

## Kişisel Verilerin Korunmasında Reklam Kurulu Tarafından Yeni Bir Cephe mi Açılıyor?

3 Mayıs 2024

Ticaret Bakanlığı'nın internet sitesinde her ay düzenli olarak yayınlanan Reklam Kurulu kararlarının yer aldığı bültenlerden [Mart ayı bülteninde](#) -özellikle de internet üzerinden üyelik sistemi ile mal/hizmet sunumu gerçekleştirenler için- oldukça ilgi çekici kararlar yer alıyor. Kararlara genel olarak baktığımızda bazılarının Reklam Kurulu'nun daha önce yayınlamış olduğu kararlara benzer olduğu görülüyor. Ancak kişisel verileri odağına alan öyle bazı kararlar var ki kişisel verilerin korunmasında yeni bir cephe mi açılıyor sorusunu akla getiriyor. Bu sorunun cevabına geçmeden önce kısaca bu kararların ana fikirlerinden ve Reklam Kurulu'nun değerlendirmelerinden bahsedelim...

### A. Kararlardaki Ana Fikirler ve Reklam Kurulu'nun Değerlendirmeleri

Her ne kadar Reklam Kurulu bu konuya ilişkin olarak 12 adet karara<sup>1</sup> yer vermiş ise de esasında kararların hemen hemen tamamında aynı konular ele alınmıştır. Bu nedenle açıklamalarımızda bu ortak noktalara odaklandık ve bu kararlardan çıkartılması gereken ana fikirleri aşağıdaki gibi derledik:

Ana Fikir	Reklam Kurulu'nun Değerlendirmeleri
<b>Üyeliksiz alışveriş seçeneği sunulması</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ İnternet sitesi üzerinden sunulan mal ve hizmetlere erişmek isteyen tüketicilere "üye olmaksızın" da bu mal ve hizmetlerden yararlanma imkânı sunulmalıdır. Dolayısıyla tüketicilere "Giriş Yap", "Üye Ol" gibi seçeneklere ek olarak "Üyeliksiz Devam Et" seçeneği de sunulmalıdır.</li><li>✓ Tüketicilere sunulan "Üyeliksiz Devam Et" seçeneği, diğer seçeneklerden farklı renkte ve daha küçük puntoda olmamalı dolayısıyla tüketicinin tercihi manipüle edilmemelidir.</li><li>✓ Tüketicilere sunulan onay kutucukları, önceden işaretlenmiş/doldurulmuş olmamalıdır.</li></ul>
<b>Hedefli reklamcılık ve/veya pazarlama uygulamalarına ve/veya ticari ileti gönderimine onay vermeye zorlamama</b>	<p>Tüketicilerin kişisel verileri hedefli reklamcılık ve/veya pazarlama amacıyla işlenecek yahut tüketicilere ticari elektronik ileti gönderilecek ise tüketicilere;</p> <ul style="list-style-type: none"><li>✓ Buna ilişkin bilgilendirme yapılmalıdır.</li><li>✓ Onay verip vermemeye ilişkin gerçek bir seçim hakkı sunulmalı, tüketici bu onayı/onayları vermeye zorlanmamalıdır.</li><li>✓ Daha sonra bu seçimlerini değiştirebilme imkânı sunulmalıdır.</li></ul>

<sup>1</sup> Bu kararlar, 2023/149, 2023/150, 2023/151, 2023/152, 2023/153, 2023/326, 2023/327, 2023/328, 2023/329, 2024/2262, 2024/2263 ve 2024/2266 dosya sayılı kararlardır.

<b>Üyelikten çıkış seçeneği sunulması ve/veya üyelik iptallerinin zorlaştırılmaması</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Üyelik sistemi ile faaliyet gösteriliyor ise tüketicilere üyelikten çıkış seçeneği sunulmalı ve tüketiciler bu konuda uygun şekilde bilgilendirilmelidirler.</li><li>✓ Üyelikten çıkış yöntemi, üyeliğin tesis edilmesini sağlayan yöntemden daha zor olmamalıdır.</li></ul>
<b>Üye olma ve/veya mal/hizmetin sunulması ile ilgili olmayan kişisel verilerin toplanmaması</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ İnternet sitesinde sunulan mal ve/veya hizmetten yararlanmak isteyen tüketiciler, bu mal ve/veya hizmetin tüketiciye sunulması için zorunlu olmayan (örneğin, cinsiyet bilgisi) bilgileri vermeye zorlanmamalıdır.</li></ul>

Reklam Kurulu verdiği kararların tamamında, bu tür ticari uygulamaları haksız ticari uygulama olarak kabul etmiş ve bu nedenle bu ticari uygulamaların durdurularak belirtilen hususlar doğrultusunda düzeltilmesine<sup>2</sup> karar vermiştir. Reklam Kurulu'nun konuya ilişkin hemen hemen tüm kararlarında durdurma ve düzeltme kararı vermekle yetinmesinin -daha önce bu türden incelemeler yapmamış olması dikkate alındığında- bundan sonrası için önemli bir uyarı niteliğinde kabul edilmesi gerektiği düşüncesindeyiz.

## B. Bu Konulara Kişisel Verileri Koruma Kurulu Bakmıyor Muydu?

Bilindiği gibi Reklam Kurulu kararlarında yeni yer bulan bu hususlar aslında epeydir Kişisel Verileri Koruma Kurulu'nun da ("**KVK Kurulu**") radarındaydı ve KVK Kurulu bu konularda çok sayıda ihlal kararı verdi. Yani en nihayetinde bu tür uygulamaların hukuka aykırı olduğu bilinen bir durum. Ancak gelinen aşamada, "bu aykırılığın tespiti ve cezalandırılması kimin yetkisinde" ve "aynı konudan iki farklı kurul da mı ceza verecek" soruları ortaya çıkmış oldu.

Kuruluş, yetki ve görev alanları karşılaştırıldığında, KVK Kurulu'nun faaliyet alanının odak noktasında kişisel veriler yer alıyor. Buna karşılık Reklam Kurulu'nun faaliyet alanı tüketicinin korunması, ticari reklamların düzenlenmesi ve haksız ticari uygulamaların önlenmesine odaklanıyor. Dolayısıyla mevcut kararlarda Reklam Kurulu'nun kendi faaliyet alanını kişisel verilerin hukuka aykırı olarak işlenmesi durumunu da kapsayacak şekilde yorumladığı anlaşılıyor. Nitekim kararlara dikkat edildiğinde Reklam Kurulu'nun Kişisel Verilerin Korunması Kanunu'ndaki jargonu değil, kendi mevzuatındaki jargonu kullandığı görülüyor: Haksız Ticari Uygulama.

Görüldüğü üzere Reklam Kurulu bu türden hukuka aykırı durumlarda kendisinin de artık aktif bir şekilde sürece dahil olacağını ortaya koymuş oldu.

<sup>2</sup> Kurul durdurma ve düzeltme kararına ek olarak bu kararlardan yalnızca bir tanesinde 347.128 TL idari para ceza uygulanmasına da karar vermiştir. Ancak bu karara bakıldığında esasen diğer kararlardaki ile benzer tespitlerin yapıldığı görülmektedir. Dolayısıyla bu kararda neden diğer kararlarda olduğu gibi durdurma ve düzeltme kararı verilmesiyle yetinilmediği karar metninden anlaşılmamıştır. (Dosya No: 2024/2262)

## C. Çifte Cezalandırma Riski

Yukarıda kısaca aktardığımız farklı kurulların oyuna dahil olmasının ortaya çıkardığı sonuç ise ister adına haksız ticari uygulama isterse de kişisel verilerin hukuka aykırı olarak işlenmesi denilsin aynı somut olay nedeniyle çifte cezalandırma riski.

Bu riskleri karşılaştırmalı olarak şöyle belirtebiliriz:

Aykırılık	KVK Kurulu	Aykırılık	Reklam Kurulu
Aydınlatma (Bilgilendirme) Yükümlülüğünün Yerine Getirilmemesi	(i) 47.303 ₺ - 946.308 ₺ arasında idari para cezası ile (ii) Telifisi güç veya imkânsız zararların doğması ve açıkça hukuka aykırılık olması hâlinde işleminin durdurulması	Haksız Ticari Uygulama: İnternet ortamında bir mal veya hizmete ilişkin yönlendirici arayüz tasarımları, seçenekler ya da ifadeler gibi araçlarla tüketicilerin karar verme veya seçim yapma iradesini olumsuz etkileyen ya da normal şartlar altında vereceği kararda satıcı veya sağlayıcı lehine değişikliklere yol açmayı hedefleyen yöntemler kullanmak.	(i) Haksız ticari uygulamanın 3 (üç) aya kadar "tedbiren" durdurulması veya durdurulması yaptırımı veya (ii) 54.987 ₺ idari para cezası. Kurul, ihlalin niteliğine göre bu cezaları birlikte veya ayrı ayrı verebilir. Aykırılık ülke genelinde gerçekleşmiş ise 550.059 ₺.
Kişisel Verilerin Hukuka Aykırı İşlenmesi (Veri Güvenliğine İlişkin Aykırılık)	(i) 141.934 ₺ - 9.463.213 ₺ arasında idari para cezası ile (ii) Telifisi güç veya imkânsız zararların doğması ve açıkça hukuka aykırılık olması hâlinde işleminin durdurulması		

## D. Riski Nasıl Hesaplamak Gerekir?

Kabahatler Kanunu'nun 15. maddesi gereğince bir fiil ile birden fazla kabahatin işlenmesi durumunda öngörülen idari para cezalarından en yüksek olanı uygulanmalıdır. Bu kabahatlerle ilgili olarak kanunda idarî para cezasından başka idarî yaptırımlar da öngörülmüş ise, bu yaptırımların her birinin uygulanmasına karar verilir.

Bir fiille birden fazla kabahat ortaya çıkması halinde, bu durum aynı kurul tarafından dikkate alınmışsa en yüksek idari para cezasının uygulanacağı açıktır. Ancak sorun, aynı fiilin birden fazla kurul tarafından incelenmesinde ortaya çıkmaktadır. Örneğin, KVK Kurulu'nun re'sen inceleme yetkisi de bulunduğu dikkate alındığında, Reklam Kurulu tarafından yayınlanan bu kararları bir ihbar kabul ederek harekete geçmesi halinde durum nasıl değerlendirilmelidir? Yahut kurulların birbirlerinden habersiz olmaları halinde nasıl bir yorum yapılması gerekir? Bu

soruların cevabı henüz belirsizliğini korumaktadır. Dolayısıyla bu tür uygulamalardan doğacak risk hesaplanırken yukarıdaki tabloda belirtilen risklerin toplamı dikkate alınmalıdır.

## E. Sonuç

Nihai olarak, bu tür uygulamalar gün geçtikçe daha fazla düzenleyici ve denetleyici idari otoritenin radarına girmektedir. Dolayısıyla internet üzerinden mal ve/veya hizmet sunanların kurul kararlarını dikkate alarak üyelik uygulamalarını gözden geçirmesi ve en kısa sürede uyumluluk süreçlerini tamamlamaları önemlidir.

Saygılarımızla,

Bora Yazıcıoğlu  
[bora@yazicioglulegal.com](mailto:bora@yazicioglulegal.com)

Kübra İslamoğlu Bayer  
[kubra@yazicioglulegal.com](mailto:kubra@yazicioglulegal.com)

Barış Aslan  
[baris@yazicioglulegal.com](mailto:baris@yazicioglulegal.com)

Dilara Utku  
[dilara@yazicioglulegal.com](mailto:dilara@yazicioglulegal.com)

*Bu bilgi notu hukuki görüş niteliğinde değildir. Sadece bilgi amaçlı hazırlanmış ve gönderilmiştir. Konuyla ilgili hukuki görüş almak isterseniz bizimle iletişime geçmenizi rica ederiz.*