Tanınmış Seri Markada İltibas

MAHKEME	KARAR TARİHİ	SONUÇ
Yargıtay Hukuk Genel Kurulu	29.04.2026	Bozma

ESAS NO	KARAR NO	İLGİLİ HÜKÜMLER
2025/193	2026/274	SMK 6/1, SMK 6/5, SMK 18, SMK 25, HMK 32/2

ÖZET

Sıvı yağlarda tanınmış seri markaların esas unsuruyla ilk harfleri aynı anlamsız ibare için HGK, başvurunun yeterli ayırt edicilik sağlamadığını, seri marka algısı yaratabileceğini ve tanınmışlığın iltibası kuvvetlendirdiğini kabul ederek direnme kararını bozdu.

Bu kararın özeti ve değerlendirmesi
savun.av.tr/taninmis-seri-markada-iltibas-baslangic-harfleri-hgk-2026-274/ →

Karar metni

Yargıtay Karar Arama sisteminde yayımlandığı hâliyle, değiştirilmeden aktarılmıştır. Taraf adları kaynakta anonimdir.

Hukuk Genel Kurulu 2025/193 E. , 2026/274 K.

"İçtihat Metni"

MAHKEMESİ :Fikri ve Sınai Haklar Hukuk Mahkemesi

SAYISI : 2024/220 E., 2024/328 K.

ÖZEL DAİRE KARARI : Yargıtay 11. Hukuk Dairesinin 28.12.2023 tarihli ve

2022/4208 Esas, 2023/7787 Karar sayılı BOZMA kararı

Taraflar arasındaki ... (Kurum) Yeniden İnceleme ve Değerlendirme Kurulu (YİDK) kararının iptali ve marka hükümsüzlüğü davasından dolayı yapılan yargılama sonunda İlk Derece Mahkemesince davanın reddine karar verilmiştir.

Kararın davacı vekili tarafından istinaf edilmesi üzerine Bölge Adliye Mahkemesince istinaf başvurusunun esastan reddine karar verilmiştir.

Bölge Adliye Mahkemesi kararı davacı vekili tarafından temyiz edilmesi üzerine Yargıtay 11. Hukuk Dairesince yapılan inceleme sonunda bozulmuş, İlk Derece Mahkemesi tarafından Özel Daire bozma kararına karşı direnilmiştir.

Direnme kararı davacı vekili tarafından temyiz edilmekle; kesinlik, süre, temyiz şartı ve diğer usul eksiklikleri yönünden yapılan inceleme sonucunda, temyiz dilekçesinin kabulüne karar verildikten sonra Tetkik Hâkimi tarafından hazırlanan gündem ve dosyadaki belgeler incelenip gereği düşünüldü:

I. DAVA

Davacı vekili; müvekkiline ait "..." esas unsurlu markalar ile davalı şirektin"..." ibareli başvuru markasının esas unsur bağlamında aynı olmakla tüketiciler nezdinde karıştırılmaya yol açacağını, dava konusu markanın müvekkilinin itiraza mesnet markalarında da olduğu gibi ana unsurunun "..." ibaresi olduğunu, "..." kelimesinin hiçbir anlamı olmadığı gibi "..." kelimesinden türetilen ve "..." kelimesinin bir başka versiyonu şeklinde algılandığını, davalı şirketin başvuru markasını müvekkiline ait markalardan uzaklaştıracak hiçbir ibare eklenmediğini, başvuru markasının müvekkilinin tanınmış markasının bir uzantısı serisi olarak algılanacağını ve ayırt ediciliğinden yararlanılacağını, dava konusu markanın aynı zamanda müvekkilinin ticaret unvanı ile de iltibas oluşturduğunu, davalı başvurusunun kötüniyetli olduğu gibi söz konusu markanın tescil edilmesi hâlinde haksız rekabetin de meydana geleceğini ileri sürerek davalı Kurum'un 2018/M-5952 sayılı kararının iptaline, 2017/62380 sayılı "..." ibareli markanın hükümsüzlüğü ile sicilden terkinine karar verilmesini talep etmiştir.

II. CEVAP

1. Davalı Kurum vekili; müvekkili Kurum kararının usul ve yasaya uygun olduğunu, marka işaretlerinin benzer olmadığını, bu nedenle tanınmışlığın da bir etkisinin bulunmadığını belirterek davanın reddini savunmuştur.

2. Davalı şirket vekili; müvekkilinin dava konusu "..." ibareli markası ile davacıya ait "..." markası arasında benzerlik bulunmadığını belirterek davanın reddini savunmuştur.

III. İLK DERECE MAHKEMESİ KARARI

İlk Derece Mahkemesinin 22.10.2019 tarihli ve 2018/326 Esas, 2019/434 Karar sayılı kararı ile; dava konusu markaların kapsamlarında aynı/benzer mal veya hizmetler bulunsa da 6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu'nun (SMK) 6/1. maddesi uyarınca iltibas tehlikesinden söz edebilmek için marka işaretleri bakımından da aynılık ya da benzerlik şartının gerçekleşmesi ve bu aynılık ya da benzerliğin halk nezdinde markalar arasında karışıklık doğurma ihtimaline yol açacağının tespiti gerektiği, bu kapsamda dava konusu marka ile davacı ... işaretleri arasında bütünsel anlamda yapılan karşılaştırmada birbirlerinin farklı versiyonları, alternatifleri veya bir serinin devamı olarak nitelendirilmelerinin mümkün olmadığı, davacı markası "sıvı yağlar" alanında tanınmışsa da SMK'nın 6/5. maddesi koşullarının oluşması için en önemli koşul olan işaretler arasındaki benzerlik şartının bulunmadığı, SMK'nın 6/6. maddesi kapsamında ise davalı tarafın "..." ibareli marka başvurusunun davacının ticaret unvanıyla benzerlik taşımadığı, davalı başvurusunun kötüniyetli olduğunun da ispatlanamadığı gerekçesiyle davanın reddine karar verilmiştir.

IV. İSTİNAF

A. İstinaf Yoluna Başvuranlar

İlk Derece Mahkemesinin yukarıda belirtilen kararına karşı süresi içinde davacı vekili tarafından istinaf başvurusunda bulunulmuştur.

B. Gerekçe ve Sonuç

Ankara Bölge Adliye Mahkemesi 20. Hukuk Dairesinin 03.03.2022 tarihli ve 2020/987 Esas, 2022/255 Karar sayılı kararı ile; taraf markaları arasında ortalama alıcılar nezdinde görsel, işitsel ve anlamsal olarak genel izlenim itibariyle benzerlik bulunmadığı, SMK'nın 6/1. maddesi anlamında ilişkilendirilme ihtimalini de içerecek şekilde iltibas tehlikesinin olmadığı, markalar arasında benzerlik bulunmadığından davacının markasının tanınmış olup olmamasının sonuca etkili olmadığı, dava konusu marka başvurusunun kötüniyetli olduğunun da ispatlanamadığı gerekçesiyle davacı vekilinin istinaf başvurusunun esastan reddine karar verilmiştir.

V. BOZMA VE BOZMADAN SONRAKİ YARGILAMA SÜRECİ

A. Bozma Kararı

1. Bölge Adliye Mahkemesinin yukarıda belirtilen kararına karşı süresi içinde davacı vekili tarafından temyiz isteminde bulunulmuştur.

2. Yargıtay 11. Hukuk Dairesinin yukarıda tarih ve sayısı belirtilen kararı ile "...Davacının itiraza gerekçe markalarının “...” unsurlu, davalı başvurusuna konu ibarenin ise “...” olduğu anlaşılmaktadır. Markaların karıştırılma ihtimali değerlendirilirken her iki markanın başlangıç harflerinin ortalama tüketici kitlesi üzerinde daha etkili olduğu gözden uzak tutulmamalıdır. Bu bağlamda ortalama tüketici kitlesi genel bakış açısı dikkate alındığında aynı tür mallar yönünden markalar arasında karıştırılma ihtimaline yol açacak ölçüde benzerlik bulunduğu dikkate alınarak davacı tarafın iltibas ve tanınmışlık itirazlarının değerlendirilmesi gerekirken hatalı gerekçe ile davanın reddine karar verilmesi doğru olmamış, hükmün temyiz eden davacı yararına bozulması gerekmiştir...." gerekçesiyle karar oy çokluğu ile bozulmuştur.

B. İlk Derece Mahkemesince Verilen Direnme Kararı

İlk Derece Mahkemesinin yukarıda tarih ve sayısı belirtilen kararı ile önceki gerekçe tekrar edilmek suretiyle direnme kararı verilmiştir.

VI. TEMYİZ

A. Temyiz Yoluna Başvuranlar

Direnme kararına karşı süresi içinde davacı vekili tarafından temyiz isteminde bulunulmuştur.

B. Temyiz Sebepleri

Davacı vekili temyiz dilekçesinde; müvekkilinin markalarıyla dava konusu davalı markası arasında emtia ve hizmet sınıflarında benzerlik olduğu gibi işaretler arasında da benzerlik bulunduğunu, “...” ibaresinin anlamı olmayan ve müvekkilinin “...” ibareli markalarından türetildiğini, markalar arasında benzerlik bulunduğu dikkate alınırsa müvekkili markasının tanınmış olması ve ticaret

unvanı da gözetildiğinde SMK'nın 6/5 ve 6/6. maddeleri uyarınca da tescil engeli bulunduğunu, davalının başvurusunun kötüniyetli de olduğunu belirterek direnme kararının bozulmasını talep etmiştir.

C. Uyuşmazlık

Direnme yoluyla Hukuk Genel Kurulu önüne gelen uyuşmazlık; davalı şirketin dava konusu "..." ibareli başvuru markasıyla, "..." esas unsurlu davacı adına tescilli itiraza mesnet markalar arasında karıştırılma ihtimaline yol açacak ölçüde benzerlik bulunup bulunmadığı, buradan varılacak sonuca göre Özel Daire bozma kararında belirtildiği şekilde iltibas ve tanınmışlık iddialarına dayalı itirazların değerlendirilmesinin gerekip gerekmediği noktasında toplanmaktadır.

D. Gerekçe

1. İlgili Hukuk

1. Sınai Mülkiyet Kanunu'nun (SMK) 6, 17, 18, 19, 20, 21... . maddeleri.

2. 5000 sayılı Patent ve Marka Vekilliği ile Bazı Düzenlemeler Hakkında Kanun'un (5000 sayılı Kanun) 15/C maddesi.

3. 6100 sayılı Hukuk Muhakemeleri Kanunu'nun (HMK) 32/2. maddesi.

2. Değerlendirme

1. Uyuşmazlığın çözümü için öncelikle konuya ilişkin yasal düzenleme ile hukuki kavram ve kurumların ortaya konulmasında yarar bulunmaktadır.

2. Dava konusu markanın başvuru ve dava tarihi itibariyle somut olaya uygulanması gereken SMK'nın 6. maddesinde marka tescilinde nispi ret sebepleri düzenlenmiştir. Bu nedenlerin ortak özelliği, tescili talep olunan marka üzerinde 3. bir kişinin üstün hak iddiasına dayanmasıdır. Mutlak ret nedenlerinden farklı olarak nispi ret nedenlerinin kamu menfaati ile herhangi bir ilgisi bulunmamaktadır. Nispi ret nedenleri, mahkeme veya Kurum tarafından resen dikkate alınmazlar. Bunların mutlaka SMK'nın 18. maddesi gereğince ilgili kişiler tarafından "itiraz" olarak ileri sürülmesi gerekir. Nispi ret nedenlerinden birinin varlığı dolayısıyla tescil olunmaması gerekirken her nasılsa tescil olunan bir markaya karşı 5000 sayılı Kanun'un 15/C maddesindeki hüküm dairesinde kesinleşmiş YİDK kararı aleyhine iptal davası açılabileceği gibi SMK'nın 25. maddesindeki şartlar dairesinde hükümsüzlük davası da ikame edilebilir.

3. Somut olay ile ilgisi bulunması bakımından nispi ret nedenlerinden SMK'nın 6/1. maddesi üzerinde durulmasında yarar vardır. Anılan düzenleme gereğince tescil başvurusu yapılan bir markanın, tescil edilmiş veya önceki tarihte başvurusu yapılmış marka ile aynılığı ya da benzerliği ve kapsadığı mal veya hizmetlerin aynılığı ya da benzerliği nedeniyle, tescil edilmiş veya önceki tarihte başvurusu yapılmış marka ile halk tarafından ilişkilendirilme ihtimali de dâhil karıştırılma ihtimali varsa itiraz üzerine başvuru reddedilir.

4. Sınai Mülkiyet Kanunu'nun 6/1. maddesi kapsamında markalara ait mal ve hizmet listelerinde yer alan mal ve hizmetlerin "aynı veya benzer" olup olmadığının değerlendirmesinde,

sınıflandırmaya ilişkin ulusal ve uluslararası düzenlemelerin bağlayıcı kurallar içermediği dikkate alındığında, karşılaştırma konusu mal ve hizmetlerin ait oldukları sınıf numaraları ile bağlı kalınmamalıdır. Karşılaştırmaya konu mal veya hizmet farklı sınıflarda yer almakla birlikte, hammadde-mamul ilişkisi, pazarlama koşulları, amaçları, satış sonrası servis ve onarım süreçlerinde ortaya çıkan müşteri çevresindeki ayniyet, birinin diğeri yerine ikame edilebilmesi gibi birçok açıdan benzerlik içerebilmektedir. Bu itibarla karşılaştırmaya konu mal veya hizmet farklı sınıflarda olsa da "aynı veya benzer" olabilmektedir.

5. Tescil için başvurusu yapılan marka ile tescil edilmiş veya tescil için daha önce başvurusu yapılmış bir marka arasında halk tarafından karıştırılma ihtimalinden bahsedebilmek için mal ve hizmetin aynı veya benzer olmasının yanında işaretlerin de "aynı veya benzer" olması gerekmektedir. İşaretler arasında benzerlik değerlendirmesi yapılırken işaretler arasında görsel, işitsel ve anlamsal benzerliğin yanında esas olarak halk (tüketici) nezdinde bir bütün olarak uyandırdığı izlenim esas alınmalıdır. Bir işaret, görsel, işitsel, anlamsal veya diğer bir açıdan farklı olsa bile, "bütünsel" bir açıdan kendisine yaklaşıldığında herhangi bir sebeple halk gözünde başka bir marka ile bağlantısı varmış intibaı oluşturarak onu çağrıştırıyorsa ve bu yüzden halkın mal veya hizmet tercihinde etkili oluyorsa, marka olarak tescili engellenebilir. Başka bir deyişle müşterilerin ihtiyaçları olan mal veya hizmetleri bunları ayırt etmek maksadıyla kullanılan işaretlerin birbirine yakınlığı dolayısıyla karıştırmaları ihtimal dâhilindeyse bir marka ile diğer bir işaret arasında "benzerlik" vardır. Bu itibarla markanın bir bütün olarak algılanmasına etki eden bütün unsurlar her somut olayda ayrı ayrı değerlendirilmeli ve halk tarafından karıştırılma ihtimali buna göre belirlenmelidir. Burada belirtilen halk; işin ilgilisi veya uzmanı olmayan ancak doğrudan muhatabı olan ortalama tüketicidir.

6. Karıştırılma ihtimalinde önemli olan husus, tüketicilerin bu iki işaret arasında herhangi bir şekilde ve herhangi bir sebeple bağlantı kurma ihtimalidir. Buradaki "ihtimal" kelimesi özenle ve özellikle kullanılmış bir kelime olup, şekil, ses, anlam, genel görünüm, çağrışım veya bir seri içinde bulunma izlenimi bu kapsamda değerlendirilmektedir. Hatta markalar arasında birçok noktada fark bulunduğu tespit edilse bile "umumi intiba" bunların karıştırılabileceği yönünde ise iki işaret arasında karıştırılma ihtimalinin bulunduğu kabul edilmelidir. Başka bir deyişle karıştırılma ihtimali; görsel, biçimsel, anlamsal, işitsel benzerlikler, çağrıştırma, bir bütün olarak uyandırdığı toplu kanaat, malın veya hizmetin hitap ettiği alıcı grubunun toplumsal düzeyi ve durumu, markayı taşıyan malın değeri ve alıcının bu malı almaya ayırdığı zaman, markanın asıl unsurları ve tamamlayıcı unsurları, telaffuz, anlam veya biçimden, işaretlerin toplu olarak bıraktığı izlenimden, seri içine girmekten veya başka bir çağrışımdan kaynaklanabilir. Yine tüketicilerin, karşılaştırılan işaretler arasında herhangi bir şekilde "bağlantı" kurabilmesi de benzerlik bulunduğunu kabul etmek için yeterli olmaktadır.

7. Hemen belirtilmelidir ki; işaretlerin benzerliğinde ve karıştırılma ihtimalinde dikkate alınacak önemli bir unsur da, önceki markanın ayırt edici niteliğidir. Önceki markanın ayırt edici niteliği düşük ise küçük farklılıklarla dâhi karıştırılma ihtimali ortadan kaldırılabilir. Bu gibi hâllerde önceki marka ile başvuru arasında mevcut farklı unsurların veya ortak unsurlara yapılan ilavelerin ayırt ediciliği ve sonraki başvuruyu yeterince farklılaştırıp farklılaştırmadığı üzerinde durulmalıdır. Başka

bir deyişle önceki markanın ayırt edici niteliği düşük ise markaların örtüşmeyen bileşenlerinin benzerlikleri/farklılıkları ve ayırt edicilikleri ele alınarak sonuca gidilecektir.

8. Bununla birlikte önceki markanın tanınmış olması da işaretler arasında karıştırılma ihtimalini artıran bir unsurdur. Gerçekten de bir işaretle karşılaşan tüketici, bu işaretin tanınmış markanın sadece bir unsurunu içermesi hâlinde dahi bunlar arasında bir bağlantı kurabilmektedir. Zira tanınmış markayı oluşturan ibareler tüketici nezdinde yerleşmiş olduğundan, sonraki işaret görüldüğünde bu işaretteki bazı farklılıklar gözden kaçırılarak tanınmış marka ile bağlantı kurulabilmektedir. Ancak vurgulamak gerekir ki, SMK'nın 6/1. maddesi kapsamında, önceki markanın tanınmış olması, tescil edilmek istenen markanın sadece aynı veya benzer mal ve hizmetler yönünden benzerlik değerlendirilmesinde dikkate alınmalıdır. Tanınmış markanın tescil edildiği mal ve hizmetlerden farklı mal ve hizmetlerde korunup korunamayacağına SMK'nın 6/1. maddesi kapsamında değil, aynı Kanun'un 6/5. maddesi kapsamında yapılan değerlendirmeden sonra karar verilmelidir.

9. Yukarıda yapılan açıklamalar ışığında somut olay değerlendirildiğinde; davalı şirket tarafından 2017/62380 sayılı ve "..." ibareli marka başvurusunda bulunulduğu, anılan marka başvurusunun yayımına davacı tarafça "..." esas unsurlu seri markalar mesnet gösterilerek itiraz edildiği, bu itirazın, markaların benzer olmadıklarına dair gerekçeyle hem Markalar Dairesi hem de dava konusu YİDK kararıyla nihai olarak reddine karar verildiği anlaşılmaktadır.

10. Sınai Mülkiyet Kanunu'nun 6/1. maddesi anlamında karıştırılma ihtimalinin varlığından söz edebilmek için hem marka işaretleri bakımından hem de markaların kapsamlarında yer alan mal ve/veya hizmetler bakımında benzerlik aranır. Bu doğrultuda karşılaştırılan iki markanın kapsamlarında yer alan mal ve/veya hizmet ne kadar benzer ise karıştırılma ihtimalinin ortaya çıkmaması için marka işaretlerinin de o oranda birbirinden farklılık arz etmesi gereklidir (doktrindeki bir esere atıf).

11. İşaretlerin benzerliği incelenirken özellikle markaların bir bütün olarak bıraktığı genel izlenim ve ayırt edici unsurların dikkate alınması ve bu baskın unsurların ayırt edicilik seviyesi göz önünde bulundurulmalıdır. Tescil kapsamındaki mal ve hizmetlere ilişkin tür, çeşit, nitelik, karakteristik özellik gibi tanımlayıcı sözcükler asıl unsur olarak dikkate alınamayacağı gibi ima yoluyla bu özellikleri belirten unsurların da ayırt ediciliğinin zayıf olacağı unutulmamalıdır. Ayrıca bir markayı oluşturan unsur, o markanın başka markalardan ayırt edilebilmesini sağlayan kelime, harf, sayı, şekil vb. işaretlerden oluşup, marka birden ziyade unsuru ihtiva ediyorsa, asıl unsuru markanın bütünü itibariyle bıraktığı izlenimde, tümüne hâkim olan görünüş ve ayırıcılığını vurgulayan imajda aramak lazımdır.

12. Bununla birlikte, karıştırılma ihtimalinin belirlenmesinde mal veya hizmet itibariyle hedef tüketici kitlesinin ve buna göre ortalama tüketicinin kimlerden oluştuğu, ortalama tüketicinin somut olayda göstereceği dikkat derecesinin ne olduğu, tanınmışlığın söz konusu olup olmadığı, çağrıştırma ihtimali varsa bunun somut olayda karıştırılma ihtimaline yol açıp açmadığı, işletmesel bağlantı ve seri marka algısının söz konusu olup olmayacağı noktaları da belirleyici olacaktır.

13. Somut olayda alınan bilirkişi raporunda tespit edildiği üzere davalıya ait başvuru markası ile davacının itirazına mesnet markalarının bir kısım mal ve hizmetler yönünden ayniyet/benzerlik arz ettiği ve davacının itirazına mesnet "..." esas unsurlu markalarının "sıvı yağlar" emtiasında tanınmış olduğu uyuşmazlık konusu değildir.

14. Uyuşmazlığın niteliği itibariyle bu aşamada, taraf markalarındaki işaretler arasında benzerlik ve karıştırılma ihtimalinin bulunup bulunmadığının incelenmesi gerekmektedir. Bu doğrultuda, davacıya ait itiraza mesnet markaların tamamı "..." esas unsurunu ihtiva etmekte olup anılan ibareye eklenen değişik tür ve şekildeki ibareler ile bir çok seri marka tescil edilmiş, bu markaların tümünde esas unsur ise "..." ibaresi olarak öne çıkmıştır. Ayrıca davacı markaları "sıvı yağlar" ile ilgili sektörde bilinmekte olduğundan ve bu bilinirlik davacının markalarındaki "..." esas unsuru üzerinde yoğunlaştığından benzer emtialar yönünden karıştırılma ihtimalinin artabileceği de değerlendirmede dikkate alınmalıdır.

15. Öte yandan, davalı şirkete ait marka başvurusunda kullanılan "..." ibaresi ise düz yazıdan ibaret, herhangi bir şekil unsuru içermeyen ve yine alınan bilirkişi raporunda belirtildiği üzere herhangi bir anlamı da haiz olan bir sözcük değildir.

16. Şu hâlde, başvuru markası olan "..." ibaresinin itiraza mesnet "..." ibareli markalar karşısında, başlangıç harflerindeki ayniyetinde etkisiyle görsel, işitsel ve anlamsal olarak yeterli düzeyde ayırt edicilik sağlayamadığı, davaya konu "..." ibareli başvuru markasının kapsamındaki mal ve hizmetlerin muhatabı olan ortalama düzeyde bilgi sahibi tüketici kitlesi nezdinde davacıya ait seri markalardan biri olduğu ve işletmeler arasında bir bağlantı bulunduğu yönünde algıya sebep olma ihtimali bulunduğu, davacıya ait markaların ilgili sektörde tanınmışlığının da taraf markaları arasında iltibas ihtimalini kuvvetlendirdiği ve bu kapsamda başvuru markası ile itiraza mesnet markalar arasında ortaya çıkan bütünsel intibanın karıştırılmaya sebep olabileceği kabul edilmelidir.

17. Bu itibarla, davalı şirkete ait 2017/62380 sayılı ve “...” ibareli marka ile davacı tarafa ait “...” esas unsurlu markalar arasında bütünsel anlamda görsel, işitsel ve anlamsal olarak ortalama tüketiciler nezdinde iltibasa neden olacak düzeyde benzerlik bulunduğunun kabulü ile davacı tarafın iltibas ve tanınmışlık itirazları incelenerek bir karar verilmesi gerekmektedir.

18. Hukuk Genel Kurulunda yapılan görüşmeler sırasında; davalı şirkete ait marka başvurusu ile davacı şirkete ait itiraza mesnet markalar arasında karıştırılma ihtimaline yol açacak derece benzerlik bulunmadığı, davacı markasının tanınmışlığının da bu nedenle sonuca bir etkisinin olmadığı gerekçesiyle İlk Derece Mahkemesi kararının onanması gerektiği ileri sürülmüş ise de bu görüş, Kurul Çoğunluğunca benimsenmemiştir.

19. Diğer yandan HMK'nın 32/2. maddesi "...uygunsuz yahut ilgisiz olan dilekçenin yeniden düzenlenmesi için uygun bir süre verilir ve bu dilekçe dosyada kalır..." hükmü ile taraf dilekçelerinde yargılamanın ciddiyet ve önemine yakışmayan uygunsuz ifadelerin düzeltilmesini amaçlamıştır. Taraflardan beklenilen bu hassasiyetin yargılamayı yürüten ve karar veren hâkim nezdinde de gerek yargılamanın tüm aşamalarında ve gerekse de gerekçeli kararda evleviyetle gözetilmesi gerekir. Şu hâlde, İlk Derece Mahkemesinin direnme kararının gerekçesinde karar

künyesine dahi yer verilmeksizin Avrupa Topluluğu Adalet Divanı kararlarında geçtiği belirtilerek "ortalama alıcılar/kişiler" için "aptal ya da budala da değildir" ifadeleri Hukuk Genel Kurulunca yargılamanın ciddiyet ve önemine uygun görülmemekle dikkat ve değerlendirmeye alınmamıştır.

20. Hâl böyle olunca Hukuk Genel Kurulunca da benimsenen Özel Daire bozma kararına uyulması gerekirken direnme kararı verilmesi usul ve yasaya aykırıdır.

21. Bu nedenlerle direnme kararının bozulmasına karar verilmiştir.

VII. KARAR

Açıklanan sebeplerle;

Davacı vekilinin temyiz itirazlarının kabulü ile direnme kararının Özel Daire bozma kararında gösterilen nedenlerden dolayı HMK'nın 371. maddesi gereğince BOZULMASINA,

İstek hâlinde temyiz peşin harcının yatırana geri verilmesine,

Dosyanın HMK'nın 373/1. maddesi uyarınca İlk Derece Mahkemesine, kararın bir örneğinin Bölge Adliye Mahkemesine gönderilmesine,

29.04.2026 tarihinde oy çokluğuyla kesin olarak karar verildi.

"K A R Ş I O Y"

Eldeki dava uyuşmazlık, davalı şirketin dava konusu "..." ibareli başvuru markasıyla, "..." esas unsurlu davacı adına tescilli itiraza mesnet markalar arasında karıştırılma ihtimaline yol açacak ölçüde benzerlik bulunup bulunmadığıdır.

Konuya ilişkin olarak İlk Derece Mahkemesi ve Bölge Adliye Mahkemesi tarafından yapılan değerlendirmelerde, her iki marka arasında karıştırılma ihtimaline neden olacak ölçüde benzerlik bulunmadığı kabul edilmiş; bu nedenle "..." markasının hükümsüzüne karar verilmesi yönündeki dava reddedilmiştir.

Buna karşılık anılan hükmün temyiz incelemesini yapan Yargıtay 11. Hukuk Dairesince "Markaların karıştırılma ihtimali değerlendirilirken her iki markanın başlangıç harflerinin ortalama tüketici kitlesi üzerinde daha etkili olduğunun gözden uzak tutulmaması gerektiği, bu bağlamda ortalama tüketici kitlesi genel bakış açısı dikkate alındığında aynı tür mallar yönünden markalar arasında karıştırılma ihtimaline yol açacak ölçüde benzerlik bulunduğu" değerlendirmesi yapılarak Bölge Adliye Mahkemesi kararı kaldırılmış ve İlk Derece Mahkemesi hükmünün bozulmasına karar verilmiştir.

İlk Derece Mahkemesince önceki hükümde direnilmesi ve direnme kararının temyizi üzerine Hukuk Genel Kurulunun Sayın Çoğunluğu tarafından -Yargıtay 11. Hukuk Dairesinin kararı doğrultusunda- direnme hükmünün bozulmasına karar verilmiştir.

Aşağıda açıklamış olduğum nedenlerle Sayın Çoğunluğun bu görüş ve kararına katılmam mümkün olmamıştır:

Hukuk Genel Kurulunca daha önce verilen kararlarda da ifade edildiği üzere markalar arasında halk tarafından karıştırılma ihtimalinden bahsedebilmek için mal ve hizmetin aynı veya benzer olmasının yanında işaretlerin de aynı veya benzer olması gerekmektedir. İşaretler arasında benzerlik değerlendirmesi yapılırken görsel, işitsel ve anlamsal benzerliğin yanında esas olarak halk (tüketici) nezdinde bir bütün olarak uyandırdığı izlenim esas alınmalıdır. Bir işaret, görsel, işitsel, anlamsal veya diğer bir açıdan farklı olsa bile bütünsel bir açıdan kendisine yaklaşıldığında herhangi bir sebeple halk gözünde başka bir marka ile bağlantısı varmış intibaı oluşturarak onu çağrıştırıyorsa ve bu yüzden halkın mal veya hizmet tercihinde etkili oluyorsa, marka olarak tescili engellenebilir. Başka bir deyişle müşterilerin ihtiyaçları olan mal veya hizmetleri bunları ayırt etmek maksadıyla kullanılan işaretlerin birbirine yakınlığı dolayısıyla karıştırmaları ihtimal dâhilindeyse bir marka ile diğer bir işaret arasında benzerlik vardır. Burada belirtilen halk; işin ilgilisi veya uzmanı olmayan ancak doğrudan muhatabı olan ortalama tüketicidir (bkz. HGK'nin 10.12.2025 tarihli ve Esas 2024/11-417, Karar 2025/795 sayılı kararı).

Bu bağlamda ilk olarak uyuşmazlık konusu "..." ibaresinin Türkçede herhangi bir anlam içermediği önemle vurgulanmalıdır. Anılan ibare görsel ya da işitsel olarak Türkçe bir ifadeyi değil, daha çok uzakdoğu (Çin, Kaponya, Kore gibi) kökenli bir ürünü çağrıştırmaktadır. Davacıya ait "..." markası ise bir bitki adıdır. "..." ibaresinin ilk üç harfi "..." kelimesinin ilk üç harfiyle aynı olsa da "..." ibaresinin "..."dan türetildiğini söylemek pek mümkün görünmemektedir. Esasında anlamsız harfler yığını olan "... markası" Türkçe herhangi bir kelimeyi çağrıştırma özelliğinden de yoksundur.

Ayrıca dosya içindeki bilirkişi kurul raporunda da "..." markası ile davacının dayanak yaptığı "..." temalı markalar arasında karıştırılma ihtimali bulunmadığı tespit ve değerlendirmesine yer verilmiştir. Anılan rapor, patent ve marka vekili iki bilirkişi ile gıda yüksek mühendisi bir bilirkişi tarafından müştereken düzenlenmiş olup bilimsel verilere uygun niteliktedir.

Dolayısıyla markanın kapsamındaki mal ve hizmetlerin muhatabı olan ortalama düzeyde bilgi sahibi tüketici kitlesi nezdinde, davalı şirketin "..." markasının davacıya ait seri "..." temalı markalardan biri olduğu yönünde algı oluşma ihtimali bulunmadığı gibi davalı şirkete ait marka başvurusunda, başvurudaki ibarenin kullanım biçimi ve taraf markalarının ortaya çıkardığı bütünsel intiba dolayısıyla davacının "..." esas unsurlu markalarına yakınlaşma amacının mevcut olduğu da söylenemez. Zira her iki tarafa ait markalarda kullanılan ibareler yeterli düzeyde farklılık içermekte olduğu gibi davacıya ait markaların ilgili sektördeki tanınmışlığı, varılan bu sonucu değiştirecek niteliği haiz değildir.

Nitekim Hukuk Genel Kurulu yakın tarihli bir kararında davalı şirkete ait "..." ibareli marka ile davacı tarafa ait "..." esas unsurlu markalar arasında bütünsel anlamda görsel, işitsel ve anlamsal olarak ortalama tüketiciler nezdinde iltibasa neden olacak düzeyde bir benzerliğin bulunmadığı sonucuna varmıştır (bkz. HGK'nin 10.12.2025 tarihli ve Esas 2024/11-417, Karar 2025/795 sayılı kararı).

Eldeki davada uyuşmazlık konusu olan "..." ve "..." markaları arasındaki benzerlik, Hukuk Genel Kurulunun anılan kararında incelenen "..." ve "..." markalarından daha fazla değildir.

Bu itibarla, davanın reddi yönündeki İlk Derece Mahkemesi hükmünün somut olayın koşullarında isabetli olduğu ve onanması gerektiği kanaatinde olduğumdan Sayın Çoğunluğun aksi yöndeki

görüş ve bozma kararına katılmıyorum.