

Reklam Kurulu Güncel Kararlarının Ana Fikirleri

6 Şubat 2026

2025 yılının son aylarında Reklam Kurulu'nun internet sitesinde bir dizi Reklam Kurulu kararı yayımlanmıştı. Bu kapsamda önemli gördüğümüz kararların ana fikirlerini sizler için çıkarttık. Bu kararlara şu linkten erişebilirsiniz: [Reklam Kurulu Kasım 2025 Basın Bülteni](#)

Karar No	Ana fikir	Karar
2025/3594	Bir mal veya hizmete erişimin, tüketiciye herhangi bir gerekçe sunulmadan engellenmesi ve bunun yalnızca istatistiksel veriler ve algoritmik değerlendirmelere dayandırılması haksız ticari uygulama oluşturmaktadır. Tüketicinin ekonomik davranışını etkileyebilecek bu tür uygulamalar, mesleki özen yükümlülüğüyle de bağdaşmamaktadır.	Algoritmik Şüpheye ve İstatistiksel Verilere Dayalı Hesap Kapatma İşlemleri Karara konu olayda, Getir Perakende Lojistik A.Ş.'ye ait mobil uygulamayı kullanan bir tüketicinin hesabının, herhangi bir gerekçe sunulmaksızın kapatıldığı; işlemin istatistiksel veriler ve algoritmik değerlendirmelere dayandırıldığı tespit edilmiştir. Kurul tarafından yapılan değerlendirmede; <u>herhangi bir gerekçe gösterilmeden tüketicinin hizmetten yararlanmasının engellenmesinin mesleki özen yükümlülüğüne aykırı olduğu</u> ; bu uygulamanın ortalama tüketicinin ekonomik davranışını önemli ölçüde bozduğu veya bozma ihtimali taşıdığı ve bu tür uygulamaların haksız ticari uygulama niteliğinde olduğu değerlendirilmiştir. Yaptırım: Ticari uygulamaların durdurulması.

<p>2025/3644</p>	<p>Ürünün paketlenmesine ve satıcıya ilişkin tüketici yorumlarının satın alma sürecini etkilediğinden ve bu yüzden farklı sayfalara yönlendirilmesinin doğru olmadığından hareketle bu tür uygulamalar haksız ticari uygulama olarak nitelendirilmektedir.</p>	<p>Tüketici Yorumlarının Yayınlanmasına İlişkin Ticari Uygulamalar</p> <p>Karara konu olayda, Amazon Turkey Perakende Hizmetleri Limited Şirketi'nin ürün yorumlarına ilişkin uygulamalarını incelenmiş; tüketicinin ürünün paketlenmesine dair olumsuz değerlendirmesinin, "satıcı ve paketleme" konularına odaklandığı gerekçesiyle yayımlanmadığı tespit edilmiştir.</p> <p>Kurul tarafından yapılan değerlendirmede; paketlemenin satın alma sürecinin ayrılmaz bir parçası olduğu ve tüketici yorumlarının satın alma kararını doğrudan etkilediği vurgulanmıştır. Ayrıca satıcıya ilişkin değerlendirmelerin ürün yorumlarından ayrılarak farklı sayfalara yönlendirme yapılması şeklinde ek adımlar gerektirmesinin tüketicilerin değerlendirme yapmasını zorlaştırdığı, bu nedenle makul ve ölçülü olmadığı sonucuna varılmıştır.</p> <p>Bu çerçevede, <u>yorumların reddedilmesi ve yorum mekanizmasının tüketicilerin değerlendirme yapma imkânını sınırlandıracak şekilde kurgulanmasının haksız ticari uygulama niteliğinde olduğu</u> değerlendirilmiştir.</p> <p>Yaptırım: 863.580,00 TL idari para cezası ve ticari uygulamaların durdurulması.</p>
-------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

<p>2025/3343</p>	<p>Başka bir platformdan alınan tüketici yorumları ve puanlama sistemlerinin kaynağı, doğrulanma durumu ve hesaplama yöntemi tüketicilere açık ve şeffaf biçimde sunulmalıdır. Doğrulanmayan, güncel olmayan veya yöntemi açıklanmayan değerlendirmelerle tüketicilerin yanıltılmasına yol açacak ticari uygulamalarda bulunulmamalıdır. .</p>	<p>Kullanıcı Yorumları ve Puanlama Sistemlerinin Şeffaflığına İlişkin Ticari Uygulamalar</p> <p>Karara konu olayda, TatilBudur Seyahat Acenteliği ve Turizm A.Ş.'ye ait tatilbudur.com internet sitesinde bazı turizm işletmelerine ilişkin kullanıcı yorumlarının Google platformundan alındığı, ancak bu yorumlara site üzerinden doğrudan erişim sağlanmadığı; ayrıca Google yorumlarının doğrulanmadığı hususunun ve puanlama sisteminin işleyişinin tüketicilere yeterince açıklanmadığı tespit edilmiştir.</p> <p>Kurul tarafından yapılan değerlendirmede; <u>mevzuat uyarınca tüketici değerlendirmelerinin yalnızca ilgili mal veya hizmeti satın alan kişiler tarafından yapılmasının sağlanması gerektiği, doğrulanmayan yorumların yayınlanmasının mevzuata aykırılık teşkil ettiği</u> belirtilmiştir. Ayrıca, Google'da "5" üzerinden verilen puanların şirket sitesinde "10" üzerinden gösterildiği, <u>bu dönüşüm yöntemine ilişkin tüketicilere açık bir bilgilendirme yapılmadığı</u> ve puanların güncelleme periyotları nedeniyle Google ile site arasında önemli farklılıklar oluşabildiği vurgulanmıştır.</p> <p>Bu kapsamda, puanlama sistemine ilişkin eksik bilgilendirme ve güncel olmayan değerlendirmelerin, turizm işletmelerine ilişkin tanımların tüketiciler nezdinde yanıltıcı hale gelmesine yol açtığı; söz konusu uygulamaların mesleki özen yükümlülüğüne aykırı olduğu ve haksız ticari uygulama niteliği taşıdığı sonucuna varılmıştır.</p> <p>Yaptırım: 863.580 TL idari para cezası ve reklamlar ile ticari uygulamaların durdurulması.</p>
-------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

2025/3646	Bir ürünün “indirim” veya “kampanya” kapsamında sunulan fiyatının, kampanya sonrasında da aynı seviyede devam etmesi tek başına aldatıcı veya yanıltıcı reklam olarak değerlendirilmemektedir. .	Kampanya Sona Ermesine Rağmen Fiyatın Değişmemesi Karara konu olayda, D-Market Elektronik Hizmetler ve Ticaret Anonim Şirketi’ne ait Hepsiburada mobil uygulamasında “Süper Fiyat, Süper Teklif” başlığıyla tanıtılan bir ürüne ilişkin reklamlar incelenmiştir. Ürünün 12.07.2024 tarihinde indirimli fiyat olarak 1.039,00 TL’den satışa sunulduğu ve kampanya sonrasında da aynı fiyatla satışının devam ettiği tespit edilmiştir. Kurul tarafından yapılan değerlendirmede; reklam mevzuatında kampanya sona erdikten sonra ürünün kampanyalı fiyat üzerinden satışının sürdürülmesini yasaklayan bir düzenleme bulunmadığı değerlendirilerek, söz konusu tanıtımların tüketicileri aldatıcı veya yanıltıcı olmadığına karar verilmiştir. Sonuç: Reklam ve tanıtımların mevzuata aykırı olmadığına karar verilmiştir.
2025/3639	Reklamlarda kullanılan abartı ve mizah unsurları, rakip hizmetleri açıkça kötülemediği, abartı ve mizah sınırları içinde kaldığı ve tüketiciyi yanıltmadığı sürece hukuka aykırılık teşkil etmemektedir.	Ulaşım Hizmetlerine İlişkin Reklamlarda Abartı ve Mizah Kullanımı Karara konu olayda, “Martı Türkiye” isimli hesap tarafından YouTube üzerinden yayımlanan reklamlarda, “ <u>Ulaşımında Taş Devrini Kapat, TAG Devrini Aç!</u> ” sloganı kullanılarak “Martı TAG” uygulamasının tanıtımının yapıldığı; reklamlarda şehir içi ulaşımda yaşandığı iddia edilen zorluklara ilişkin ifadeler yer verildiği tespit edilmiştir. Kurul tarafından yapılan değerlendirmede; söz konusu ifadelerin belirli bir meslek grubunu veya ulaşım hizmetini doğrudan hedef almadığı, şehir içi ulaşımda yaşandığı ileri sürülen sorunlar üzerinden “Martı TAG” uygulamasının alternatif bir çözüm olarak sunulmasına yönelik olduğu vurgulanmıştır. Reklamların amacı ve doğası dikkate alındığında, kullanılan anlatımların abartı ve mizah sınırları içinde kaldığı; aynı pazarda

YAZICIOGLU

LEGAL

		<p>faaliyet gösteren sağlayıcıların hizmetlerini öne çıkarmak amacıyla bu tür anlatımlara yer vermelerinin tek başına rakipleri kötüleme olarak değerlendirilemeyeceği sonucuna varılmıştır.</p> <p>Sonuç: Reklam ve tanıtımların mevzuata aykırı olmadığına karar verilmiştir.</p>
--	--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Bu not hukuki görüş niteliğinde değildir. Sadece bilgi amaçlı hazırlanmış ve gönderilmiştir. Konuyla ilgili hukuki görüş almak isterseniz bizimle iletişime geçmenizi rica ederiz.

Bora Yazıcıoğlu

bora@yazicioglulegal.com

Alper Işık

alper@yazicioglulegal.com

Elif Rabia Karataş

elif@yazicioglulegal.com

Şerife Âmine Mümin

serife@yazicioglulegal.com

Nida Kule Göztepe, Merdivenköy Mah. Bora Sk. No.1 Kat.7 - 34732 Kadıköy/İstanbul-Turkey

Tel: +90 216 468 88 50 Facsimile: +90 216 468 88 01 E-mail: info@yazicioglulegal.com

www.yazicioglulegal.com