Reklam Kurulu Mart 2026 Basın Bülteni Kapsamındaki Kararların Ana Fikirleri

23 Haziran 2026

2026 yılı Mart 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 Mart 2026 Basın Bülteni

Karar No	Ana fikir	Karar
2026/886 **2026/887**	Kurul tarafından değerlendirilen her iki kararda da platformların tüketicilerin üyeliklerini sonlandırma, siparişlerini iptal etme veya hesaplarını askıya alma gibi işlemleri açık, somut ve anlaşılır gerekçelere dayandırması gerektiği vurgulanmıştır. Tüketicilerin, 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun ("**TKHK**") kapsamında sahip oldukları cayma hakkı ve diğer yasal haklarını kullanmaları, tek başına bu tür yaptırımlara konu edilemez. Bununla birlikte, tüketici davranışlarının platform sistemini kötüye kullanma niteliği taşıyıp taşımadığı değerlendirilecekse, bu değerlendirmelerin objektif, öngörülebilir ve belirli kriterlere dayanması gerektiği, aksi halde tüketicilerin ekonomik davranışlarını etkileyebilecek uygulamaların haksız ticari uygulama olarak değerlendirilebileceği ortaya konulmuştur.	**Üyeliğin Gerekçe Gösterilmeksizin Sonlandırılması ve Sipariş İptali ve Hesap Askıya Alma Uygulamaları** Kararlara konu olaylarda, Dsm Grup Danışmanlık İletişim ve Satış Ticaret A.Ş. tarafından işletilen Trendyol platformunda bir tüketicinin üyeliğinin açık ve somut bir gerekçe gösterilmeksizin sonlandırıldığı, farklı bir olayda ise tüketicinin verdiği çok sayıda siparişin gerekçesiz şekilde iptal edilerek hesabının askıya alındığı tespit edilmiştir. İlk olayda müşteri hizmetleri tarafından yalnızca "indirim kuponu ihlali" şeklinde genel bir açıklama yapılırken, ikinci olayda sipariş iptalleri ve hesap askıya alma işlemlerine ilişkin yeterli bir gerekçe sunulmamıştır. Firma her iki dosyada da tüketicinin yoğun iade, sipariş iptali ve kampanya/kupon kullanımına ilişkin davranışlarının sistemin kötüye kullanılması veya platform kurallarının ihlali niteliğinde olduğunu ileri sürmüştür. Ancak Kurul, TKHK kapsamında **tüketicilerin gerekçesiz cayma hakkına sahip olduğunu ve bu hakkın kullanılmasının tek başına üyelik sonlandırma, hesap askıya alma veya sipariş iptali gibi yaptırımlara dayanak oluşturamayacağını** değerlendirmiştir. Kurul,

		söz konusu işlemlerin açık, anlaşılır ve somut gerekçelere dayandırılmamasının tüketiciler bakımından belirsizlik yarattığını, tüketicilerin yasal haklarını kullanmalarını caydırabilecek nitelikte olduğunu, ekonomik davranışlarını olumsuz etkilemeye elverişli bulunduğunu belirterek uygulamaların haksız ticari uygulama teşkil ettiği sonucuna ulaşmıştır. **Yaptırım**: Her iki karar kapsamında da ticari uygulamanın durdurulmasına karar verilmiştir. **Yazıcıoğlu LEGAL Yorumu**: Somut olay bakımından, tüketicilerin cayma hakkı gibi yasal haklarını kullanmalarının tek başına üyelik sonlandırma veya hesap askıya alma gerekçesi oluşturamayacağı kabul edilmekle birlikte, **bu hakların tüketiciler tarafından platform sistemini kötüye kullanacak şekilde istismar edilmesi** ihtimali de ayrıca değerlendirilmelidir. Bu kapsamda, Türk Medeni Kanunu m. 2'de düzenlenen **dürüstlük kuralı ve hakkın kötüye kullanılması** yasağı çerçevesinde, tüketicinin davranışının olağan kullanım sınırlarını aşıp aşmadığının incelenebileceği görüşündeyiz. Kanaatimizce bu tür durumlarda platformların **hangi kriterlere dayanarak üyeliği askıya alabileceğinin açık ve öngörülebilir şekilde belirlenmesi** hem tüketicilerin haklarının korunması hem de işletmelerin meşru uygulamalarının ayrıştırılabilmesi bakımından önem taşımaktadır.
2026/888	Ücretli üyeliklerin açık ve somut bir gerekçe olmaksızın kapatılması, tüketicinin platform üzerindeki hak ve bakiyelerinin kullandırılmaması sonucunu doğuramaz. Tüketicinin kampanya kullanımı veya cayma hakkını	**Ücretli Üyeliğin Kapatılması ve Hakların Kullandırılmaması** Karara konu olayda, D-Market Elektronik Hizmetler ve Ticaret A.Ş. tarafından işletilen Hepsiburada internet sitesinde, bir tüketicinin

	kullanması, tek başına yaptırım veya üyelik iptali gerekçesi olarak değerlendirilemez ve bu tür uygulamalar haksız ticari uygulama niteliği taşır.	ücretli Premium üyeliğinin kapatıldığı, siparişlerinin engellendiği ve tanımlı indirim kuponu ile bakiyesini kullanamadığı tespit edilmiştir. Firma, tüketicinin kısa sürede çok sayıda sipariş verip iptal etmesini ve kampanyalardan yararlanmasını "olağandışı kullanım" olarak değerlendirerek hesabı kapattığını savunmuştur. Ancak TKHK kapsamında tüketicinin cayma hakkını gerekçesiz kullanabileceği ve bu hakkın kullanımının yaptırım gerekçesi yapılamayacağı değerlendirilmiştir. Kurul tarafından yapılan değerlendirmede **ücretli üyeliğin açık ve somut bir gerekçe sunulmaksızın kapatılması, tüketicinin sahip olduğu kupon ve bakiye haklarının kullandırılmamasının tüketici nezdinde belirsizlik yarattığı, yasal hakların kullanımının yaptırıma bağlanmasının ekonomik davranışı olumsuz etkilemeye elverişli olduğu** ve bu durumun haksız ticari uygulama niteliği taşıdığı sonucuna varılmıştır. **Yaptırım:** Ticari uygulamanın durdurulması.

2026/858	Kampanya kapsamında sunulan hediye puanların kullanım şartları ve süreleri açık ve sistem üzerinden erişilebilir şekilde belirtildiği sürece, sonradan puanların geri alınması veya kullanılmasının kısıtlanması tek başına tüketiciyi yanıltıcı bir uygulama olarak değerlendirilemez. Kampanya koşullarının şeffaf biçimde sunulduğu durumlarda reklamın aldatıcı veya mevzuata aykırı olduğu kabul edilmez.	**"İki Öde Biri İade" Kampanyasında Hediye Puan Uygulamaları** Karara konu olayda, Migros Ticaret A.Ş. tarafından yürütülen MoneyPay kapsamında "İki Öde Biri İade" kampanyasına ilişkin olarak, tüketicinin kampanya şartlarını sağladığında kazandığı hediye puanların sonradan bilgilendirme yapılmadan geri alındığı ve kampanya koşullarının yeterince açık ilan edilmediği iddia edilmiştir. Kurul tarafından yapılan değerlendirmede **tüketicinin ilgili kampanyaya özel bir hak edişinin bulunmadığı, genel kampanya puanlarının kullanım ve son kullanma bilgilerinin sistem üzerinde açık ve erişilebilir şekilde gösterildiği**, bu nedenle uygulamanın tüketiciyi yanıltıcı nitelikte olmadığı ve reklamların mevzuata aykırılık taşımadığı sonucuna varılmıştır. **Yaptırım:** Reklamların mevzuata aykırı olmadığına karar verilmiştir.
2026/946	Reklamlarda bilgilendirici içerik izlenimi yaratılarak tüketicinin farklı bir sayfaya yönlendirilmesi ve bu sayfada doğrudan ticari teklif formuna geçiş yapılması, içerik ile yönlendirme arasında uyumsuzluk oluşturduğu ölçüde tüketiciyi yanıltıcı reklam niteliği taşır. Bilgilendirme görünümü altında yapılan doğrudan satış yönlendirmeleri, tüketici algısını bozduğu durumlarda haksız ticari uygulama olarak değerlendirilir.	**Trafik Sigortası Reklamlarında Yönlendirme ve İçerik Uyumsuzluğu** Karara konu olayda, Hepiyi Sigorta A.Ş. tarafından hazırlanan ve MSN internet sitesinde yayımlanan "Trafik Sigortasında Yeni Dönem Başlıyor" ifadelerini içeren reklamların, tüketicide bilgilendirici içerik sunulacağı yönünde bir algı oluşturduğu tespit edilmiştir. Ancak söz konusu içerik üzerinden yönlendirilen sayfada doğrudan "Zorunlu Trafik Sigortası Teklifi Al" formuna geçiş yapıldığı, bu durumun reklam başlığı ile içerik arasında uyumsuzluk yaratarak tüketiciyi yanıltıcı nitelik taşıdığı değerlendirilmiştir.

		Kurul tarafından yapılan değerlendirmede **bilgilendirme amacı taşıdığı izlenimi verilen reklamın aslında doğrudan ticari yönlendirme içermesinin tüketici algısını yanıltabileceği** ve bu nedenle haksız ticari uygulama niteliği taşıdığı sonucuna varılmıştır. **Yaptırım:** Reklamların durdurulması.
2025/2918	Reklamlarda yüksek tutarlı hediye vaadi sunulmasına rağmen kampanyanın önemli koşullarının katılım sınırlamalarının ve hak kazanım şartlarının reklamın ana mesajında açıkça belirtilmemesi, tüketicide yanıltıcı algı oluşturur. Ödülün gerçekte ciddi koşullara bağlı olduğunun gizlenmesi, reklamın aldatıcı nitelik taşımasına ve haksız ticari uygulama olarak değerlendirilmesine yol açar.	**Reklamda Şartların Gizlenmesi** Karara konu olayda, Coino Kripto Varlık Alım Satım Platformu A.Ş. tarafından Coino internet sitesi üzerinden yayımlanan "CoinO'ya Hoş Geldin 500 TL CoinO'da Sizi Bekliyor" başlıklı reklamda, 500 TL hediye vaadinin yer aldığı ancak kampanyanın geçerlilik şartları, katılım koşulları ve sınırlı kullanıcı sayısı gibi önemli bilgilerin reklamın ana mesajında açıkça belirtilmediği tespit edilmiştir. Söz konusu ödülün belirli bir süre içinde yüksek işlem hacmi oluşturan sınırlı sayıda kullanıcıya verilmesi gibi önemli koşullara bağlı olduğu anlaşılmış, ancak bu temel şartların tüketiciden gizlenmesinin yanıltıcı etki doğurduğu değerlendirilmiştir. Kurul tarafından yapılan değerlendirmede **kampanya koşullarının açık ve anlaşılır şekilde sunulmamasının tüketiciyi aldatıcı nitelik taşıdığı ve bu nedenle haksız ticari uygulama oluşturduğu** sonucuna varılmıştır. **Yaptırım:** Reklamların durdurulması.

2026/462	Tüketici yorumlarının yalnızca ilgili mal veya hizmeti gerçekten satın alan kişiler tarafından yapılması gerekirken bu doğrulamanın yapılmadan yorumların yayımlanması, değerlendirmelerin güvenilirliğini ve doğruluğunu zedeler. Doğrulama mekanizması bulunmayan yorum sistemleri, tüketiciyi yanıltabilecek nitelikte olup haksız ticari uygulama olarak kabul edilir.	**Tüketici Yorumlarının Doğrulanmadan Yayınlanması** Karara konu olayda, Şikayetvar Bilişim A.Ş. tarafından işletilen Şikayetvar internet sitesinde, tüketicilerin firmalara ilişkin yorum yapabildiği; ancak bu yorumların bir kısmının ilgili mal veya hizmeti gerçekten satın alan kişiler tarafından yapılıp yapılmadığının kontrol edilmediği ve bazı içeriklerin firmaların itirazı olmaksızın doğrudan yayımlandığı tespit edilmiştir. Mevzuata göre tüketici değerlendirmelerinin yalnızca ilgili mal veya hizmeti satın alan kişiler tarafından yapılması gerekirken bu doğrulama mekanizmasının sağlanmadığı değerlendirilmiştir. Bu nedenle **sistemin yorumların güvenilirliğini ve doğruluğunu garanti etmediği, tüketiciyi yanıltma riski taşıdığı ve haksız ticari uygulama niteliğinde olduğu** sonucuna varılmıştır. **Yaptırım:** İlgili uygulamaların durdurulması.

2026/1528	Ticari iletişim kapsamında yapılan telefon aramalarında yanıltıcı içerik bulunması halinde sorumluluk, içeriği doğrudan oluşturan veya yöneten tarafa atfedilir. Altyapı sağlayıcı konumundaki işletmelerin, görüşme içeriklerine erişim veya denetim imkânı bulunmadığı durumlarda, bu içeriklerden sorumlu tutulmaları mümkün değildir ve haksız ticari uygulama değerlendirmesi yapılmaz.	**Telefon Aramaları Yoluyla Gerçekleştirilen Ticari İletişimlerde Sorumluluk** Karara konu olayda, Regnum Network Telekomünikasyon Hizmetleri Anonim Şirketi tarafından kullanılan 02129220391 numarası üzerinden tüketicilerin aranarak taahhütlerinin sona erdiği yönünde bilgilendirme yapıldığı ve Digiturk içeren paketlerin teklif edildiği tespit edilmiştir. Söz konusu aramaların altyapı hizmeti alan alt müşteri tarafından gerçekleştirildiği, şirketin yalnızca altyapı sağlayıcısı olduğu, 6698 sayılı Kişisel Verilerin Korunması Kanunu kapsamında yalnızca trafik verilerini tutabildiği ve görüşme içeriklerine erişememesi nedeniyle ticari ileti içeriklerinden sorumlu tutulamayacağı değerlendirilmiştir. Kurul tarafından yapılan değerlendirmede **yanıltıcı telefon aramalarının içeriğinin doğrudan şirkete atfedilemeyeceği, bu nedenle haksız ticari uygulama kapsamında sorumluluk doğmadığı** sonucuna varılmıştır. **Yaptırım:** Haksız ticari uygulama olmadığına 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@yazicioglulegal.com

Şerife Âmine Mümin
serife@yazicioglulegal.com