Reklam Kurulu Eylül 2026 Basın Bülteni Kapsamında Öne Çıkan Kararlar

2026 yılı Eylül 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 Eylül 2026 Basın Bülteni

ÖNE ÇIKAN KARARLAR

KARAR NO **2026/769**

Teknolojik Üstünlüğe İlişkin Reklam İddialarının Hukuka Uygunluğu

KARAR ÖZETİ

Kurul tarafından yapılan incelemede, Vodafone Telekomünikasyon A.Ş. tarafından televizyon ve çeşitli sosyal medya mecralarında yayımlanan "81 İl 922 İlçede İlle de Vodafone 5G" başlıklı reklamlarda yer verilen "Dünyanın 1 numaralı 5G şebekesi", "Türkiye'nin her yerindeyiz", "Çekicilik lafla değil global tecrübeyle olur" ve "Onlar giderken biz dönüyorduk" ifadeleri değerlendirilmiştir.

Kurul, rakip işletmecileri dolaylı olarak küçümseyen ve teknolojik üstünlük algısı yaratan ifadelerin yanı sıra, 5G hizmetinin ülke genelinde fiilen erişilebilir olduğu ve dünyanın en iyi 5G şebekesine sahip olunduğu izlenimini yaratan iddiaların yeterli ve doğrulanabilir bilgi ve belgelerle desteklenmediğini değerlendirmiştir. Bu kapsamda, söz konusu reklamların **tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği** sonucuna varılmıştır.

ANA FİKİR

Reklam iddialarının tüketicilerde oluşturduğu genel izlenim esas alınmalı; teknolojik üstünlük, hizmet kalitesi ve coğrafi kapsama ilişkin iddialar somut ve doğrulanabilir verilerle desteklenmelidir.

Teknik altyapının hizmet sunumuna hazır olması, hizmetin ilgili coğrafi alanın tamamında fiilen sunulduğunu göstermediği gibi, belirli bir kritere dayanan üstünlük iddiası da tüketicilerde mutlak liderlik algısı yaratacak şekilde sunulmamalıdır.

YAPTIRIM

Vodafone Telekomünikasyon Anonim Şirketi hakkında, **3.991.652 TL idari para cezası ve reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

KARAR NO **2026/2279**

Eğitim Reklamlarında Başarı ve Sınav Geçme Garantisi İddiaları

KARAR ÖZETİ

Kurul tarafından yapılan incelemede, Online Ders Kampı Eğitim Danışmanlık ve Ticaret Limited Şirketi tarafından internet sitesi ve Instagram hesabı üzerinden yayımlanan tanıtımlarda "Türkiye'nin En İyi Online Eğitim Platformu", "70 Puan Garantili", "Sınav Geçme Garantili" ve "3 Günde +10 +20 +30 Puan" gibi başarı, üstünlük ve garanti iddialarına yer verildiği tespit edilmiştir.

Kurul, söz konusu iddiaların doğruluğunun ve güvenilirliğinin ilgili mevzuat kapsamında ispatlanması gerektiğini, ancak bu iddiaları destekleyen yeterli bilgi ve belgelerin sunulmadığını değerlendirmiştir. Bu kapsamda, **tanıtımların tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu ve mevzuata aykırılık teşkil ettiği** sonucuna varılmıştır.

ANA FİKİR

Reklamlarda kullanılan başarı, üstünlük ve garanti ifadelerinin somut, objektif ve doğrulanabilir bilgi ve belgelerle ispatlanması gerekmektedir.

Özellikle eğitim hizmetlerine ilişkin sınavı geçme veya belirli bir puanı elde etme garantisi gibi tüketicilerin satın alma kararlarını etkileyebilecek iddiaların ispat yükümlülüğüne uygun şekilde desteklenmesi önem taşımaktadır.

YAPTIRIM

Online Ders Kampı Eğitim Danışmanlık ve Ticaret Limited Şirketi hakkında **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

KARAR NO **2026/262**

Gıda Ürünlerinin Ambalajlarında Yanlış Gramaj Bilgisi Sunulması

KARAR ÖZETİ

Kurul tarafından yapılan incelemede, Abalıoğlu Lezita Gıda Sanayi A.Ş. tarafından “Lezita Aç, Ye Izgara Dilimli Piliç Fileto Sweet Chili Soslu” ve “Lezita Aç, Ye Izgara Dilimli Piliç Fileto Pesto Soslu” isimli ürünlerin ambalajlarında toplam net ağırlığın “Net: 200 g” şeklinde büyük ve koyu puntolarla, et ve sos miktarlarının ayrı ayrı ağırlıklarının ise “(170+30 g)” şeklinde daha küçük puntolarla belirtildiği tespit edilmiştir.

Kurul, gramaj gösteriminin ürünün et miktarının 200 g olduğu izlenimini yaratarak **tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğunu** değerlendirmiştir.
.

ANA FİKİR

Ürün ambalajlarında yer verilen miktar ve gramaj bilgilerinin sunuluş biçimi, tüketicilerde ürünün içeriğine ilişkin yanıltıcı bir algı oluşturmamalıdır.

Özellikle toplam net ağırlık ile ürünün bileşenlerine ait ağırlıkların farklı punto ve büyüklüklerde gösterilmesi, tüketicilerin ürünün gerçek içeriği hakkında yanlış bir izlenim edinmesine neden olabilecektir.

YAPTIRIM

Abalıoğlu Lezita Gıda Sanayi A.Ş. Hakkında **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

KARAR NO **2026/3190**

Ambalaj Tasarımıyla Ürün Gramajına İlişkin Yanıltıcı Algı Oluşturulması

KARAR ÖZETİ

Karara konu olayda, Ak Gıda Sanayi ve Ticaret A.Ş. tarafından satışa sunulan İçim Tereyağı ürününün 750 gram ve 1.000 gramlık çeşitlerinin aynı satış noktalarında, benzer ebatlarda ve aynı görsel unsurları taşıyan ambalajlarla tüketicilere sunulduğu tespit edilmiştir.

Kurul, ambalaj tasarımında kullanılan unsurların tüketicileri ürünün gramajı konusunda açık ve doğru şekilde bilgilendirecek nitelikte olması gerektiğini, aksi uygulamaların yanıltıcı etki doğurarak **haksız ticari uygulama** kapsamında değerlendirilebileceğini belirtmiştir.

ANA FİKİR

Tüketicilere sunulan ürünlerin ambalajlarında yer alan tasarım, boyut ve görsel unsurlar; ürünün miktarı, gramajı ve temel özellikleri hakkında yanıltıcı bir algı oluşturmayacak ve bu şekilde tüketicilerin satın alma kararlarını etkilemeyecek şekilde hazırlanmalıdır.

YAPTIRIM

Ak Gıda Sanayi ve Ticaret A.Ş. Hakkında **haksız ticari uygulamayı durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

KARAR NO **2025/1805**

Eksik Bilgilendirme Yoluyla Tüketicinin Yanıltılması

KARAR ÖZETİ

Karara konu olayda, Türmeks Gıda Sanayi ve Dış Tic. Ltd. Şti. tarafından işletilen "Ranchero Mexican Restaurant" isimli işletmede yer alan tanıtım materyallerinde, 795 TL bedel karşılığında sunulan indirimli menü kapsamında çorba seçeneğine yer verildiği, ancak menüye dahil olan çorbanın türünün belirtilmediği tespit edilmiştir.

Kurul, indirimli menü kapsamında yalnızca "Sopa de Tortilla" çorbasının sunulmasına rağmen reklamlarda bu hususa yer verilmemesinin tüketicilerin menü içeriği hakkında eksik bilgilendirilmesine neden olduğunu değerlendirmiştir. Menü kapsamındaki ürünlere ilişkin önemli bilgilerin belirtilmemesinin tüketicilerin ekonomik davranışlarını etkileyebileceği ve **yanıltıcı nitelikte olduğu** sonucuna ulaşılmıştır.

ANA FİKİR

İndirim veya kampanya kapsamında sunulan ürün ve hizmetlerin içeriğine ilişkin önemli bilgiler tüketicilere açık ve eksiksiz şekilde sunulmalıdır.

Tüketicilerin satın alma kararını etkileyebilecek bilgilerin reklamlarda belirtilmemesi yanıltıcı reklam ve haksız ticari uygulama olarak değerlendirilebilir.

YAPTIRIM

Türmeks Gıda Sanayi ve Dış Tic. Ltd. Şti. hakkında **108.370 TL idari para cezası ile reklamları durdurma cezası verilmesine** karar verilmiştir.

KARAR NO **2026/3622**

Ürün Gramajının Azaltılması ve Ambalaj Uygulamalarının Değerlendirilmesi

KARAR ÖZETİ

Karara konu olayda, Minimal Gıda San. ve Tic. A.Ş. tarafından satışa sunulan "Mom's Natural Foods Yaban Mersini Granola" ürünlerinin daha önce 360 gramlık ambalajlarda piyasaya sunulduğu, sonrasında ise ambalaj boyutu değiştirilmeksizin ürün miktarının 280 grama düşürüldüğü tespit edilmiştir.

Kurul, ürün miktarındaki azalmaya rağmen ambalaj boyutunun korunmasına ilişkin uygulamayı incelemiş; söz konusu ambalajlarda tüketicilerin ürün miktarına ilişkin doğru bilgiye ulaşmasını engelleyen veya yanıltıcı nitelik taşıyan bir unsur bulunmadığını değerlendirmiştir.

ANA FİKİR

Ürün miktarında değişiklik yapılması, tek başına tüketicileri yanıltıcı bir uygulama olarak değerlendirilmez. Ürün miktarına ilişkin bilgilerin ambalaj üzerinde açık ve doğru şekilde yer alması halinde, ambalaj boyutunun korunması tüketiciyi yanıltan bir ticari uygulama olarak kabul edilmeyebilir.

YAPTIRIM

Minimal Gıda San. ve Tic. A.Ş. tarafından yapılan tanıtımların mevzuat hükümlerine **aykırılık teşkil etmediği** değerlendirilmiş ve **herhangi bir yaptırım uygulanmamıştır.**

KARAR NO **2026/2899**

Renk Kombinasyonlarının Reklamlarda Kullanımı

KARAR ÖZETİ

Karara konu olayda, Getir Perakende Lojistik A.Ş. tarafından kullanılan reklam materyallerindeki mor ve sarı renk kombinasyonlarının, Gratis markasının reklamlarında kullandığı renklerle benzerlik gösterdiği iddiası incelenmiştir.

Kurul, Getir ve Gratis markaları adına tescilli renklerin Pantone kodlarının birbirinden farklı olduğunu ve reklamlarda kullanılan renk kombinasyonlarının tüketiciler tarafından kolaylıkla ayırt edilebildiğini değerlendirmiştir. Bu doğrultuda, inceleme konusu reklamların **tüketiciler nezdinde karışıklığa yol açacak veya yanıltıcı nitelikte olmadığı** sonucuna varılmıştır.

ANA FİKİR

Markalar tarafından kullanılan benzer renklerin varlığı tek başına tüketicilerin yanıltıldığı veya markalar arasında karışıklık yaratıldığı sonucunu doğurmaz.

Reklamlarda kullanılan renklerin tüketiciler tarafından ayırt edilebilir nitelikte olması ve markalara ait görsel kimlik unsurlarının açık şekilde farklılaşması halinde, söz konusu kullanım reklam mevzuatı açısından aykırılık teşkil etmeyebilir.

YAPTIRIM

Getir Perakende Lojistik A.Ş. tarafından yapılan tanıtımların mevzuat hükümlerine **aykırılık teşkil etmediği** değerlendirilmiş ve **herhangi bir yaptırım uygulanmamıştır.**

KARAR NO **2026/3615**

Ürünün İçeriğine İlişkin Yanıltıcı Ambalaj Kullanımı

KARAR ÖZETİ

Karara konu olayda, Gratis İç ve Dış Ticaret A.Ş. tarafından satışa sunulan “LIFE IN” markalı çeşitli bitkisel yağ ürünlerinin ambalajlarında içerik bilgilerinin İngilizce ve Latince ifadelerle belirtildiği, ayrıca ürünlerin bileşiminde “Helianthus Annuus Seed Oil” (ayçiçek yağı) bulunduğu tespit edilmiştir.

Kurul, ürünlerin bileşiminde ayçiçek yağı bulunmasına rağmen ambalajların ön yüzünde yer alan “... yağı” ifadeleri ve ilgili görseller aracılığıyla ürünlerin yalnızca belirtilen yağdan oluştuğu izlenimi yaratıldığını değerlendirmiştir. Bu nedenle, ürün içeriğine ilişkin tüketicilerde **hatalı algı oluşturulduğu ve tanıtımların yanıltıcı nitelik taşıdığı** sonucuna varılmıştır.

ANA FİKİR

Kozmetik ve kişisel bakım ürünlerinin ambalajlarında kullanılan ifade ve görseller, ürünün içeriği hakkında tüketicilerde gerçeğe uygun bir algı oluşturmalıdır.

Bir ürünün bileşiminde farklı içerikler bulunmasına rağmen ambalaj tasarımıyla ürünün yalnızca belirli bir bileşenden oluştuğu izleniminin verilmesi, tüketicileri yanıltıcı nitelikte değerlendirilebilir.

YAPTIRIM

Gratis İç ve Dış Ticaret A.Ş. hakkında **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

KARAR NO **2025/3091**

İndirim Kampanyalarında Belirsiz ve İspatlanamayan İndirim İddiaları

KARAR ÖZETİ

Karara konu olayda, Yataş Yatak ve Yorgan San. Tic. A.Ş. tarafından yayımlanan “Kasada Sürpriz İndirimler” ve “Net %12 İndirim” başlıklı reklamlarda, kasada uygulanacağı belirtilen indirimlere ilişkin oran ve koşulların açık şekilde belirtilmediği ve söz konusu indirimleri destekleyen bilgi ve belgelerin sunulmadığı tespit edilmiştir.

Kurul, şirket tarafından toplu alışverişlerde ekstra indirimler ve belirli dönemlerde farklı indirim uygulamalarının yapılabildiğinin ifade edildiğini, ancak reklamlarda yer verilen sürpriz indirimlere ilişkin ispatlayıcı bilgi ve belgelerin sunulmadığını değerlendirmiştir. Ayrıca indirim oranı ve indirim koşullarına ilişkin ifadelerin tüketiciler nezdinde anlam karmaşasına yol açtığı, bu nedenle **reklamların yanıltıcı ve aldatıcı nitelik taşıdığı** sonucuna varılmıştır.

ANA FİKİR

İndirim kampanyalarına ilişkin reklamlarda, tüketicilerin ekonomik davranışlarını etkileyebilecek indirim oranları, koşulları ve kapsamı açık, anlaşılır ve doğrulanabilir şekilde belirtilmelidir.

Tüketicilere vaat edilen indirimlerin ispat edilememesi veya indirim koşullarının belirsiz bırakılması, reklamların yanıltıcı ve aldatıcı olarak değerlendirilmesine neden olabilir.

YAPTIRIM

Yataş Yatak ve Yorgan San. Tic. A.Ş. hakkında **86.358 TL idari para cezası ile reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

KARAR NO **2026/3588**

Reklamlarda En Avantajlı Fiyat İddiası

KARAR ÖZETİ

Karara konu olayda, Mansur Gross Gıda Temizlik Tarım İnşaat Nakliyat Sanayi ve Ticaret Limited Şirketi tarafından işletilen "Mansur Gross" isimli mağazada yer alan afişlerde "Şehrin En Ucuz Marketi" ifadesi kullanılarak tanıtım yapıldığı tespit edilmiştir.

Kurul tarafından yapılan değerlendirmede, söz konusu ifadenin rakip işletmelere kıyasla üstünlük ve fiyat avantajı iddiası içerdiği, bu nedenle doğrulanabilir nitelikte bir reklam beyanı olduğu belirtilmiştir. Ancak reklam veren tarafından bu iddiayı destekleyen herhangi bir araştırma, karşılaştırma, fiyat analizi veya belge sunulamadığı görülmüştür. Bu kapsamda, tüketicilere mutlak bir fiyat üstünlüğü algısı veren söz konusu **ifadenin ispatlanamaması nedeniyle aldatıcı ve yanıltıcı nitelik taşıdığı** değerlendirilmiştir.

ANA FİKİR

Reklamlarda kullanılan "en ucuz", "en iyi", "en büyük" veya benzeri üstünlük ifadeleri, objektif olarak doğrulanabilir nitelikte iddialardır. Bu tür beyanların kullanılabilmesi için reklam veren tarafından iddianın doğruluğunu ortaya koyan güncel, somut ve güvenilir verilerin bulunması gerekir.

İspatlanamayan üstünlük iddiaları, tüketicilerin ekonomik davranışlarını etkileyebilecek nitelikte olduğundan yanıltıcı reklam olarak değerlendirilebilir.

YAPTIRIM

Mansur Gross Gıda Temizlik Tarım İnşaat Nakliyat Sanayi ve Ticaret Limited hakkında **108.370 TL idari para cezası ile reklamları durdurma cezası verilmesine** karar verilmiştir.

KARAR NO **2026/1009**

İndirimli Fiyat Reklamlarında Stok ve Satış Koşullarının Açıkça Belirtilmesi Gerekliliği

KARAR ÖZETİ

Karara konu olayda, Koçtaş Yapı Marketleri Ticaret A.Ş. tarafından internet sitesi ve mobil uygulamasında satışa sunulan "Karcher K5 Compact Basınçlı Yıkama Makinası" isimli ürünün, Instagram üzerinden 11.779 TL önceki fiyat ve 9.099 TL indirimli fiyat bilgileriyle tanıtıldığı tespit edilmiştir.

Yapılan incelemede, tüketiciler tarafından oluşturulan siparişlerin ödemeleri alınmasına rağmen şirket tarafından birden fazla kez iptal edildiği, reklam ve tanıtımların yayında kalmaya devam ettiği, ayrıca ürünün stok durumuna veya ilan edilen fiyatın geçerlilik süresine ilişkin herhangi bir açıklamaya yer verilmediği belirlenmiştir. Kurul, indirimli fiyat avantajı ile tüketicilerin satın alma kararının etkilenmesine rağmen, söz konusu kampanyaya ilişkin önemli sınırlamaların **tüketicilere açık ve anlaşılır şekilde duyurulmadığını** değerlendirmiştir.

ANA FİKİR

İndirimli fiyat içeren reklam ve tanıtımlarda, kampanyanın uygulanma koşulları, stok durumu ve fiyatın geçerlilik süresi gibi tüketicinin satın alma kararını etkileyebilecek bilgilerin açık, anlaşılır ve erişilebilir şekilde sunulması gerekir.

Tüketicilerin ödeme işlemini tamamlamalarının ardından siparişlerin stok yetersizliği veya benzeri gerekçelerle iptal edilmesi, bu hususların reklamda önceden belirtilmemesi halinde yanıltıcı ticari uygulama olarak değerlendirilebilmektedir.

YAPTIRIM

Koçtaş Yapı Marketleri Ticaret A.Ş. hakkında **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

KARAR NO **2026/2605**

Süresi Sona Eren Reklamların Yanıltıcılığı

KARAR ÖZETİ

Karara konu olayda, LJ Mağazacılık Sanayi ve Ticaret A.Ş. tarafından işletilen Levi's mağazasında yer alan "Tüm Alışverişlerinizde Geçerli 3 Al 2 Öde" başlıklı kampanya afişlerinin, kampanyanın geçerlilik süresinin sona ermesine rağmen mağazada sergilenmeye devam ettiği tespit edilmiştir.

Kurul tarafından yapılan değerlendirmede, kampanyanın yalnızca belirli tarihler arasında geçerli olduğunun belirtilmesine karşın, kampanya sonlandıktan sonra da ilgili tanıtımların tüketicilere sunulmaya devam edildiği belirlenmiştir. Şirket tarafından durumun sehven gerçekleştiği ifade edilmiş olsa da, süresi dolmuş kampanya materyallerinin mağazada bulundurulmasının tüketicilerde kampanyanın halen geçerli olduğu yönünde bir algı oluşturduğu ve **satın alma kararlarını etkileyebilecek nitelikte yanıltıcılığa yol açtığı** değerlendirilmiştir.

ANA FİKİR

Kampanyalara ilişkin reklam ve tanıtımların yalnızca kampanyanın geçerli olduğu süre boyunca kullanılması gerekir. Kampanya sona erdikten sonra tanıtımların yayında veya teşhirde tutulmaya devam edilmesi, kampanya şartlarının halen geçerli olduğu yönünde yanlış bir izlenim oluşturabilir. Bu sebeple reklam verenlerin, kampanya duyurularının güncelliğini sağlama ve geçerliliği sona eren tanıtım materyallerini zamanında kaldırma yükümlülüğü bulunmaktadır.

YAPTIRIM

LJ Mağazacılık Sanayi ve Ticaret A.Ş. hakkında **108.370 TL idari para cezası ile reklamları durdurma cezası verilmesine** karar verilmiştir.

KARAR NO **2026/1785**

Kampanyalı Satışlarda Yanıltıcı Fiyatlandırma

KARAR ÖZETİ

Karara konu olayda, Deha Mağazacılık Ev Tekstili Ürünleri Sanayi ve Ticaret A.Ş. tarafından işletilen mağazada, “%80 + %20 İndirim” ve “İndirilmiş Fiyat Üzerinden Kasada Ekstra %20 İndirim” ifadelerini içeren reklam ve tanıtımlara yer verildiği tespit edilmiştir.

Kurul tarafından yapılan değerlendirmede, indirim oranlarının “%80 + %20” şeklinde ifade edilmesinin tüketiciler açısından kampanyanın kapsamı ve gerçek indirim oranı konusunda belirsizlik yaratabileceği, kasada uygulanacak ek indirim sonrasında oluşacak nihai satış fiyatına reklamlarda yer verilmediği ve kampanyanın geçerlilik tarihlerinin açıkça belirtilmediği sonucuna varılmıştır. Bu nedenlerle **tüketicilerin indirim koşulları ve satış fiyatları hakkında eksik veya yanıltıcı şekilde bilgilendirildiği** değerlendirilmiştir.

ANA FİKİR

İndirim kampanyalarına ilişkin reklamlarda, tüketicilerin ekonomik davranışlarını doğrudan etkileyen fiyat avantajlarının açık, anlaşılır ve tereddüde yer bırakmayacak şekilde sunulması gerekir. Birden fazla indirim oranının birlikte kullanıldığı kampanyalarda, indirimlerin nasıl uygulanacağı ve nihai satış fiyatının ne olacağı tüketicilere açıklanmalıdır.

YAPTIRIM

Deha Mağazacılık Ev Tekstili Ürünleri Sanayi ve Ticaret A.Ş. hakkında **86.358 TL idari para cezası ile reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

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.yazicioglu@yazicioglulegal.com

Ilgın Türüthan

ilgin.turuthan@yazicioglulegal.com