunması olmayıp aynı zamanda bütün katılanların menfaatine dürüst ve bozulmamış rekabetin sağlanmasıdır (TTK m. 54/1). Katılan kavramının içine rakiplerin yanı sıra tüketici ve genel olarak toplum da girmektedir⁶⁶. Haksız rekabet halleri TTK m. 55’te örnekleyici olarak sayılmıştır.

Mülga 6762 sayılı TTK⁶⁷ m. 57/5’de “ürün adı, unvan, marka, işaret gibi tanıtmaya vasıtaları” ifadesine yer verilmesi, mülga TTK döneminde markaya tecavüz halinde haksız rekabetin de oluştuğunun kabul edilmesine dayanak teşkil etmekteydi. Ancak, yürürlükteki 6102 sayılı TTK m. 55’in gerekçesinde; markaların kendi özel kanununda korunduğu, ayrıca TTK’da yer almasının yorum güçlüklerine sebebiyet verdiği belirtilerek, anılan ifade madde metninden çıkartılmıştır⁶⁸. Bu değişiklikte beraber, SMK’daki marka koruması ile TTK’daki haksız rekabet korumasının kümülatif olarak uygulanıp uygulanamayacağı gerek doktrin gerek yargı kararlarında sıklıkla tartışılan bir konu olmuştur. Nitekim aşağıda bu tartışma üzerinde durulacaktır

⁶³ Yargıtay 11. HD, 10.12.2015, 2015/13291 K: “Kaldı ki aynı eylemle birden fazla yasa ile korunmakta olan hakların ihlali iddiasının varlığı halinde, kural olarak hakların yarışması hali söz konusu olmayıp, hakların yığılması durumu mevcuttur. Hak sahibinin bu halde koruma talebi bakımından seçimlik hakkı bulunmaktadır.”

⁶⁴ Engin Erdil, *Haksız Rekabet Hukuku* (4. Baskı, Ankara 2024) 62-63.

⁶⁵ Erdil (n64) 61; Reha Poroy ve Hamdi Yasaman, *Ticari İşletme Hukuku* (20. Baskı, Seçkin 2024) 486.

⁶⁶ Erdil (n64) 54-55; Güneş (n1) 21; Poroy ve Yasaman (n65) 391.

⁶⁷ Mülga 6762 sayılı TTK, RG. 09/07/1956, S. 9353.

⁶⁸ TTK gerekçesi için bkz. <https://www.lexpera.com.tr/mevzuat/gerekceler/turk-ticaret-kanunu-madde-gerekceleri/1>, (Çevrimiçi), 23.01.2025.

C. Haksız Rekabet Koruması ile Marka Korumasının Kümülatif Halde Olması

1. Genel Olarak

Fikri mülkiyet hukuku ile haksız rekabet hukuku arasındaki ilişki, doktrinde uzun zamandır tartışma konusu olmuş bir husustur. Fikri mülkiyetin konusu fikri ürünü korumak iken, haksız rekabetin konusu rekabet ilişkilerinin dürüstlük kuralları çerçevesinde düzenlenmesidir⁶⁹. Ancak bir fikri ürünün fikri mülkiyet hukuku mevzuatıyla korunmasının yanı sıra haksız rekabet hükümleri çerçevesinde korunup korunmayacağını ayrıca tartışmak gerekir⁷⁰.

Doktrinde, fikri mülkiyet hukuku ile haksız rekabet hukukunun kümülatif olarak uygulanıp uygulanamayacağı bakımından iki temel görüş bulunmaktadır. Birinci görüş, haksız rekabet hükümlerinin uygulanmasını sınırlandırarak kümülatif korumayı reddeden görüştür⁷¹. İkinci görüş ise, haksız rekabet hükümlerinin koruduğu değer fikri mülkiyet hükümlerinden farklı olmasından hareketle, somut olayda şartlar sağlanıyorsa, fikri mülkiyet korumasının yanında haksız rekabet korumasının da söz konusu olduğunu, bir başka deyişle kümülatif korumayı savunan görüştür⁷². Aşağıda bu iki görüşü ayrı ayrı ele alacağız.

Doktrinde, haklı olarak, kümülatif koruma ilkesinin gündeme gelebilmesi için ilgili fikri ürünün koruma süresinin sona ermemiş olması gerektiği, aksi durumun süreli koruma öngören fikri mülkiyet hukuku hükümlerinin süresiz koruma öngören haksız rekabet hükümleriyle aşılması anlamına geleceği tespiti yapılmıştır⁷³. Ancak, markalar bakımından özel bir durum söz konusudur. Marka hakkı, diğer

fikri mülkiyet haklarının aksine, belirli bir süreden sonra sona ermez. Hatta onar yıllık koruma süresi dolduktan sonra, yenilenmese bile, markanın sahibi tarafından kullanılmaya devam edildiği ihtimalde, SMK kapsamında korunmayan marka, haksız rekabet hükümleri çerçevesinde korunabilecektir⁷⁴. Dolayısıyla, markalar bakımından kümülatif koruma ilkesini irdeleyen çalışmamızda, kümülatif korumayı reddeden ve kabul eden görüşleri incelerken süre meselesine girmeyeceğiz.

2. Kümülatif Korumayı Reddeden Görüş

Fikri mülkiyet hukuku koruması ile haksız rekabet hukuku korumasının kümülatif halde uygulanabilir olmasını reddeden görüşün temel dayanak noktaları, öncelik teorisi ve dolanma teorisidir. Öncelik teorisinde, SMK ve TTK hükümleri arasında özel hüküm- genel hüküm ilişkisi olduğundan hareketle, genel hüküm niteliğindeki TTK'daki haksız rekabet hükümlerinin SMK hükümleri varken uygulanamayacağı savunulmaktadır. Dolanma teorisi ise, kanun koyucu tarafından bilinçli olarak düzenleme yapılmayan bir yerde başka bir düzenleme gerekçe gösterilerek koruma sağlanmasının, kanun koyucunun iradesinin dolanılması olduğunu ifade etmektedir⁷⁵.

Doktrinde kümülatif korumayı reddeden yazarlar, özel hükümler varken ayrıca genel hükümlere başvurulmasının isabetli olmadığını, halihazırda özel hükümlerde korunan fikri ürünün koruma kapsamının belirlendiğini savunmaktadır. Bu görüşü savunanlar, haksız rekabet hükümlerinin ancak kendi özel sicillerine tescil edilmemiş, bu yüzden özel kanunla korunmayacak fikri haklar için uygulanabileceği görüşündedir⁷⁶.

Yukarıda değindiğimiz üzere, mülga TTK'nın aksine, yürürlükteki 6102 sayılı TTK'nın haksız rekabet hükümlerinde markaya yer verilmemesi, Kanun gerekçesinden de anlaşılacağı üzere, bilinçli bir tercihtir. Nitekim, son yıllardaki Yargıtay kararları da incelendiği zaman, markaların halihazırda SMK

⁶⁹ Fikri mülkiyet hukuku ile haksız rekabet hukuku arasındaki ilişki hakkında detaylı bilgi için Bkz. Feyzan Hayal Şehirli Çelik, 'Tescilsiz Tasarımlar Artık Haksız Rekabet Hükümleriyle Korunmayacak mı? -Bir Yargıtay Kararının Düşündürdükleri', *Banka ve Ticaret Hukuku Dergisi*, (2021) 37(4), s. 31-35.

⁷⁰ Sabih Arkan, *Ticari İşletme Hukuku* (25. Baskı, Banka ve Ticaret Hukuku Araştırma Enstitüsü 2019); Bayrak, (n31); Güneş (n1) 38; Poroy ve Yasaman (n65) 383.

⁷¹ Bozbel (n30) 641-642; Işık Yaşlı (n37) 90-91; Füsün Nomer Ertan, *Haksız Rekabet Hukuku* (On İki Levha 2016) 181.

⁷² Büyükkılıç (n31) 113; Karaman Odabaşı, (n61) 53; Poroy ve Yasaman (n65) 385; Tekinalp (n3) 37.

⁷³ Erdil (n64) 45; Cahit Suluk, *Fikri Mülkiyet Yazıları I - Mütalaalarım* (2001-2020), (Seçkin 2021) 647; Tekinalp (n3) 37.

⁷⁴ Nomer Ertan (n71)) 175.

⁷⁵ Öncelik ve dolanma teorileri ile kümülatif koruma ilkesine olan etkileri hakkında detaylı bilgi ve çeşitli görüşler için bkz. Işık Yaşlı (n37) 84-91.

⁷⁶ Bu konudaki çeşitli görüşler için bkz. Bozbel (n30) 641-642; Büyükkılıç (n31) 106; Işık Yaşlı (n37) 90-91; Nomer Ertan (n71) 181.

kapsamında korunduğu, ayrıca TTK'daki haksız rekabet hükümleri çerçevesinde korunmayacağı dile getirilmiştir⁷⁷. Bir başka Yargıtay kararında da haksız rekabet korumasının süresiz olduğu belirtilerek, fikri mülkiyet korumasının ötesinde bir korumanın haksız rekabet hükümleri aracılığıyla sağlanmasının isabetli olmadığı vurgulanmıştır⁷⁸.

3. Kümülatif Korumayı Kabul Eden Görüş

Doktrinde bazı yazarlar, marka koruması ile haksız rekabet korumasının kümülatif olarak uygulanabileceği kanısındadır. Bu görüşü savunan yazarlara göre, SMK ile TTK arasında özel hüküm genel hüküm ilişkisi bulunmamaktadır. Zira fikri mülkiyet hukuku ve haksız rekabet hukuku, farklı koruma amaçları ve taleplerine sahiptir⁷⁹. Kümülatif korumayı kabul eden, ancak bunu sınırlandıran bir görüşe göre; kümülatif korumanın kabul edilebilmesi için, fikri mülkiyet hukuku korumasının süresinin bitmemiş olması gerekir. Aksi durum, süreli korunan fikri hakların niteliği ile bağdaşmaz⁸⁰. Ancak, yukarıda değindiğimiz üzere, marka hakkının diğer fikri hakların aksine bir anlam-

da süresiz korunabilmesi, bu ihtimali zaten dışlamaktadır. Dolayısıyla, marka hakları bakımından kümülatif korumanın kabul edilmesi yönünden, böylesi bir ön şarttan bahsedilemeyecektir.

4. Kanaatimiz

Kanaatimizce, haksız rekabet hükümlerinin marka hukuku korumasıyla kümülatif şekilde uygulanabileceğini reddeden birinci görüş ve bu doğrultuda verilmiş mahkeme kararları isabetlidir. Zira TTK'nın haksız rekabet hükümlerinde marka hakkına yer vermemesinde kanun koyucunun bilinçli bir tercihi olduğu, ilgili maddenin gerekçesinden anlaşılmaktadır. Halihazırda, SMK'da marka hakkının kapsamı ve tecavüz oluşturabilecek fiiller ayrıntılı bir şekilde belirlenmiştir. Bu bakımdan marka hakkına bir tecavüz gerçekleştiğinde hak sahipleri SMK'da öngörülmüş hukuki imkanlara (SMK m. 149-150) başvurmak suretiyle zararlarını tazmin edecek (SMK m. 150) ve gelecekte benzer ihlallerin tekrar etmesini önlemek adına el konulma, imha, mülkiyetin devri başta olmak üzere çeşitli talepleri (SMK m. 149) ileri sürebilecektir. Bu yollara başvurulduğu ölçüde haksız rekabet durumu da ortadan kalkmış olacağından ayrıca haksız rekabet hükümlerine başvurulmasının isabetli olmadığı kanaatindeyiz.

V. SONUÇ

Fikri mülkiyet hukukunun temel ilkeleri arasında gösterilen kümülatif koruma ilkesi, marka hukuku bakımından da belirli bir önemi haizdir. Kümülatif koruma; bir fikri ürünün ya birden fazla fikri mülkiyet mevzuatıyla, bir fikri mülkiyet mevzuatının farklı hükümleriyle ya da bir fikri mülkiyet mevzuatının yanı sıra haksız rekabet hükümleriyle korunmasını ifade etmektedir.

Birden fazla fikri mülkiyet mevzuatıyla korunma şeklindeki kümülatif koruma, marka hukuku açısından da önemlidir. Özellikle grafik temsil şartı anlayışının terkedilmesiyle beraber, sicile marka olarak tescil edilebilecek işaretlerin sayısının artması, eser veya tasarım sıfatına da sahip markaları karşımıza çıkarmıştır. Gerek SMK gerek karşılaştırmalı hukuktaki marka düzenlemeleri incelendiği zaman, bir işaretin marka olarak tescilinin onun eser veya tasarım niteliğini etkilemeyeceğine ilişkin hükümler, kümülatif korumanın yasal dayanağını göstermektedir.

⁷⁷ Yargıtay 11. HD., 06.06.2024 tarihli ve 2022/6756 E., 2024/4798 K. sayılı kararı, "Türk Ticaret Kanunu'nun (6102 sayılı Kanun) 55 nci maddesinin birinci fıkrasının (a) bendinin dördüncü alt bendi ve madde gerekçesi birlikte değerlendirildiğinde, markaya tecavüz fiili dava tarihinde yürürlükte olan 556 sayılı KHK'da düzenlendiğinden ve 6102 sayılı Kanun'un 55 nci maddesinin birinci fıkrasının (a) bendinin dördüncü alt bendi düzenlemesinde yürürlükten kalkan 6102 sayılı Kanun'un 57 nci maddesinin beşinci fıkrasındaki "ürün adı, unvan, marka, işaret gibi tanıtmaya vasıtaları" ibaresine yer verilmediğinden, kümülatif koruma sağlamayacağından, haksız rekabete ilişkin davanın reddine karar verilmesi gerekirken kabulüne karar verilmesinin de yerinde görülmediği...". Yargıtay, son yıllarda, istikrarlı şekilde markaya tecavüz davalarındaki haksız rekabete ilişkin talepleri reddetmektedir. **Konuyla ilgili muhtelif kararlar için bkz.** Yargıtay 11. HD., 24.04.2024, 2024/3177 K.; Yargıtay 11. HD., 04.04.2024, 2024/2783 K.; Yargıtay 11. HD., 05.03.2024, 2024/1745 K.; Yargıtay 11. HD., 27.09.2022, 2022/6337 K.; Yargıtay 11. HD., 14.03.2022, 2022/1852 K. Karar metinlerine ulaşmak için, <https://www.lexpera.com.tr/>, (Çevrimiçi), 24.01.2025.

⁷⁸ Yargıtay 11. HD., 2021/3954 K.: "Haksız rekabet hükümlerine dayanılarak anılan ilkeleri geçersiz kılacak veya zedeleyecek yorumlardan dikkatle kaçınılmalı ve bu noktada haksız rekabet hükümleri dar yorumlanmalı, konuya ilişkin özel hükümlerin ötesinde, mal veya hizmetlerle ilgili olarak tekel yaratılmamalı, ekonominin sağlıklı şekilde işlemesi için serbest rekabet ortamı özenle korunmalıdır." (Çevrimiçi), <https://www.lexpera.com.tr/ictihat/yargitay/11-hukuk-dairesi-e-2021-89-k-2021-3954-t-22-4-2021>, 24.01.2025.

⁷⁹ Büyükkılıç (n31) 113; Poroy ve Yasaman (n65) 385; Tekinalp (n3) 37.

⁸⁰ Bozbel (n30) 641; Tekinalp (n3) 37.

Bir markanın haksız rekabet hükümleri çerçevesinde korunması ise, kümülatif korumanın diğer türünü oluşturmakla beraber, doktrinde tartışmalıdır. Özellikle haksız rekabet korumasının marka korumasını aşacak şekilde kullanılarak kanun koyucunun iradesinin dolanılması, eleştiri konusu olmuştur. Nitekim, son yıllardaki Yargıtay kararlarında da bu husus vurgulanmış ve halihazırda SMK'da düzenlenen markalar bakımından ayrıca bir haksız rekabet korumasına gerek olmadığı tespiti yapılmıştır.

Kanaatimizce, bir markanın aynı zamanda bir eser veya tasarım olarak da korunduğu durumlarda klasik anlamda yığılmadan farklı bir durum söz konusudur. Bu şekildeki koruma, hak sahibinin birden fazla tazminata hak kazanacağı şeklinde klasik

anlamda bir yığılmadan ziyade, bir hukuki sebepler yığılması olarak yorumlanmalıdır. Bu bakımdan, hak sahibi, yalnızca bir tazminata hak kazanmakla beraber, dilekçesinde kümülatif korumadan bahsetmesi elindeki hukuki imkanların sayısının artması bakımından önemlidir.

Haksız rekabet koruması ile marka korumasının kümülatif olarak uygulanmasına ise ihtiyaç yoktur. Zira tescilli markaların korunması, SMK'da ayrıntılı bir şekilde düzenlenmiş olup ayrıca haksız rekabet hükümlerine başvurulması, konuyu muğlaklaştırmak ve kanun koyucunun iradesini aşmaya çalışmaktan başka bir işlev taşımamaktadır. Bu bakımdan, Yargıtay'ın son yıllarda vermiş olduğu kararların isabetli olduğu kanaatindeyiz.

KAYNAKÇA

- Arkan, Sabih: *Ticari İşletme Hukuku* (25. Baskı, Banka ve Ticaret Hukuku Araştırma Enstitüsü 2019).
- Balık, İ ve Bektaş, İ: 'Markanın Koruma Kapsamının Belirlenmesinde Ayırt Edicilik Gücünün Etkisi ve Tanınmış Markanın Zayıf Unsurunun Durumu - McDonald's Kararları Yönünden Bir İnceleme' (2019) 5(1) *Ticaret ve Fikri Mülkiyet Hukuku Dergisi* 1- 18.
- Bayrak, Ö: *Uygulamada Fikri ve Sınai Mülkiyet ve Haksız Rekabet Suçları* (Seçkin 2021).
- Bozbel, S: *Fikri Mülkiyet Hukuku* (On İki Levha, 2012).
- Bozgeyik, H: Marka Hakkının Korunması (2. Baskı, On İki Levha, 2019).
- Bozgeyik, H ve Er, S: 'Tasarımlar için Kümülatif Koruma' (2019) 5(1) *Ticaret ve Fikri Mülkiyet Hukuku Dergisi*, 19-38.
- Bulut, U: *Medeni Usul Hukukunda Davaların Yığılması* (Adalet 2017).
- Büyükkılıç, G: 'Türk Hukukunda Haksız Rekabet ve Fikri Mülkiyet Hükümlerinin Kümülatif Uygulanabilirliği' (2024) 10(1) *Ticaret ve Fikri Mülkiyet Dergisi*, 101-118.
- Calboli, I: 'The Case for a Limited Protection of Trade-mark Merchandising' (2011) 2011(3) *University of Illinois Law Review*, 865-914.
- Çolak, U: *Türk Marka Hukuku* (5. Baskı, On İki Levha 2023).
- Erdil, E: *Haksız Rekabet Hukuku* (4. Baskı, Seçkin 2024).
- Göka, ME: *Taleplerin Yarışması* (Oniki Levha 2024).
- Güneş, İ: *Uygulamada Fikri ve Sınai Mülkiyet Hakları ve Haksız Rekabet Davaları* (8. Baskı, Seçkin 2023).
- Işık Yaşlı, Ş: *Fikri Haklar ile Haksız Rekabet Hukuku Arasında Kümülatif Koruma* (Seçkin 2022).
- Karaman Odabaşı, Fatma: *Uygulamada Fikri Mülkiyet Haklarının Haksız Rekabete Konu Olması* (Seçkin 2015).
- Kaya, A: *Marka Hukuku* (2. Baskı, Vedat Kitapçılık 2024).
- Kılıçoğlu, AM: *Sınai Haklarla Karşılaştırmalı Fikri Haklar* (9. Baskı, Turhan 2023).
- Litman, JD: 'The Public Domain', (1990) 39 (4) *Emory Law Journal* 965-1023.
- Nomer Ertan, F: *Haksız Rekabet Hukuku* (On İki Levha 2016).
- Senftleben, M: 'Trademarks Function, Don't They? CJEU Jurisprudence and Unfair Competition Principles' (2014) *Max Planck Institute for Innovation and Competition*, Research Paper No 14-05, 434-454.
- Suluk, C / Karasu, R / Nal, T: *Fikri Mülkiyet Hukuku* (8. Baskı, Seçkin 2024).
- Suluk, C: *Fikri Mülkiyet Yazıları I - Mütalaalarım* (2001-2020), (Seçkin 2021).
- Suluk, C: 'Avrupa Birliği ve Türk Hukukunda Tasarımların Kümülatif Olarak Korunması (Çoklu Koruma)' (2001) 1(3) *Ankara Barosu ve Fikri Mülkiyet Hukuku Dergisi*, 43-72.
- Şehirli Çelik, FH: *Tasarımların Haksız Rekabet Hükümlerine Göre Korunması* (Banka ve Ticaret Hukuku Araştırma Enstitüsü 2014).
- Şehirli Çelik, FH: 'Tescilsiz Tasarımlar Artık Haksız Rekabet Hükümleriyle Korunmayacak mı? -Bir Yargıtay Kararının Düşündürdükleri', *Banka ve Ticaret Hukuku Dergisi*, (2021) 37(4), 27-86.
- Poroy, R / Yasaman, H: *Ticari İşletme Hukuku*, (20. Baskı, Seçkin 2024).
- Tekinalp, Ü: *Fikri Mülkiyet Hukuku* (5. Baskı, Vedat Kitapçılık 2012).
- Uluçlar, ÖS: *Fikri Mülkiyet Haklarında Kümülyasyon* (Yetkin 2024).
- Uzunallı, S: *Marka Hukuku* (3. Baskı, Adalet 2024).
- Uzunallı, S: *Markanın Korunmasının Kapsamı ve Tazminat Talebi* (Adalet 2012).
- Yasaman, H / Ayoğlu, T / Bilgin Yusufoglu, F / Memiş Kartal, P / Yüksel, S.H / Yasaman, Z: *Sınai Mülkiyet Kanunu Şerhi, Cilt I* (Seçkin 2021).
- <https://curia.europa.eu>
- <https://www.lexpera.com.tr/kullanici-profil>
- <https://sozluk.gov.tr/>
- <https://poraj.com/en/ip-protection-in-the-furniture-industry/>

Etik Beyanı: Bu çalışmanın hazırlanma sürecinde etik kurallara uyulduğunu yazar beyan etmektedir. Aksi bir durumun tespiti halinde Ticaret ve Fikri Mülkiyet Hukuku Dergisi (TFM) hiçbir sorumluluğu kabul etmemektedir. Sorumluluk, çalışmanın yazarına aittir.

Katkı Oranı Beyanı: Söz konusu çalışmanın hazırlanması ve yazımı aşamasında yazarın katkı oranı %100'dür.

Varsa Destek ve Teşekkür Beyanı: Yoktur.

Çatışma Beyanı: Yoktur.

Ethics Statement: *The author declares that ethical rules are followed in all preparation processes of this study. In case of detection of a contrary situation, TFM does not have any responsibility and all responsibility belongs to the author of the study.*

Contributions Statement: *Author has contributed %100 into preparing and writing this study.*

Statement for Support and Appreciation If Any: *None.*

Statement for Conflict of Interest: *None.*