YAZICIOGLU
LEGAL

YouTube Premium'un "Deneme Süresi"ne Reklam Kurulu Engeli: Google'a Ceza!

8 Ağustos 2025

Bir ay ücretsiz deneme süresi olan bir platforma üye olduğunuzda sizin de hiç deneme süresinde iptal etmeyi unuttuğunuz için ücret ödemek zorunda kaldığınız oldu mu? Çoğumuz bunu yaşamıştır, kimimiz de bunu bir daha yaşamamak için ajandalarına gerekli hatırlatmaları eklemiştir…

Bu uygulamaların bir süredir Reklam Kurulu'nun radarında olduğunu söyleyebiliriz. Reklam Kurulu, geçen yılın Eylül ayı bülteninde bu uygulamaların tespit edildiği pek çok platform için reklamların durdurulması kararı almıştı.

Bu yılın Mayıs ayı bülteninde ise Youtube Premium üyeliği tanıtımlarının tekrar inceleme konusu olduğunu ve Reklam Kurulu tarafından Google'a bu sefer reklamların durdurulmasına ek olarak **863.580 TL** idari para cezası verildiğini görüyoruz. Kararın detaylarını ve Eylül ayı bültenine konu olan benzer diğer kararları sizler için inceledik.

1. Reklam Kurulu'nun Değerlendirmeleri

Reklam Kurulu kararlarında Youtube Premium üyeliği sürecindeki üç temel ticari uygulamayı inceliyor:

a) "Ücretsiz Deneme" Sözüne Rağmen Banka/Kredi Kartı Bilgisi Girilmesinin Zorunlu Tutulması ve Deneme Süresi Sonunda Üyeliğin Başlatılması:

YouTube Premium, ücretsiz deneme süresini, "*1 ay boyunca ücretsiz deneyin*" ve "*1 ay boyunca ₺0 ödeyerek deneyin*" ifadeleri ile tanıtıyor. Fakat, deneme süresinden yararlanmak isteyen tüketicilerin, kredi kartı veya banka kartı bilgilerini girmesi zorunlu. Üstelik, deneme süresi sonunda herhangi bir iptal işlemi yapmayan kullanıcıların ücretli üyeliği otomatik olarak başlatılıyor.

Reklam Kurulu, haklı olarak şu eleştirilerde bulunuyor: "*ücretsiz deneme*" veya *"₺0 ödeyerek deneme"* ifadesi, ortalama tüketicide herhangi bir ödeme veya ödeme bilgisi gerekmeden hizmetten sınırlı bir süreyle faydalanılabileceği yönünde bir beklenti oluşturur. Ücretsiz bir deneme süresini kullanacak olan tüketici, bu hizmetten yararlanmak isteyip istemediğine henüz karar vermemiştir. Bu sürenin sonunda devam etmek için aktif bir onay vermeyen tüketici, bu hizmetten yararlanmak istemiyor demektir. Bu nedenle, deneme süresi sonunda ayrıca bir işlem yapmaya gerek olmadan hizmetin otomatik olarak sonlanması gerekir.

Reklam Kurulu'na göre, ödeme bilgisi girme zorunluluğu ve otomatik olarak yenilenecek bir abonelik başlatılması tüketicinin bu beklentisini karşılamamaktadır.

b) Deneme Süresi Teklifini Reddetmek için Yer Alan İşaretin Farklı Yerde ve Görünümde Olması:

YouTube'un mobil uygulamasında sunulan ücretsiz YouTube Premium deneme teklifini reddetmek isteyen kullanıcılara, bu seçenek ilgili ekranda kabul seçeneği ile aynı yerde ve aynı görünümde sunulmuyor. Ret işlemi yalnızca ekranın sağ üst köşesindeki bir çarpı simgesiyle yapılabiliyor.

Reklam Kurulu, bunu bir "karanlık ticari tasarım" olarak kabul ediyor; çünkü, bu tasarım tüketicilerin teklifi reddetme seçeneğini tercih etmesini zorlaştırarak seçim yapma iradelerini olumsuz etkiliyor.

c) Üç Abonelik Seçeneğinden Birinin Önceden Seçili Olması:

YouTube Premium internet sitesinde sunulan, "Bireysel", "Aile" ve "Öğrenci" olmak üzere üç farklı abonelik türünden "Bireysel" seçeneği, ilgili ekranda önceden seçili olarak geliyor. Reklam Kurulu, bunun da tüketicilerin tercihini yönlendiren bir uygulama olduğunu değerlendiriyor.

Reklam Kurulu, bütün bu uygulamaları "karanlık ticari tasarım" olarak nitelendiriyor ve haksız ticari uygulama olmaları nedeniyle mevzuata aykırı buluyor.

2. Eylül Bülteni ile Mayıs Bülteni Kararlarında Ne Değişti?

Reklam Kurulu, geçen yıl Eylül ayı bülteninde aynı gerekçelerle ilgili reklamları durdurma kararı almıştı. Son incelemesinde ise bu karara atıf yaparak uygulamaların hala sürdüğünü vurguluyor.

Google savunmasında, reklam durdurma kararına uyum sağlamak için çaba gösterdiğini ve bu süreci önceliklendirdiğini belirtiyor. Ancak, küresel çapta hizmet veren bir şirket olarak karar alma sürecinin uzun sürdüğünü ve yoğun mühendislik ile yerelleştirme çalışmaları gerektiğine dikkat çekiyor.

Buna rağmen, Reklam Kurulu bu açıklamaları yeterli bulmayarak ikinci incelemede Google'a reklam durdurma cezasına ek olarak üst sınırdan **863.580 TL** idari para cezası veriyor.

3. Reklam Kurulu İncelemesine Konu Olan Diğer Platformlar ve "Fizy" İstisnası

Reklam Kurulu, geçen yılın Eylül bülteninde Amazon Prime, MUBI, Spotify Premium, Storytel, Disney Plus, Blu TV ve Netflix aboneliklerindeki uygulamalar hakkında da benzer gerekçeler ile ilgili **reklamların durdurulmasına** karar vermişti.

Aslında Reklam Kurulu, Eylül ayı bülteninde bu platformlar için bir çözüm önerisi ipucuna da yer vermişti. Çünkü, bu bültende Fizy uygulamasındaki benzer bir kampanya için yaptığı değerlendirme sonrası, bu kampanyanın mevzuata aykırı olmadığına kanaat getirmişti.

Fizy uygulamasında "*İlk ay ücretsiz*" sloganı ile sunulan tanıtımda şu bilgilendirme yer alıyordu:

> "*Paketlerden herhangi birine üye olduktan sonra ilk ay ücretsiz kampanyasından yararlanabilirsiniz, kampanya sonrasında seçtiğiniz üyeliğin standart ücretleri üzerinden üyeliğiniz devam eder. İlk ay ücretsiz kampanyasından sadece bir kere faydalanabilirsiniz.*"

Reklam Kurulu'na göre bu tanıtım, tüketiciler tarafından açıkça üyeliğin başlatıldığı fakat kampanya kapsamında sadece ilk aya özel olarak herhangi bir ücret tahsil edilmeyeceği şeklinde anlaşılabiliyor. Ayrıca, diğer platformların aksine burada "*ücretsiz deneme*" gibi yanıltıcı bir ifade de yer almıyor. Dolayısıyla, abonelik sözleşmesi kurulmadan tüketiciye gerekli ve doğru bilgiler sunulmuş oluyor.

4. Sonuç

Yayımlanan kararlardan anlaşıldığı kadarıyla Reklam Kurulu, Eylül ayında hakkında durdurma kararı verdiği ticari uygulamalardan yalnızca YouTube Premium'a ilişkin olanları yeniden değerlendirmiş görünüyor. İlerleyen aylarda diğer platformlardaki uygulamaların tekrar incelenmesi için tüketici şikâyetleri mi bekleniyor, yoksa Kurul resen bir inceleme mi başlatacak? Bunu öngörmek güç. Ancak, güncel YouTube Premium kararı dikkate alındığında, Reklam Kurulu'nun yeniden inceleme durumunda sadece reklam durdurma değil, idari para cezası da verme ihtimali oldukça yüksek. Platformların ücretsiz kullanım kampanyalarını gözden geçirerek Fizy örneğinde olduğu gibi mevzuata uygun seçenekleri değerlendirmesi faydalı görünüyor.

Bora Yazıcıoğlu
bora@yazicioglulegal.com

Aslı Rabia Savaş
asli@yazicioglulegal.com

Elif Rabia Karataş
elif@yazicioglulegal.com

Ferat Gümüş
ferat@yazicioglulegal.com

Bu not hukuki görüş niteliğinde değildir. Sadece bilgi amaçlı hazırlanmış ve gönderilmiştir.

Konuyla ilgili hukuki görüş almak isterseniz bizimle iletişime geçmenizi rica ederiz.