

Reklam Kurulu Şubat 2026 Basın Bülteni Kapsamındaki Kararların Ana Fikirleri

05 Mayıs 2026

2026 yılının şimdiye kadarki en uzun bülteni olan Reklam Kurulu Şubat 2026 Basın Bülteni kapsamında önemli gördüğümüz kararları sizler için özetleyip ana fikirlerini tespit ettik. Bu kararlara şu linkten erişebilirsiniz: [Reklam Kurulu Şubat 2026 Basın Bülteni](#)

Karar No	Ana fikir	Karar
2025/2166	Arama motorlarında rakip firmaya ait tescilli marka ibaresinin kullanılmasıyla tüketicilerin başka siteye yönlendirilmesi ve bu şekilde rakip firma markasının güveninden faydalanılması tüketicileri yanıltıcı ve mevzuata aykırı kabul edilir.	<p>Arama Motorlarında Rakip Firmaya Ait Tescilli Marka İbaresinin Kullanılması Şeklinde Sponsorlu Reklam Verilerek Tüketicilerin Başka Siteye Yönlendirilmesi</p> <p>Esigortan firmasının, “Google ücretli sponsorlu reklam” hizmeti kapsamında rakip firmanın “sigortam net” tescilli marka ibaresini reklamında kullanarak bu anahtar kelimeyle arama yapıldığında Google üzerinde kendi şirketinin listelenmesini sağladığı görülmüştür. Bu şekilde, arama motoru üzerinde yapılan reklamlarla tüketicilerin aramalarının manipüle edildiği ve firmanın sitesinin üst sıralara çıkarıldığı belirtilip “sigortam net” tescilli markasına olan güvenden tüketicileri yanıltıcı bir biçimde faydalandığı tespit edilmiştir.</p> <p>Yaptırım: 863.580 TL idari para ve anılan reklamlara durdurma cezası verilmiştir.</p> <p>Değerlendirmemiz: Bilindiği gibi internet tarayıcıları ve arama motorlarında üçüncü kişinin markasının kullanımıyla reklam verilmesi genelde iki firma arasında bir hukuki uyuşmazlığa konu olmakta. Uygulamada, ihtarname gönderimi sonrasında bu kullanımdan vazgeçilmesi halinde konunun üzerine pek de gidilmemekte. Bununla birlikte, bu tür bir ihlalin Reklam Kurulu’ndan para cezası alınması sonucunu doğuracağına da bu karar çerçevesinde mutlaka dikkate alınması gerekmektedir.</p>

<p>2025/2804</p>	<p>"Son 14 Günün En Düşük Fiyatı" ve "Son 7 Günün En Düşük Fiyatı" ibarelerini barındıran rozet uygulamaları da indirimli satış reklamları olarak kabul edilmektedir ve rozet kullanımıyla indirimli satış izlenimi oluşturulmasına rağmen indirimden önceki fiyata yer verilmemesi mevzuata aykırılık oluşturmaktadır.</p>	<p>Rozet Uygulamalarıyla İndirimli Satış Reklamları Yapılırken İndirimden Önceki Fiyata Yer Verilmemesi</p> <p>Trendyol'da bazı ürünlerin reklamlarında "Son 14 Günün En Düşük Fiyatı" ve "Son 7 Günün En Düşük Fiyatı" ibarelerini barındıran rozetlere yer verilmiştir. Reklam Kurulu'nun 340 sayılı bülteninde rozet kullanımının indirimli satış reklamı olarak kabul edildiği, rozetlerle satılan ürünlerde indirimli satış reklamları hükümleri gereği -indirim uygulandığı tarihten önceki otuz gün içinde uygulanan en düşük fiyat esas alınacak şekilde- indirimden önceki fiyata yer verilmesi gerektiği ve aksi halde indirimli satış reklamları hükümlerine aykırılık oluşturduğu belirtilmiştir.</p> <p>Yaptırım: Anılan reklamlara durdurma cezası verilmiştir.</p> <p>Değerlendirmemiz: Kararda bahsedilen 340 sayılı Reklam Kurulu bülteninde, Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nde ("Yönetmelik") yer alan indirimli satış reklamı açıklamasına işaret edilmiş ve bu kapsamda rozet uygulaması ile kullanılan "En Düşük" ibaresi ve aşağı yönlü ok ikonunun indirim algısı yarattığı, dolayısıyla indirimli satış kapsamında değerlendirilmesi gerektiğine karar verilmişti. Bu bültende değerlendirilen rozet uygulamaları da halihazırda hakkında 340 sayılı bültende karar verilen uygulamalardan farklı değil. Reklam Kurulunun, uyguladığı yaptırımda "muhtelif tarihli Reklam Kurulu kararlarında anılan uygulamaya yönelik çeşitli yaptırım kararları verilmesine rağmen Kurul kararlarına aykırı hareket edildiğinin görüldüğü" hususunu vurguladığı ve daha önce kendisi tarafından yayınlanan bültenlere uyulmasını beklediği görülüyor.</p> <p>Dikkat çeken bir diğer husus ise, daha önce hazırladığımız bilgi notumuzda da belirttiğimiz gibi, Fiyat Etiketleri Yönetmeliği'nde yapılan bir değişiklik sonucunda, fiziksel fiyat etiketlerinde indirimden önceki satış fiyatının tespitinde artık son otuz gün değil, son on gün dikkate alınmakta. Bu değişikliğin internet ortamına ve genel olarak indirim duyurusu içeren reklam ve tanıtımlara da yansıtılması beklense de, görüldüğü üzere Reklam Kurulu gibi idari kurumlar bu alanlardaki incelemelerini son otuz gün sınırı üzerinden gerçekleştirmeye devam etmekte; fakat değerlendirme sonrası tespit edilen aykırılığa ilişkin verilen ceza da para cezası değil, durdurma cezası olmakta.</p>
------------------	---	--

<p>2026/248</p>	<p>Üyelerin sepetinde bırakmış olduğu ürünlere ilişkin e-posta yoluyla hatırlatma yapılması ve sepetteki ürünlerin alınmasını teşvik edici kampanyalar sunulması, yanıltıcı bir uygulama bulunmadıkça hukuka uygun kabul edilir.</p>	<p>Tüketicilerin Sepete Ekleyip Satın Almadığı Ürünlere Dair Hatırlatma E-postaları Gönderilmesi ve Bu E-postalarda İndirim/Avantaj Tanıtımlarının Yapılması</p> <p>Kullanıcıya "destek@dalkilicspor.com" e-posta hesabı üzerinden yapılan; "Sepetinde Unuttuğun Ürünler!" ile "İncelemek için tıkla! 1000 TL ve Üzeri Gönderilerde Ücretsiz Kargo! 1000 TL ve Üzeri Gönderilerde ücretsiz." şeklindeki ve "Sepetinizde bir şeyler unuttunuz!, Sepetinizdeki ürünleri bu kodu kullanarak %5 indirimli olarak alabilirsiniz. İNDİRİM5" içerikli tanıtımlar herhangi bir yanıltıcı ifade bulunmaması sebebiyle mevzuata uygun bulunmuştur.</p> <p>Yaptırım: Herhangi bir yaptırım uygulanmamıştır.</p> <p>Değerlendirmemiz: İncelemeye konu olay, büromuzdan Av. İbrahim Yıldırım tarafından bireysel olarak Reklam Kurulu'na şikâyet yoluna götürülmüştü. Bu itibarla, Reklam Kurulu'na yapılan bu şikâyete ilişkin birtakım ek bilgilere ulaşabildik.</p> <p>Şikâyete konu olayda, kullanıcının sepetinde herhangi bir ürün bulunmamasına rağmen kullanıcıya "Sepetinde Unuttuğun Ürünler" başlıklı e-postalar gönderildiği ve bu suretle kullanıcının ilgili firmanın internet sitesindeki belirli kampanyaları görüntülemesine sebep olduğu iddia ediliyor.</p> <p>Reklam Kurulu tarafından verilen kararda, "Firma tarafından sunulan bilgi ile e-posta gönderim kayıt ve kurallarına ilişkin belgeler incelendiğinde, şikâyet konusu hususta reklam mevzuatı hükümlerine aykırı ve yanıltıcı bir unsura rastlanmadığı tespit edilmiştir." ifadesi yer alsa da ilgili e-postaların gerçekten sepette yer alan ürünlere ilişkin olarak gönderilip gönderilmediğine dair bir açıklamaya yer verilmediği ve bu hususta herhangi bir gerekçe ortaya konulmadığı görülüyor.</p> <p>Bununla birlikte, tüketicilerin sepetinde herhangi bir ürün bulunmamasına rağmen, sırf kampanyaları görüntülemelerini sağlamak ve internet sitesini tekrar ziyaret etmelerine yönlendirmek amacıyla "sepette</p>
-----------------	--	--

YAZICIOGLU

LEGAL

		<p>ürün unutulduğu” izlenimi yaratacak iletişimlerin karanlık tasarım (dark pattern) olarak değerlendirilmesi gerektiğini düşünüyoruz.</p> <p>Bu noktada İbrahim, kararın gerekçesini anlayabilmek amacıyla karara dayanak teşkil eden belgeleri ve delilleri öğrenmek üzere Reklam Kurulu’na başvurmuştur. Karar hakkında ek bilgiye ulaşmak isterseniz bizimle iletişime geçebilirsiniz.</p>
<p>2026/461 2026/460 2026/459 2026/458 2026/457 2026/456 2026/455</p>	<p>Yasaklı ve/veya kamu güvenliği açısından riskli ürünlerin tanıtım ve satışına aracılık edilmesi durumunda aracı e-pazaryerleri, bu ürünlerin yayına girmesini engelleyebilecek teknolojik imkana sahip oldukları için sorumluluktan muaf tutulamayacaktır.</p>	<p>Yasaklı ve/veya Kamu Güvenliği Açısından Riskli Ürünlerin Tanıtım ve Satışına E-pazaryerlerinin Aracılık Etmesi</p> <p>Şikayet edilen e-pazaryerlerindeki bıçak tanıtımlarında; bulundurulması ve üretimi yasaklı olan ve taşınması belirli kurallara tabi olan bıçakların bulunduğu, kolayca temininin sağlandığı ve satış ile tanıtımları esnasında gerekli güvenlik kurallarının gözetilmediği görülmüştür. Her ne kadar bazı firmalar iştirak sorumluluklarının bulunmadığını savunsalar da kamu güvenliğini tehdit eden ve satışı yasaklanan ürünlerin kolayca temine açık arayüzlerle sunulmasının aracı e-pazaryerleri açısından sorumluluk doğuracağına altı çizilirken bu platformların söz konusu ürünlerin yayına girmesini durdurmaya elverişli teknolojik imkanlara sahip oldukları da belirtilmiştir.</p> <p>Yaptırım: E-pazaryerlerine 1.083.706 TL idari para ve anılan reklamlara durdurma cezaları 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

İbrahim Yıldırım
ibrahim@yazicioglulegal.com

Çağatay Efe Tatar
cagatay@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