

Enstitüsü: Lisansüstü Eğitim Enstitüsü

Dalı: İşletme

Programı: İşletme

Tez Danışmanı: Dr. Öğr. Üyesi Tuğçe Ezgi SOYALTIN

Tez Türü ve Tarihi: Yüksek Lisans – Mayıs 2025

ÖZET

DİJİTAL DÜNYADA MARKA İHLALİ: TÜRKİYE, FRANSA, AMERİKA VE ALMANYA'DA İNTERNET REKLAMCILIĞI YOLUYLA GERÇEKLEŞEN MARKA İHLALLERİNİN KARŞILAŞTIRMALI ANALİZİ

Seda ALKANAT BAYTAR

İnternetin her alandaki hızlı yayılımı, işletmelerin tüketicilerle etkileşim kurma, markalarını tanıtmaya ve ticaret şeklini tamamen değiştirmiştir. Ancak bu dijital dönüşüm yeni zorlukları da beraberinde getirmiştir. Dijital dünyada yaşanan marka ihlallerindeki artış da bu zorluklardan en çok karşılaşılanıdır. Çalışmamızda dijital dünyada en sık yaşanan marka hakkı ihlal türlerinden olan internet reklamcılığı yoluyla gerçekleşen marka hakkı ihlali üzerinde durulmuştur.

Dijital dünyada gerçekleşen marka hakkı ihlallerinin tespitinde Türkiye ve yabancı ülkeler arasında görüş birliği yoktur. Ayrıca internet servis sağlayıcılarının marka hakkı ihlalleri konusundaki sorumlulukları da yine görüş birliğine varılamayan bir diğer konudur.

Bu çalışma doktrin ve emsal nihayetinde olan mahkeme kararlarının araştırılarak sentezlendiği bir temele oturmaktadır. Çalışmada ABD Federal Mahkemesi, Almanya ve Fransa Mahkemeleri, Avrupa Birliği Adalet Divanı ve Türkiye'de de Yargıtay'ın konuyla ilgili önemli kararlarına yer verilmektedir. Ayrıca konu ilgili temel ve yardımcı eserlerden de faydalanılmaktadır. AB ve ABD Hukukundaki düzenlemeler teknik olarak Türk Hukukundaki düzenlemelere kıyasla daha üst seviyede olduğu için yapılacak olan yeni düzenlemelerde bu ülkelerin hukuk sistemlerinden fayda sağlamak olasıdır.

Son zamanlarda Türkiye'de dijital dünyada internet reklamcılığı yoluyla meydana gelen marka ihlallerine yönelik olarak kanuni düzenlemeler üzerine çalışılmaktadır. Uygulamada var olan düzenlemelere ek olarak, Yargıtay kararlarından faydalanarak yaşanan her bir olaya göre değerlendirme yapmak gerekmektedir. Yapılan bu değerlendirme ticari hayatta yaşanan yenilik ve değişikliklere göre

şekillenmelidir. Verilen kararlarda internet reklamcılığı konusunda; reklamcılar, internet servis sağlayıcıları, marka hakkı sahipleri ve tüketiciler arasındaki dengenin sağlanması gerekmektedir.

Bu araştırma, dijital çağda markaların korunması için etkili, düzenleyici tepkilerin gerekliliğini vurgulamakta, işletmeler, hukukçular ve politika yapıcılar için çıkarımlar sunmaktadır. Teknolojik gelişmelerin etkisi büyümeye devam ederken bu çalışmanın bulguları, hızla evrilen dijital ortamda marka korunması ve politika geliştirme konusunda devam eden tartışmalara katkıda bulunmaktadır.

Anahtar Sözcükler: Dijital Dünyada Marka Hakları, Marka Hakkı, Dijital Dünyada Marka Hakkı İhlali, Tüketici İhlalleri

University: Istanbul Kultur University

Institute: Institute of Graduate Studies

Department: Business Administration

Programme: Business Administration

Supervisor: Asist. Prof. Dr. Tuğçe Ezgi SOYALTIN

Degree Awarded and Date: Master's Degree – May 2025

ABSTRACT

TRADEMARK INFRINGEMENT IN THE DIGITAL WORLD: A COMPARATIVE ANALYSIS OF TRADEMARK INFRINGEMENT THROUGH INTERNET ADVERTISING IN TURKEY, FRANCE, THE UNITED STATES AND GERMANY

Seda ALKANAT BAYTAR

The pervasive proliferation of the internet across all sectors has fundamentally transformed business paradigms, revolutionizing how enterprises engage with consumers, promote their brands, and conduct commercial transactions. However, this digital revolution has concurrently introduced novel challenges, with the escalating incidence of trademark infringements in the digital sphere emerging as one of the most prevalent concerns. This study specifically examines trademark violations occurring through internet advertising, which constitutes one of the most frequently encountered forms of infringement in the digital domain.

Currently, there exists no international consensus between Turkey and foreign jurisdictions regarding the identification and adjudication of digital trademark infringements. Furthermore, the question of liability attribution to internet service providers in cases of trademark violation remains a subject of ongoing legal debate.

This research is grounded in a comprehensive synthesis of doctrinal analysis and seminal judicial precedents. It incorporates landmark rulings from the U.S. Federal Judiciary, German and French judicial authorities, the Court of Justice of the European Union (CJEU), and the Turkish Court of Cassation (Yargıtay), supplemented by examination of primary and secondary legal sources. Given the comparatively more sophisticated regulatory frameworks in EU and U.S. jurisdictions, future legislative developments in Turkey could productively incorporate insights from these advanced legal systems.

Recent legislative initiatives in Turkey have sought to address trademark infringements stemming from digital advertising practices. Beyond existing statutory provisions, case-specific evaluations remain imperative, requiring careful consideration of the dynamic evolution of commercial practices. Judicial determinations in this domain must carefully balance the competing interests of advertisers, internet service providers, trademark proprietors, and consumers.

This investigation underscores the imperative for robust regulatory mechanisms to safeguard trademark rights in the digital era, while providing substantive insights for commercial entities, legal professionals, and policy formulators. As technological innovation continues to advance at an unprecedented pace, the findings of this research make a meaningful contribution to the ongoing scholarly discourse concerning trademark protection strategies and policy formulation in our rapidly evolving digital ecosystem.

Keywords: Brand Rights in the Digital World, Trademark Rights, Trademark Infringement in the Digital World, Consumer Infringement