

Türk Marka Hukuku'nda Bir Hükümsüzlük Sebebi Olarak Kötü Niyetin Belirlenmesi

Kötü niyet, sânaî mülkiyet alanında sıklıkla rastlanılan bir olgu haline gelmiştir. Marka mevzuatlarındaki kötü niyet düzenlemeleri ve bu konudaki Yargıtay kararları incelendiğinde, bir hükümsüzlük (*ve nispi ret*) sebebi olarak kötü niyetin, Medeni Kanun'un 2. maddesinde belirtilen dürüst davranma ve 3. maddesinde belirtilen iyi niyet kurallarına dayandırıldığı görülmektedir.

Kötü niyetin 556 Sayılı KHK döneminde açılan hükümsüzlük sebebi olarak tanınmamasına rağmen; Yargıtay içtihatlarında bir hükümsüzlük sebebi olduğuna karar verilmiştir. Bu eksiklik 6769 Sayılı Kanun'da giderilmiştir. 10 Ocak 2017 tarihli yeni Sânaî Mülkiyet Kanunu'nda kötü niyet m.6/9 hükmünde hem nispi ret sebebi hem de hükümsüzlük sebebi olarak belirlenmiştir.

Markalara karşı açılan hükümsüzlük davalarında, kötü niyetin belirlenmesi her olayın kendine özgü koşullarına göre mümkün olmaktadır. Dolayısıyla, tarafların birbirinden haberdarlık derecesi, ilgili sektörler, tarafların sektör içindeki varlıkları, davalının diğer marka başvuruları, tescilli istenen emtia, hizmetler ve daha pek çok başlıca unsurun bir araya getirilip değerlendirilmesi ile kötü niyet hakkında karar verilmektedir.

Bununla birlikte, uygulamada kötü niyet iddiasının dillendirilmesinde kullanılan yaklaşımlar iki başlık altında toplanabilir: a) Taraflar arasındaki ilikin ispatı b) Davalının haberdar olması gerektiği iddiası. Taraflar arasındaki ilikin ispatı, uygulamada genellikle distribütör-bayi ilişkisinde vuku bulmaktadır. Bu tarz durumlarda genellikle, Türkiye'de tescilli olmayan bir markanın bayiliğini/ distribütörlüğünü yapan kişinin o markanın Türkiye tescilini almak için başvuruyu yapması ispat olarak görülmektedir. Taraflar arasındaki yazışmalar, faturalar ve ilikini kanıtlayacak her türlü delil, kötü niyetin ispatında kullanılabilir. Davalının, davacı markasından haberdar olması gerektiği iddiası ise niteliği gerektiren taraflar arasındaki iliki iddiasına göre daha yoruma açık bir yapıdadır. Uygulamada, bu iddiayı destekleyen delillerden en yaygın olanları, davalının başvurduğu kötü niyetli marka başvuruları, davalının faaliyet gösterdiği sektör, davacı ile katıldığı fuarlar ve benzerleri olmaktadır. Burada bahsedilmesi gereken önemli bir husus da dava konusu markanın stilizasyonudur. Örneğin; bir marka tescilinin, önceki tarihli bir iaretle bire bir ayni stilizasyona sahip olması veya bu iaretin son derece ayırt edici ve yaygın olmayan bir iaret olması gibi durumlarda, davacı tarafın kötü niyet iddiası güçlenmektedir.

Uygulamada kötü niyete ilikin, 2010 sonrası örnekler:

Uyuzmazlıca konu 2007/68075 no.'lu marka yazım tarzı ile dahi davacının kullanımı ile aynı olup, davalı marka benzer emtialar yönünden tescil edilmiştir. Davalı taraf "otter" ibaresini marka olarak seçmesindeki nedeni hukuki olarak açıklayamamıştır. Türkiye'de bazı şirketlerin sistemlerinde "otter" markalı ürünlerin kullanıldığı delillerden anlaşılmıştır. Bu durumda davalının normal, makul bir kimsenin marka seçiminde göstereceği özeni göstermiş olsaydı

davacının markasından haberdar olacağı sabit görülmüştür. Kaldı ki, davalı TTK 20 md kapsamında basiretli tacir kriterine uygun hareket etmek zorundadır. Davacının markasının aynısının (...) benzer emtialar yönünden (...) tescil ettirmek Medeni Kanun m. 2 uygun bir davranış biçimi değildir.

Bakırköy FSHHM

(2010/281 E. – 2011/196 E.)

(...) davacının sahip olduğu MADMEN ibaresine çok benzeyen MEDMEN ibaresini tamamen ve bizzat kendisinin ihтира ettiğini (...) düünmek hayatın olağan akışına uygun dümemektedir. Diğer ifadeyle davalının bu kelimeyi marka olarak ihтира ederken davacının film isminden de etkilenmiş ya da esinlenmiş olduğu, bu durumda filmin adının ulaştırılabilirliğinden ve reklam gücünden yararlanmak amacıyla başvuruda bulunduğunu, davalının başvurusunun (*reklamcı olarak alanında tanınmış bir filmin adının reklamcı ve ilgili hizmetler alanında marka olarak tescil edilmesi biçiminde*) bir fırsat değerlendirilmek üzere yapılmış başvuru olduğu, davalının başvurusu ile reklam şirketindeki olaylar konu alan, Türkiye genelinde ve dünyada yıllarca yayınlanmış ve çeşitli ödüller almış ve belirli bir tanınmışlığa ulaşmış bir dizi filmin adı, yapmak istediği ticari faaliyet alanı ile ilgili olarak davacının isim hakkına da sahip olduğu dizi içeriği ile aynı alanda belirli bir bilinirliğe ulaşmış dizi ismi ile ayırt edilemeyecek bir işaret için başvuruda bulunması davacının tanınmışlığından belli bir bilinirlik kazanmış dizi isminden yararlanmak amacıyla haksız menfaat sağlamak amacıyla ve kötü niyetle yapıldığı kabul edilmiştir.

Ankara 1. FSHHM

(2015/213 E. – 2017/103 K.)

[Güray Balçıkay'a ait olan bu yazıya ulaşmak için tıklayınız.](#)