

556 SAYILI MARKALARIN KORUNMASI HAKKINDA KANUN HÜKMÜNDE KARARNAME ÇERÇEVESİNDE MARKA, TAKLİT MARKA VE TAKLİT MAL KAVRAMLARI

İşıl TÜZÜN

Kırklareli Üniversitesi
Babaeski Meslek Yüksekokulu
Babaeski - KIRKLARELİ
i_tuzun@hotmail.com

Özet

Ticari hayatın vazgeçilmez unsurlarından olan ticari işletmeler; sermaye, hammadde, üretilmiş mal gibi maddi malvarlıkları ile ticaret unvanı, işletme adı, marka, patent gibi gayri maddi malvarlıklarına sahiptirler. Ticari işletmelerin malvarlığını oluşturan bu değerlerin en önemlilerinden biri şüphesiz “marka”lardır.

Gelişen teknoloji ile birlikte günümüzde, taklit markaların gerçek markalardan ayrılmasının -üreticiler için bile- oldukça zorlaşması ve taklit mal piyasasının her geçen gün daha da büyümesi; gerçek marka ile taklit markaların ayırt edilerek gerçek hak sahiplerinin menfaatlerinin hukuki koruma altına alınmasını zorunlu kılmaktadır.

Ülkemizde marka hakkı, 27.06.1995 tarihinde yürürlüğe giren 556 sayılı Markaların Korunması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname çerçevesinde korunmaktadır. Söz konusu kararname ile markayı taklit etmek, marka hakkına tecavüz teşkil eden hallerden biri olarak düzenlenmiş bulunmaktadır.

Bu çalışmada 556 sayılı Markaların Korunması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname çerçevesinde marka, taklit marka ve taklit mal kavramları incelenerek; bu kavramlar Yargıtay kararları ile doktrindeki görüşler eşliğinde değerlendirilecektir.

Anahtar Kelimeler: *Marka, Taklit marka, Taklit mal*

Alan Tanımı: *Ticaret Hukuku (Marka Hukuku)*

TRADEMARK, IMITATED TRADEMARK AND IMITATED GOODS CONCEPTS UNDER THE DECREE-LAW NO 556 PERTAINING TO THE PROTECTION OF TRADEMARKS

Abstract

Commercial businesses which are indispensable aspects of commercial life possess material assets such as; capital, raw material, produced goods and have intangible assets such as trade name, administration name, trademark and patent. Without a doubt “trademark” is one of the most important components that forms the basis of commercial businesses’ assets.

With the improving technology today, the separation of original trademarks from their imitated counterparts -even for their producers- has become quite difficult, imitated trademark market has expanded and this has made it compulsory to make a distinction between the original and imitated goods and protect the rights of the original right-holders.

In Turkey trademark rights are protected under the decree-law no 556 pertaining to the protection of trademarks which has come into effect on 27th of June 1995. With this decree attempting to imitate a trademark, has been regulated as one of the circumstances that counted as an assault against the trademark rights.

In this study trademark, imitated trademark and imitated goods concepts have been investigated under the decree-law no 556 pertaining to the protection of trademarks and these concept will be evaluated in accordance with the views in doctrine and Supreme Court’s decisions.

Keywords: Trademark, Imitated trademark, Imitated Goods

JEL Code: K19

1. GİRİŞ

Markalar temel olarak, hem alıcılara mal ve hizmetleri diğerlerinden ayırmak konusunda yardımcı olurlar, hem de sahiplerine temsil ettikleri mal veya hizmetlerin reklam ve tanıtımı için kolaylık sağlarlar. Günümüzde markaların sahip olduğu bu reklam aracı olma özelliği, temsil ettiği mal veya hizmetin dahi önüne geçmesine ve markanın başlı başına sahip olduğu ekonomik değerin artmasına sebep olmaktadır. Bu açıdan güçlü bir etkiye sahip olan markaların, hukuk düzeni tarafından hem ulusal, hem de uluslararası alanda korunması kaçınılmaz olmaktadır.

Bilindiği üzere 1963 yılında imzalanan Ankara Anlaşması ile başlayan Avrupa Birliği'ne katılım sürecinde 1/95 sayılı Ortaklık Konseyi Kararı imzalanarak Türkiye ile Avrupa Birliği arasında Gümrük Birliği kurulmuştur. Böylelikle -diğer yükümlülüklerin yanında- fikri ve sınai mülkiyet haklarının korunma düzeyinin Avrupa Birliği'ndeki korunma düzeyine denk hale getirilmesi Türkiye tarafından taahhüt edilmiş ve -diğer düzenlemelerle birlikte- 556 sayılı Markaların Korunması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname (556 sayılı KHK) kabul edilmiştir (Arkan, 2009:265).

Çalışmanın 556 sayılı KHK ile sınırlandırılmış olması sebebiyle, konu özellikle ulusal mevzuattaki düzenleme çevresinde ele alınacak; uluslararası mevzuata yeri geldikçe değinilecek ayrı bir bölüm altında incelenmeyecektir.

Çalışma üç ana bölümden oluşmaktadır. Öncelikle 556 sayılı KHK çerçevesinde marka açıklanacak, sonrasında taklit marka kavramı üzerinde durulacak ve taklit mal incelenerek çalışmamız sonlandırılacaktır.

2. 556 SAYILI MARKALARIN KORUNMASI HAKKINDA KANUN HÜKMÜNDE KARARNAME ÇERÇEVESİNDE MARKA, TAKLİT MARKA VE TAKLİT MAL KAVRAMLARI

2.1. Marka

Sözlükteki ilk anlamıyla; *resim veya harfle yapılan işaret* anlamına gelen marka 556 sayılı KHK ile 556 sayılı Markaların Korunması Hakkında Kanun Hükmünde Kararnamenin Uygulamasına Dair Yönetmelik (Yönetmelik) ile tanımlanmaya çalışılmıştır (Türkçe Sözlük, 2005:1346). 556 sayılı KHK'da markanın; *ortak markalar ve garanti markaları dahil ticaret markaları veya hizmet markalarını ifade edeceği* belirtilmiştir. Ayrıca markanın *bir teşebbüsün mal veya hizmetlerini bir başka teşebbüsün mal veya hizmetlerinden ayırt etmeyi sağlaması koşuluyla, kişi adları dahil, 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 içereceği* de belirtilerek çerçevesi çizilmeye çalışılmıştır. Yönetmelik'te ise markanın; *bir işletmenin imalâtını ve/veya ticaretini yaptığı malları ve/veya sunduğu hizmetleri, başka işletmelerin mal ve/veya hizmetlerinden ayırt etmeye yarayan ticaret ve/veya hizmet markası olarak da nitelendirilebilen işaretini* ifade edeceği belirtilmiştir.

Görüldüğü üzere; 556 sayılı KHK ve Yönetmelik birlikte değerlendirildiğinde, bu iki hukuki metinde de markanın tanımının verilerek sınırlarının çizilmeye

çalışıldığı görülmektedir. Yargıtay da anılan düzenlemeler ile markanın tanımının yapıldığı görüşündedir (Yrg. HGK 20.12.2000 tarih, 2000/11-1804 E., 2000/1814 K., <http://emsal.yargitay.gov.tr>, 29.03.2011).

556 sayılı KHK'da belirtildiği üzere, marka iki önemli unsura sahiptir. Bunlardan ilki markanın bir *işaret* olması, diğeri markanın *ayırt edici nitelik* taşımasıdır. İşaret, 556 sayılı KHK'da henüz marka olarak tescil edilmemiş olan sembollerini ifade etmek amacıyla kullanılmıştır. İşaret tescil edildikten sonra marka olarak anılacak ve artık 556 sayılı KHK koruması altında olacaktır (Tekinalp, 2005:344). Ayrıca 556 sayılı KHK bu işaretlerin, *çizimle görüntülenebilme veya benzer biçimde ifade edilebilme* şartlarını taşıması gerektiğini de belirtmiştir. Ayırt edicilik ise, bir işaretin herhangi bir nedenle diğerlerinden farklı olmasıdır. Bu farklı olma nedenlerini belirleyen özellikler de *ayırt edici nitelik* olarak adlandırılır. Eğer bir işaret ayırt edicilik unsurunu taşıyorsa, marka olamaz.

2.1.1. Marka Hakkının Hukuki Niteliği

Marka hakkı, kişilerin fikri ürünleri üzerindeki haklarını ifade eden *fikri haklardan* biridir. Fikri haklar; maddi yönleri ile malvarlığı hakları, manevi yönleri ile mutlak haklar arasında yer almaktadırlar (Oğuzman ve Barlas, 2007:120). Para ile ölçülebilen bir değere sahip olması ve maddi bir varlığı bulunmaması sebebiyle marka; gayri maddi bir mal sayılmıştır. Bu nedenle de marka üzerindeki hak mutlak hak içinde, gayri maddi malvarlığı hakları arasında yer almaktadır (Arseven, 1951:40; Poroy ve Yasaman, 2010:424). Marka üzerindeki haklar, münhasıran marka sahibine aittir. Marka sahibi, marka üzerinde sahip olduğu tekeli ve mutlak hakkı herkese karşı ileri sürebilir (Ülgen ve Kaya, 2008:354). Marka hakkı sahibi, başkalarının marka hakkına karşı saldırılarını önleme yetkisine ve marka hakkından doğan haklarını kendi menfaati doğrultusunda kullanma hakkına sahiptir (Özen, 2009:55).

Markaya bağlı haklar, markanın üzerine konulduğu ürünü ya da hizmeti ya da bunların bütünleyici parçalarını kapsamaz (Ülgen ve Kaya, 2008:355). Marka soyut olup, eşya özelliği taşımadığından, üzerinde bulunduğu eşyadan da farklıdır (Yrg. HGK 12.12.2007 tarih, 2007/11-965 E., 2007/961 K., İstanbul Barosu Dergisi, C.82, S.2008/3:1536). Bu sebeple de marka ile üzerinde bulunduğu eşya farklı hukuklara tabidirler (Yasaman, 2004:174).

2.1.2. Marka Hakkının Korunması

556 sayılı KHK koruması kapsamına, yine bu KHK hükümlerine uygun olarak tescil edilen markalar girmektedir. 556 sayılı KHK koruması, tescil yoluyla elde

edilmektedir (Yrg. 11. HD 21.03.2006 tarih, 2005/790 E., 2006/2934 K., <http://emsal.yargitay.gov.tr>, 29.03.2011). Tescil ile koruma ancak tescil edildiği şekilde kullanılan markalar için geçerlidir. Tescilli bir marka, ancak tescil edildiği sınıftaki mal ve hizmetler için bu korumadan yararlanabilmektedir (Yrg. 11. HD 14.11.2005 tarih, 2004/13277 E., 2005/10986 K., Noyan, 2009:519). Tescil edilen marka her kimin adına tescil edildiyse, marka hakkı sahibi de bu kişi olacaktır. Tescil edilmiş bir markanın korunma süresi, başvuru tarihinden itibaren başlar ve on yıl devam eder. Bu koruma, on yıllık dönemler halinde yenilenerek devam ettirilebilmekte; on yıllık koruma süresi sonunda yenileme yapılmaması halinde ise marka üzerindeki koruma sona ermektedir.

2.2. Taklit Marka

Sözlükteki anlamıyla taklit; *belli bir örneğe benzemeye veya benzetmeye çalışma; benzetilerek yapılmış şey, imitasyon* demektir (Türkçe Sözlük, 2005:1891). Taklit etmek ise; *bir şeyin sahtesini, yalancısını yapmak, benzetmek* anlamına gelir (Türkçe Sözlük, 2005:1891). Belirtmek gerekir ki; bir şeyin taklidi orijinaline ne kadar benzerse benzesin, hukuki açıdan taklit olarak değerlendirilmektedir (Pekdiğer, 2010:70).

Uygulamada değişik biçimlerde kullanılmakla birlikte -genelde- *taklit*, 556 sayılı KHK -ve patent hakkındaki KHK'lar- ile korunan hakların izinsiz kullanımlarını ifade ederken yararlanılan bir kavram olmakta (Serdar Arıkan, 2005:358); 1986 yılından bu yana da, hukuki düzenlemelerde *marka taklitleri* için kullanılmaktadır. (Ayşe Saadet Arıkan,1995/1996:144).

Gelişen teknoloji, -insanlığın yararı amacıyla- markaların taklit edilmesi amacıyla da kullanılmakta ve bu durum gerçek marka ile taklit markaların ayırt edilmesini gün geçtikçe zorlaştırmaktadır. Ancak taklit markalar karşısında gerçek marka hakkı sahiplerinin haklarının korunması için ulusal ve uluslararası düzenlemelere uygun olarak verilen mücadele devam etmektedir.

Ticarette Bağlantılı Fikri Mülkiyet Hakları Anlaşması'na göre taklit markalı mallardan söz edebilmek için, o malın; *izinsiz olarak üzerinde başka bir mala ait ambalaj veya markayı aynen* ya da *söz konusu malın ambalaj veya markasında yer alan esaslı unsurların ayırt edilemeyecek şekildeki kopyasını* taşıması gerekmektedir. Bunun yanında ulusal mevzuatımıza baktığımızda konuyu düzenleyen 556 sayılı KHK'da açık bir taklit marka tanımının verilmediği görülmektedir. Bununla birlikte 556 sayılı KHK'nın marka hakkına tecavüz sayılan fiilleri düzenleyen 61 inci maddesinin (b) bendinde *marka sahibinin izni olmaksızın, markayı veya ayırt edilmeyecek derecede benzerini kullanmak*

suretiyle markayı taklit etmek fiilinin de tecavüz kapsamına alındığı görülmektedir. Bu bentten yola çıkarak; markanın taklit edildiğinden bahsedebilmek için **markanın aynen veya ayırt edilemeyecek kadar benzerinin kullanılması** ve bu kullanmanın **marka sahibinden izinsiz olması** gerektiği sonucuna varılmaktadır. Bu şartlar bir arada bulunmuyorsa marka taklidinden de söz edilemeyecektir. Bentteki aynen kavramından, tescilli markanın üzerinde hiçbir değişiklik yapmadan tüm özellikleri ile birebir kullanımı anlaşılmalıdır. Ayrıca 556 sayılı KHK'da zikredilen benzer kavramı ile ayırt edilemeyecek derecede benzer kavramını da birbirinden ayırmak gerekmektedir. Söz konusu kavramlar 556 sayılı KHK'nın farklı yerlerinde kullanıldığından iki kavram birbirinden farklıdır. 556 sayılı KHK'nın 61 inci maddesi taklidin ancak markanın aynen veya ayırt edilemeyecek kadar benzerinin kullanılması halinde söz konusu olacağını açıkça belirttiğine göre; markanın ayırt edilemeyecek kadar benzerinin kullanılması halinde taklit söz konusu olacak, marka benzerinin varlığı halinde ise taklitten bahsedilemeyecektir.

2.3. Taklit Mal

Taklit mal, **tescil edildiği mallar açısından geçerli olan bir marka ile aynı veya ayırt edilemeyecek kadar benzer olan bir işaretin, izinsiz olarak mal veya ambalaj üzerinde kullanımı ile ortaya çıkan malları** ifade etmektedir (Ayşe Saadet Arıkan,1995/1996:144).

Doktrinde; 556 sayılı KHK'nın 61 nci maddesinde yer alan taklit kavramının markanın taklit edilmesi olduğu, markanın üzerinde yer aldığı malın taklidinin madde kapsamına girmediği belirtilmiştir (Kaya, 2006:269). Gerçekten de madde, taklit markadan bahsedebilmek için markanın üzerinde olduğu malın taklidinin de gerekli olduğu yönünde bir anlam içermemektedir. Yine aynı çerçevede olmak üzere, doktrinde; **markanın taklidinde bazen markayı taşıyan ürünün de taklit edilmesinin** söz konusu olabileceği ancak -günlük hayatta çok karşılaşılan bir durum olmasına karşın- markayı taşıyan eşyanın da taklit edilmesinin, markanın taklidinden söz edebilmek için aranan şartlardan biri olmadığı -yerinde bir tespit olarak- belirtilmiştir (Tekinalp, 2005:457; Şanal, 2005:414). Nitekim 556 sayılı KHK'nın **marka tescilinden doğan hakların kapsamını belirleyen 9 uncu maddesinin** birinci fıkrasında da tescil ile kazanılmış marka hakkının, marka olan işaretin üçüncü kişiler tarafından maddede belirtilen şekillerde kullanılmasının sahibi tarafından engelleme ile sınırlı olduğu belirtilmiştir. Aynı maddenin ikinci fıkrasının (b) ve (c) bentlerinde **işareti taşıyan maldan** bahsedilmiş, böylece mal ile işaretin birbirinden ayrılması halinde marka hakkının artık **işareti taşımayan mal** üzerinde ortadan kalktığı zımni olarak kabul edilmiştir.

3. SONUÇ

Markayı taklit etmek, marka hakkına tecavüz teşkil eden hallerden biridir. Böylelikle, markayı taklit eden kimseler toplumda bir güven telkin etmiş olan markanın oluşturduğu bu güven ortamından yararlanarak ürünlerine haksız olarak bir pazar payı sağlama çabasıdadırlar. Kendi çabası ile emeğini ve sermayesini ortaya koyarak, uzun ve zorlu bir süreç sonunda markası ile toplumda bir yer edinmiş olan marka hakkı sahiplerini korumak gerekmektedir.

Marka taklitlerinde markayı taşıyan malın da taklit edilmesi çok karşılaşılan bir durum olduğundan; mal taklidi ile marka taklidi çoğu zaman birbiri yerine kullanılmaktadır. Taklit markalarla mücadele ederken öncelikle, günlük hayatta birbirinin içine geçmiş olarak kullanılan taklit marka ile taklit mal kavramlarını birbirinden ayırmak gerekmektedir. Taklit marka ile taklit mal birbirlerinden farklı kavramlar olup farklı hukuklara tabidirler. Taklit marka, gayri maddi bir mal sayılan markaya yapılan hukuka aykırı bir müdahaleyi ifade ederken; taklit mal, markanın üzerinde yer aldığı maddi malla ilgili olan hukuka aykırı bir müdahaleyi ifade eder. Bu açıdan yalnızca malın taklit edilmiş olması hali marka taklidine vücut vermeyecektir.

KAYNAKLAR

Arıkan, Ayşe Saadet. “*Fikrî ve Sinaî Haklar Kapsamındaki Taklit ve Korsan Malların Gümrüklerde Geçici Olarak Durdurulması*”, Marmara Üniversitesi Avrupa Topluluğu Enstitüsü Avrupa Araştırmaları Dergisi Gümrük Birliği Çerçevesinde Türkiye’de Fikrî ve Sinaî Hakların Korunması -Özel Sayı-. C.4, S.1-2, 1995/1996, 143-168.

Arıkan, Serdar. “*Fikrî Hakların Etkin Korunması Alanındaki Mevcut Eksiklikler Çözüm Önerileri ve Türkiye’deki Durum*”, Legal Fikrî ve Sinaî Haklar Dergisi. C.1, S.2, Y.2005, 355-384.

Arkan, Sabih, Ticarî İşletme Hukuku. Onüçüncü Baskı. Ankara: Banka ve Ticaret Hukuku Araştırma Enstitüsü, 2009.

Arseven, Haydar, Nazarî ve Tatbikî Alâmeti Farika Hukuku. İstanbul: İsmail Akgün Matbaası, 1951.

Kaya, Arslan, Marka Hukuku. İstanbul: Arıkan Basım Yayım Dağıtım Ltd. Şti., 2006.

Noyan, Erdal, Marka Hukuku. Ankara: Adalet Yayınevi, 2009.

Oğuzman, M. Kemal & Nami Barlas, *Medenî Hukuk*. 14. Bası. İstanbul: Arıkan Basım Yayım Dağıtım Ltd. Şti., 2007.

Özen, Mustafa. “*Marka Hakkına Karşı İşlenen Suçlar ve Yaptırımları*”, FMR Ankara Barosu Fikrî Mülkiyet ve Rekabet Hukuku Dergisi. C.9, S.2009/2, Y.9, 2009, 53-76.

Pekdinçer, Tamer. “*Taklit Mal Kavramı ve Gümrüklerde El Koyma*”, *The Brand Age*. S.14, Y.2, Mart 2010, 70-71.

Poroy, Reha & Hamdi Yasaman, *Ticari İşletme Hukuku*. Genişletilmiş ve Güncelleştirilmiş 13. Bası, İstanbul: Vedat Kitapçılık, 2010.

Şanal, Osman. “*Marka Hakkına Tecavüz*”, *Legal Fikrî ve Sınai Haklar Dergisi*. C.1, S.2, Y.2005, 409-421.

Taylan, Esin Çamlıbel, *Marka Hakkının Kullanımıyla Paralel İthalatın Önlenmesi*. Ankara: Seçkin Yayıncılık, 2001.

Tekinalp, Ünal, *Fikrî Mülkiyet Hukuku*. Dördüncü Bası, İstanbul: Arıkan Basım Yayım Dağıtım Ltd. Şti., 2005.

Türkçe Sözlük. 10. Baskı, Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları, 2005.

Ülgen, Hüseyin & Ömer Teoman & Mehmet Helvacı & Abuzer Kendigelen & Arslan Kaya & N. Füsün Nomer Ertan, *Ticari İşletme Hukuku*. Birinci Basıdan İkinci (Tıpkı) Bası, İstanbul: Vedat Kitapçılık, 2008.

Yasaman, Hamdi & Sıtkı Anlam Altay & Tolga Ayoğlu & Fülürya Yusufoglu & Sinan Yüksel, *Marka Hukuku 556 Sayılı KHK Şerhi Cilt I*. İstanbul: Vedat Kitapçılık, 2004.

Yargıtay. *Emsal Karar Arama*, <http://emsal.yargitay.gov.tr>, [29.03.2011].