

Reklam Kurulu Haziran 2026 Basın Bülteni Kapsamında Öne Çıkan Kararlar

2026 yılı Haziran ayında Reklam Kurulu’nun (“**Kurul**”) internet sitesinde bir dizi yeni Reklam Kurulu kararı yayımlandı. Bu kapsamda önemli gördüğümüz kararların ana fikirlerini sizler için çıkarttık. Bu kararlara şu linkten ulaşabilirsiniz: [Reklam Kurulu Haziran 2026 Basın Bülteni](#)

ÖNE ÇIKAN KARARLAR

KARAR NO 2026/2242

“Aynı Gün” ve “Anında” İfadelerinin Araç Satış Sürecindeki Uygulanabilirliği

KARAR ÖZETİ

Karara konu olayda, Arabam Com İnternet ve Bilgi Hizmetleri A.Ş.’nin “Trink Sat” reklamlarında “**Aracını Aynı Gün Değerinde Satarsın**” ve “**Paran da Anında Cebinde Olur**” ifadeleri kullanılmış; Kurul’un 2026/653 sayılı önceki kararında, araç satışı için randevu ve ekspertiz gibi işlemlerin gerektiği, bazı satışların aynı gün tamamlanamadığı ve ödemenin noter işlemlerinden sonra yapıldığı dikkate alınarak bu ifadelerin tüketicide satışın aynı gün tamamlanacağı ve paranın hemen alınacağı yönünde yanıltıcı algı oluşturduğu değerlendirilmiş ve **reklamları durdurma cezası** verilmiştir.

Bu karara yapılan itirazın incelenmesi sonucunda ise Kurul, “**Aracını Aynı Gün Değerinde Satarsın**” ifadesi bakımından önceki durdurma kararını yerinde bularak **durdurma cezasının devamına**, “**Paran da Anında Cebinde Olur**” ifadesi bakımından ise itirazı kabul ederek **durdurma cezasının kaldırılmasına** karar vermiştir. Böylece Kurul, iki ifadenin tüketicide oluşturduğu algıyı birbirinden ayırarak değerlendirmiştir.

ANA FİKİR

Reklamlarda kullanılan “aynı gün” gibi kesin zaman ifadeleri, hizmetin fiilen ve istisnasız şekilde bu süreçte tamamlanmasını gerektirir. Satış sürecindeki zorunlu işlemler nedeniyle bu vaadin her durumda gerçekleşmemesi, yanıltıcı reklam sonucunu doğurabilir.

Buna karşılık, “anında” gibi ifadeler tek başına değerlendirilmemeli; tüketicide oluşturduğu anlam ve reklamın gerçek uygulamasıyla uyumu somut olarak incelenmelidir.

YAPTIRIM

“**Aracını Aynı Gün Değerinde Satarsın**” ifadesi yönünden **reklamları durdurma cezasının devamına**; “**Paran da Anında Cebinde Olur**” ifadesi yönünden ise **itirazın kabulü ve durdurma cezasının kaldırılmasına** karar verilmiştir.

KARAR NO 2026/1952

Birden Çok İndirim Oranıla Tüketicinin Yanıltılması

KARAR ÖZETİ

Karara konu olayda, Deha Mağazacılık Ev Tekstili Ürünleri San. ve Tic. A.Ş. tarafından [www.madamecoco.com](#) internet sitesinde “Sömestr Fırsatı Tüm Ürünlerde %80+%20 İndirim” şeklinde kampanya tanıtımı yapılmıştır.

Ancak reklamda **birden fazla indirim oranının birlikte kullanılması nedeniyle hangi ürün için hangi oranda indirim uygulanacağını açıkça anlaşılamadığı ve tüketicide gerçekte olduğundan daha yüksek bir indirim yapıldığı izlenimi oluşturulduğu** tespit edilmiştir. Ayrıca kampanyanın başlangıç ve bitiş tarihlerine yer verilmemesinin, indirimli satış reklamlarına ilişkin mevzuata aykırı olduğu değerlendirilmiştir.

ANA FİKİR

İndirim reklamlarında birden fazla indirim oranı kullanılması, hangi ürüne hangi oranda indirim uygulandığı konusunda tüketicide anlam karışıklığı yaratmamalıdır.

Tüketicide gerçekte olduğundan daha yüksek bir indirim yapıldığı izlenimi veren ifadeler yanıltıcı kabul edilir. Ayrıca indirimli satış reklamlarında kampanyanın başlangıç ve bitiş tarihlerinin açıkça belirtilmesi gerekir.

YAPTIRIM

Deha Mağazacılık Ev Tekstili Ürünleri San. ve Tic. A.Ş. hakkında **1.083.706 TL idari para cezası ve reklamları durdurma cezası** uygulanmıştır.

İndirim Oranının Tüm Ürünlerde Uygulanmaması ve Tüketicinin Yanıltılması

KARAR ÖZETİ

Karara konu olayda, Ebebek Mağazacılık A.Ş. tarafından internet mecrasında yayımlanan “Tüm Akülü Araba, Bisiklet ve Scooter Ürünlerinde NET %25 İndirim” ibareli reklamlarda, 11.03.2026–16.03.2026 tarihleri arasında söz konusu ürünlerin tamamında net %25 indirim uygulanacağı belirtilmiştir.

Ancak yapılan incelemede kampanyaya dahil tüm ürünlerde %25 indirim uygulanmadığı ve “Baby toys – Blade Akülü Araba” ürününde %25 indirim vaadine rağmen 10.799,10 TL olan fiyatın 9.599,25 TL’ye indirilerek daha düşük oranda indirim yapıldığı tespit edilmiştir.

Kurul tarafından, **reklamda açıkça vaat edilen indirim oranının kampanya kapsamındaki tüm ürünlerde uygulanmamasının ve bazı ürünlerde vaat edilenden daha düşük indirim yapılmasının tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu** ve reklamların 6502 sayılı Kanun’un 61. maddesi ile Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’ne aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiştir.

ANA FİKİR

Reklamlarda belirli bir indirim oranının tüm ürünlerde geçerli olduğu açıkça vaat ediliyorsa, kampanya kapsamındaki ürünlerin tamamında bu orana uygun indirim uygulanmalıdır.

Reklamda vaat edilenden daha düşük oranda indirim yapılması veya ilan edilen indirimin tüm ürünlerde uygulanmaması, tüketicinin kampanyanın ekonomik avantajı konusunda yanıltılması sonucunu doğurur ve yanıltıcı ticari reklam niteliği taşır.

YAPTIRIM

Ebebek Mağazacılık A.Ş. hakkında, **1.083.706 TL idari para cezası ve reklamları durdurma cezası** uygulanmıştır.

Kabul Edilen Kredi Teklifinin Şubede Tanımlanmaması

KARAR ÖZETİ

Karara konu olayda, Akbank Türk A.Ş. tarafından 14.11.2025 tarihinde telefonla aranan tüketiciye, özel müşterilere sunulan avantajlı kredi kampanyası kapsamında **100.000 TL tutarında, 12 ay vadeli ve %0,99 faiz oranıyla aylık 9.046 TL taksitli kredi** teklif edilmiştir. Tüketicinin teklifi kabul ederek onay vermesine ve kredi işlemlerinin tamamlanması için şubeye yönlendirilmesine rağmen, Akbank Denizli Sanayi Şubesine gittiğinde kendisine herhangi bir kredi tanımlaması yapılmadığı tespit edilmiştir.

Kurul tarafından, **tüketicieye belirli koşullarla kredi teklif edilip teklifin tüketici tarafından kabul edilmesinin ardından kredi işleminin gerçekleştirilmemesinin, tüketicide oluşan makul beklentiye aykırı olduğu ve bankanın mesleki özen yükümlülüğüyle bağdaşmadığı** değerlendirilerek söz konusu uygulamanın haksız ticari uygulama niteliğinde olduğuna karar verilmiştir.

ANA FİKİR

Tüketicieye belirli koşullar içeren bir kredi teklifi sunulup tüketicinin bu teklifi kabul etmesinin ardından, haklı ve açık bir gerekçe olmaksızın kredi işleminin gerçekleştirilmemesi, tüketicide oluşturulan beklentiye bozan ve mesleki özen yükümlülüğüne aykırı bir uygulamadır.

Ticari işletmeler, tüketicieye sundukları kampanya ve tekliflerin uygulanmasında dürüstlük ve mesleki özen ilkelerine uygun hareket etmelidir.

YAPTIRIM

Akbank Türk A.Ş. hakkında **haksız ticari uygulamanın durdurulması cezası** uygulanmıştır.

İndirimli Satışlarda Önceki Fiyatın ve Kampanya Koşullarının Belirtilmemesi

KARAR ÖZETİ

Karara konu olayda, Çağrı DOĞRU tarafından işletilen Frederic Patric Parfüm İstanbul Axis AVM şubesinde “3 Adet Araç Kokusu 299 TL 249 TL, 5 Adet Araç Kokusu 499 TL 399 TL”, “Seçili Klasik Parfümlerimizde 2. ürüne %50 3. ürüne %60 indirim” ve “Premium Parfümlerde 1. ürüne %20 2. ürüne %30 indirim” şeklinde çeşitli indirim kampanyalarının tanıtımı yapılmıştır. Kurul tarafından, indirimli satış reklamlarında indirimden **önceki fiyatın, indirimli satışın başlangıç ve bitiş tarihlerinin ve varsa miktar sınırlamasının açık ve anlaşılır şekilde belirtilmesi gerektiği**, ancak söz konusu tanıtımlarda bu şartların yerine getirilmediği değerlendirilmiştir.

Ayrıca, sunulan fatura örneklerinin kampanya fiyatlarını desteklemediği ve kampanyaların gerçekten uygulandığını ortaya koyan ispatlayıcı bilgi ve belge sunulmadığı tespit edilmiştir. Bu nedenle tanıtımların **ortalama tüketici nezdinde fiyat algısını bozucu, yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu** sonucuna varılmıştır.

ANA FİKİR

İndirimli satış reklamlarında indirimın gerçek ve tüketici açısından anlaşılabilir olması için indirim öncesi fiyat ile kampanyanın başlangıç-bitiş tarihleri ve varsa miktar sınırlamaları açıkça belirtilmelidir. Ayrıca reklam veren, ilan edilen indirimli fiyatların ve kampanyanın gerçeğe dayandığını ispatlayabilmelidir.

Bu hususların ortaya konulamaması, tüketicide gerçekte olduğundan daha avantajlı bir fiyat algısı oluşturarak reklamın yanıltıcı ve aldatıcı nitelik taşımasına neden olur.

YAPTIRIM

Çağrı DOĞRU hakkında **86.358 TL idari para cezası ve reklamları durdurma cezası** uygulanmıştır.

Ödeme Yönteminin Geçerlilik Koşullarının Reklamda Belirtilmemesi

KARAR ÖZETİ

Karara konu olayda, Baylan Gıda Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti. tarafından işletilen Baylan restoranının Kadıköy şubesinde “**Multinet**” logosunun kullanıldığı tespit edilmiştir. İncelemede Multinet ödeme yönteminin yalnızca **al-götür siparişlerde geçerli olduğu, restoran içerisindeki siparişlerde kullanılamadığı** belirlenmiştir.

Kurul tarafından, Multinet logosunun herhangi bir sınırlama belirtilmeksizin kullanılmasının tüketicide ödeme yönteminin restoranda genel olarak geçerli olduğu izlenimi oluşturduğu ve **istisna ve sınırlamaların reklamla ilk karşılaşma anında açıkça belirtilmemesinin tüketiciyi yanıltıcı nitelikte olduğu** değerlendirilmiştir.

ANA FİKİR

Bir ödeme yöntemi veya hizmetin reklamda genel olarak geçerli olduğu izlenimi yaratılıyorsa, kullanımına ilişkin önemli istisna ve sınırlamalar tüketiciye reklamın ilk sunulduğu aşamada açık ve anlaşılır şekilde bildirilmelidir.

Ödeme yönteminin yalnızca belirli sipariş türlerinde geçerli olması gibi tüketicinin kararını etkileyebilecek koşulların gizli veya sonradan açıklanması, yanıltıcı ve aldatıcı ticari reklam niteliği taşır.

YAPTIRIM

Baylan Gıda Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti. hakkında **86.358 TL idari para cezası ve reklamları durdurma cezası** uygulanmıştır.

Menü Fiyatının İçecek Tercihine Göre Değişmesi

KARAR ÖZETİ

Karara konu olayda, CH Otomotiv İnşaat Gıda Ticaret Limited Şirketi tarafından “Tavuk Dürüm+Patates+İçecek” menüsü **280 TL** olarak tanıtılmıştır. Ancak içeceğin türü, miktarı ve ambalajına göre fiyatın değiştiği, özellikle kola tercih edildiğinde **280 TL’den daha yüksek bedel** talep edildiği tespit edilmiştir.

Kurul, bu sınırlamaların reklamda açıkça belirtilmemesinin tüketicide **280 TL’den menüden yararlanabileceği yönünde yanlış beklenti oluşturduğunu** ve **reklamın aldatici nitelikte** olduğunu değerlendirmiştir.

ANA FİKİR

Bir ürün veya menü belirli bir fiyatla tanıtılıyorsa, ilan edilen fiyat reklamda sunulan temel vaade uygun şekilde uygulanmalıdır. Fiyatın ürün veya içecek tercihinine göre değiştiği durumlarda, bu sınırlamalar tüketicinin kolaylıkla anlayabileceği şekilde reklamda açıkça belirtilmelidir. Aksi halde istisnaların gizli bırakılması, tüketicide ilan edilenden daha avantajlı bir fiyat beklentisi yaratarak aldatici ticari reklam niteliği taşır.

YAPTIRIM

CH Otomotiv İnşaat Gıda Ticaret Limited Şirketi hakkında **86.358 TL idari para cezası** ve **reklamları durdurma cezası** uygulanmıştır.

“Tüm Ürünlerde %50 İndirim” İfadesine Rağmen Bazı Ürünlerde Daha Düşük İndirim Uygulanması

KARAR ÖZETİ

Karara konu olayda, Aydınli Hazır Giyim San. ve Tic. A.Ş. tarafından Pierre Cardin Paris mağazasında “**Tüm Ürünlerde Net %50 İndirim**” kampanyası tanıtılmıştır.

Ancak **papyon, pantolon askısı ve kol düğmesi gibi bazı ürünlerde %50 yerine %30 indirim** uygulandığı ve indirimin “Önceki İnd. Fiyatı” yerine “**İlk Satış Fiyatı**” **üzerinden hesaplandığı** tespit edilmiştir.

Kurul, bu uygulamaların tüketiciyi gerçek indirim oranı konusunda **yanıltıcı ve aldatici nitelikte** olduğu değerlendirilmiştir.

ANA FİKİR

“Tüm ürünlerde” gibi kapsamı geniş ve kesin ifadeler içeren indirim reklamlarında, kampanya kapsamındaki tüm ürünlerde ilan edilen indirim oranı uygulanmalıdır.

Ayrıca indirim oranı, mevzuata uygun şekilde esas alınması gereken fiyat üzerinden hesaplanmalı, tüketicie gerçekte olduğundan daha yüksek bir indirim yapıldığı izlenimi verilmemelidir. Aksi halde reklam, tüketiciyi fiyat avantajı konusunda yanıltıcı nitelik taşır.

YAPTIRIM

Aydınli Hazır Giyim San. ve Tic. A.Ş. hakkında **1.083.706 TL idari para cezası** ve **reklamları durdurma cezası** uygulanmıştır.

Ambalajda Birden Fazla Gramaj Bilgisine Yer Verilmesi

KARAR ÖZETİ

Karara konu olayda, Gesaş Genel Gıda San. ve Tic. A.Ş. tarafından kullanılan “Gesaş Helva” ambalajlarında aynı anda “**Net: 40 g e**” ve “**Net: 50 g e**” ibarelerinin yer aldığı tespit edilmiştir. **40 g ve 50 g ürünlerde ortak ambalaj kullanılması ve kullanılmayan gramaj bilgisinin kapatılması halinde dahi, kapatılan alanların açılması veya fark edilmesi durumunda** tüketicinin ürünün gerçek net miktarı konusunda **yanıltılabileceği ve kafa karışıklığı yaşayabileceği** değerlendirilmiştir. Kurul tarafından, **ambalajın** ürünün net miktarı hakkında açık ve doğru bilgi vermemesi nedeniyle tanıtımların yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu ve ilgili mevzuata aykırılık teşkil ettiği sonucuna varılmıştır.

YAZICIOGLU Legal Yorumu: Kurul, klasik bir reklam içeriğini değil, doğrudan ürün ambalajını yanıltıcı tanıtım kapsamında değerlendirmiştir. Olası bir “kullanılmayan gramaj kapatılıyor” gerekçesi dahi kabul edilmemiş ve kapatılan kısmın açılma veya bozulma ihtimali gözetilerek risk odaklı bir yaklaşım benimsenmiştir.

Böylece, maliyet avantajı sağlayan ortak ambalaj uygulamalarının tüketicuyu net ve tek bir miktar bilgisiyle bilgilendirme yükümlülüğünü ortadan kaldıramayacağı vurgulanmıştır.

Bu değerlendirme, **ambalajın tüketicinin ürünün esaslı niteliği (miktarı) konusunda ekonomik davranış biçimini etkileyebilecek bir haksız ticari uygulama** aracına dönüşebileceğini ortaya koymaktadır.

ANA FİKİR

Ürün ambalajlarında tüketicinin ürünün miktarı konusunda tereddüde düşmesine veya farklı bir miktar algısı oluşturmaya neden olabilecek birden fazla gramaj bilgisine yer verilmemelidir.

Ambalaj üzerindeki bilgilerin açık, doğru ve tüketicuyu yanıltmayacak şekilde sunulması gerekir; farklı gramajlara ait ortak ambalaj kullanılması, tüketicinin ürünün gerçek miktarı konusunda yanıltılmasına yol açıyorsa mevzuata aykırılık oluşturur.

YAPTIRIM

Gesaş Genel Gıda San. ve Tic. A.Ş. hakkında **reklamları durdurma cezası** uygulanmıştır.

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@yazicioglullegal.com

Şerife Âmine Mümin
serife@yazicioglullegal.com