

**T.C**  
**ANKARA ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**  
**ÖZEL HUKUK (TİCARET HUKUKU) ANABİLİM DALI**

**İNTERNET ALAN ADININ (DOMAIN NAME)**

**HUKUKİ NİTELİĞİ VE**

**MARKA HAKKI ÜZERİNDEKİ ETKİSİ**

**Yüksek Lisans Projesi**

**ZEYNEP ŞARLAK**

**Ankara 2006**

**T.C**  
**ANKARA ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**  
**ÖZEL HUKUK (TİCARET HUKUKU) ANABİLİM DALI**

**İNTERNET ALAN ADININ (DOMAIN NAME)**

**HUKUKİ NİTELİĞİ VE**

**MARKA HAKKI ÜZERİNDEKİ ETKİSİ**

**Yüksek Lisans Projesi**

**ZEYNEP ŞARLAK**

**Proje Danışmanı**

**Yrd.Doç.Dr.Hakan KARAN**

**Ankara 2006**

# İÇİNDEKİLER

## GİRİŞ

### BÖLÜM I

A)İnternet Alan Adı Kavramı

*a)Tanımı ve Tarihçesi*

*b)Alan Adının İşlevi ve Hukuki Niteliği*

*c)Türkiye 'de Alan Adı Verilmesi*

B)Alan Adlarının Marka ve Ticaret Unvanı Gibi Ayırt Edici Ad ve İşaretlere Benzemesi

### BÖLÜM II

A)Marka Kavramı

*a)Tanımı ve Türleri*

*b)Marka Hakkının Tescili*

*c)Marka Sahibinin Hak ve Yükümlülükleri*

B)Marka Hakkının Korunması

*a)Genel Olarak*

*b)556 Sayılı KHK Hükümlerine Göre Korunması*

### BÖLÜM III

A)Tescilli Markanın Üçüncü Kişi Tarafından Alan Adı Olarak Kullanılması

*a)Genel Olarak*

*aa-Aynı veya Benzeri Mal ve Hizmetler için Kullanılan Alan Adlarına Karşı Tescilli Markanın Korunması*

*bb-Benzer Olmayan Mal ve Hizmetler için Kullanılan Alan Adlarına Karşı Tescilli Markanın Korunması*

*b)ICANN Tahkim Usulü*

*aa-Maddi Şartlar*

*bb-Usuli Şartlar*

*c)NOMINET Usulü*

B)Marka Hakkı Sahibinin Hak ve Yetkileri

#### **BÖLÜM IV**

A)Tescil Edilmemiş Markaların Üçüncü Kişi Tarafından Alan Adı Olarak Kullanılması

B)Tescilsiz Marka Sahibinin Hak ve Yetkileri

#### **SONUÇ**

## KISALTMALAR

<b>ABD</b>	: Amerika Birleşik Devletleri
<b>AÜEHFD</b>	: Atatürk Üniversitesi Erzincan Hukuk Fakültesi
<b>BATİDER</b>	: Banka ve Ticaret Hukuku Dergisi
<b>Bkz</b>	: Bakınız
<b>C</b>	: Cilt
<b>ccTLDs</b>	: Country Code Top Level Domains
<b>Çev</b>	: Çeviren
<b>DARPA</b>	: Amerikan Savunma Bakanlığı Araştırma Projeleri Kurumu
<b>DENIC</b>	: Deutsches Network Information Center
<b>Derl</b>	: Derleyen
<b>DNS</b>	: Domain Name System
<b>FMR</b>	: Fikri Mülkiyet ve Rekabet Hukuku Dergisi
<b>gTLDs</b>	: Generic Top Level Domains
<b>IANA</b>	: Internet Assigned Numbers Authority
<b>ICANN</b>	: The Internet Corporation for Assigned Names and Numbers
<b>Inc</b>	: Incorporation
<b>IP</b>	: İnternet Protokol
<b>ISOC</b>	: İnternet Society ( İnternet Organizasyonları Federasyonu)
<b>İBD</b>	: İstanbul Barosu Dergisi
<b>İSS</b>	: İnternet Servis Sağlayıcısı
<b>KHK</b>	: Kanun Hükmünde Kararname
<b>m</b>	: Madde
<b>NOMINET</b>	: The United Kingdom İnternet Names Organization
<b>NSI</b>	: Network Solutions Inc.
<b>ODTÜ</b>	: Orta Doğu Teknik Üniversitesi
<b>RIPE-NCC</b>	: Reseaux IP Europeen- Network Coordination Center
<b>RUDRP</b>	: Rules for Uniform Domain Name Dispute Resolution
<b>S</b>	: Sayı
<b>s</b>	: Sayfa
<b>sTLDs</b>	: Second Top Level Domains
<b>SWITCH</b>	: Swiss Academic and Research Network
<b>TİRK</b>	: Ticari İşletme Rehni Kanunu
<b>TMK</b>	: Türk Medeni Kanunu
<b>TPE</b>	: Türk Patent Enstitüsü
<b>TRIPS</b>	: Ticaretle Bağlantılı Fikri Mülkiyet Hakları Anlaşması
<b>TTK</b>	: Türk Ticaret Kanunu
<b>UDRP</b>	: Uniform Domain Name Dispute Resolution
<b>vb</b>	: Ve benzeri
<b>vd</b>	: Ve devamı sayfa
<b>WIPO</b>	: World Intellectual Property Organisation ( Dünya Fikri Mülkiyet Örgütü)

## GİRİŞ

Bu çalışma, modern dünyanın vazgeçilmezi haline gelen ve dünyaya açılmanın küçük bir penceresi olan internetin, bu özelliği sayesinde dünyanın dört bir yanındaki insanlara hitap edebilme imkanını doğurması ile şirketlerin ve kişilerin ürettikleri ürünleri dünyanın her yanına tanıtma ve pazarlama imkanına ulaşmak için kendi alan adları altında web siteleri açıp, burada sergiledikleri ürünleri satışa sunmak, reklamlarında ve ürünlerinde internet adreslerini vererek, müşterilerine bu şekilde ulaşmak istekleri karşısında, alan isimleri ile ilgili mevcut düzenlemelerin bulunmaması, alan isimleri ile diğer ticari isimlerin (ticaret ünvanı, işletme adları ve markalar) arasındaki farklılıklar ve alan isimlerinin teknik özelliği nedeniyle ortaya çıkan sorunlar temel alınarak hazırlanmıştır.

Alan adları başlangıçta internet erişimini kolaylaştırmak için düşünülmüşken, 21. yüzyılda İnternet iletişim dünyasının vazgeçilmez bir parçası haline gelmiştir. Ancak, ticari yaşam içinde kişi ve firmaların kimliği haline gelmesi ve insanlar arasında etkileşimi ve bilgi dolaşımını sağlayarak insanlığa yeni bir ufuk açarak dünya çapında yaygınlaşması son 10 sene içinde gerçekleşmiş olan İnternet beraberinde birçok hukuki sorunu da getirmiştir.

Biz bu incelememizde İnternet'e ait kavramlardan biri olan alan adlarının özelliklerini, alan adlarının dağıtımını ve bunların ticarete taşıdığı önem üzerinde durduktan sonra alan adlarının hukuki niteliğini tespit ederek marka gibi ayırt edici ad ve işaretlerle benzerliği sebebi ile doğabilecek hukuki sorunlara, daha doğrusu

markaların alan adı olarak kullanılması halinde ortaya çıkacak hukuki sorunlara ve bu sorunlara getirilebilecek çözümlere değineceğiz. Çünkü İnternet'te bilgi arzı, markayla donatılan mal ve hizmete ilişkin reklamdaki, ülke içi ve dışına markayla donatılmış mal ve hizmet arzına kadar ulaşmaktadır. İnternet üzerinden yapılan ticaret hacminin belirlenmesinde ülkedeki internet kullanıcı sayısının büyük önemi bulunmaktadır. Dünya çapında faaliyet gösteren şirketler de, internetin sağladığı bu olanaklar sayesinde, küresel pazarda müşterilerine kendi kurdukları web siteleri üzerinden satış ve reklam yapmaya başlamışlardır. Tabii, şirketler bunu yaparlarken müşterilerinin kendilerine ulaşmalarını sağlayacak en kısa yolun, müşterilerin aklında kalması en kolay ve en kısa alan adlarının seçilmesi olduğunu fark etmişlerdir. Geleneksel ticaretin aksine, internet üzerinde coğrafi uzaklıkların ve sektörlerin farklı olmasına karşın aynı isimde tek bir adresin alınabilmesi büyük ihtilaflar doğurmuş ve doğurmaya da devam etmektedir.<sup>1</sup> Zira, internetin daha henüz bu kadar yaygınlaşmadığı zamanlarda, ticaret üzerindeki etkisinin ne olacağı öngörülemediği ve alan adı almak önemsenmemiştir. Ancak, gelişen ve yaygınlaşan internet, ticaret sektörünü de bu sistemde yer almaya zorlamış ve bunun üzerine alan adları önem kazanmaya başlamıştır. Tespit edilen internet cirosu, internet üzerinden yapılan reklamların cirosu ve firmalar arasındaki ticari işlem hacmi, günümüzde artık bütün büyük ve tanınmış işletmeleri kendilerine bir alan adı almaya yöneltmiştir. Bunun için de en uygun adres, markayı veya şirket ismini kapsayan adres/ alan adıdır.

---

<sup>1</sup> ARIKAN, Av. Fahri Murat, **Markaların Alan Adlarına Karşı Korunması**, İBD, Cilt 74, sayı 7-8-9, 2000, s.781

Bu çalışmada cevap aranacak temel soru; Bir başkasının tescilli olsun ya da olmasın haklı olarak kullandığı markayı oluşturan sözcüklerin üçüncü kişilerce alan adı olarak kullanılması durumunda, marka sahibinin bunu engellemesi mümkün müdür?



## BÖLÜM I

### A) İNTERNET ALAN ADI KAVRAMI

#### a ) Tanımı ve Tarihçesi :

Günümüzde en etkili ve hızlı iletişim aracı internet olsa da, internet ve alan adı kavramları eski tarihli kavramlar olmadığı için bu kavramlar hakkında kısaca tarihi ve teknik açıklamalar yapmakta fayda vardır.

İnternetin geçmişi Amerika Birleşik Devletleri' nde 1960' lı yıllarda Amerikan Savunma Bakanlığı Araştırma Projeleri Kurumu' nca (DARPA) geliştirilen ARPANET ağının daha sonra diğer devlet kurumları ve üniversitelerin ağına bağlanması ve 1970' lerde internet olarak bilinecek olan ağlar arası bağlantının geliştirilmesine dayanmaktadır. Bu ağların birbirine bağlantısını sağlayan Ağ Bilgi Merkezinin ( Network Information Center- NIC) işlevlerini yerine getirebilmesi için internet isim ve adreslerinin listesi tutuluyordu. Bu işlevler daha sonra İnternet Tahsisli Numaralar Kurumu ( İnternet Assigned Numbers Authority –IANA) tarafından yerine getirilmiş ve alan adı sistemi ( Domain Name System) getirilmiştir. 1990' lara gelindiğinde, Amerika Birleşik Devletleri' nde Milli Bilim Vakfı ( National Science Foundation- NSF) na internet üzerinden ticari faaliyet konusunda yasal yetki verilmiştir. NSF' de Network Solutions Inc.( NSI) ile anlaşma yapıp alan

adı tescil görevini vermiş ve NSI cins üst düzey alan adlarını ilk gelen alrı ilkesiyle tescil etmiştir.<sup>2</sup>

İnternet, bilgisayarlar arasında kurulmuş bir iletişim ağıdır ve kelime anlamı olarak “İnternational Network” kelimelerinin bir araya gelmesi ile ortaya çıkmıştır. İnternet sistem olarak birbirinden bağımsız binlerce ağdan oluşmakta ve bu ağ yapıları üzerinde binlerce bilgisayar bağlı bulunmaktadır. İnternete bağlı bilgisayarlar arasında bağlantı kurulmak istendiğinde her birinin tanınabilmesi gerekmektedir ve bu iletişim internet protokolünü (IP – Internet Protocol) kullanarak sağlanır. Bilgisayarların sistem içinde birbirini tanıyabilmesi için her birinin bir adrese ihtiyacı vardır ve bu adreslere internet adresi veya IP (İnternet Protokol) adresi denmektedir.

IP, İnternete bağlanan bilgisayarlar için standart olup bir bilgisayardan diğeri bir bilgisayara veri aktarma protokolüdür. İnternet erişimine sahip olan bütün bilgisayarlara, noktalarla birbirinden ayrılan 4 rakam grubundan oluşmuş tek bir adres verilir (Örneğin; 255.255.255.0 ). Dolayısıyla sisteme dahil olan her internet adresine bir IP numarası tahsis edilmek suretiyle bu adrese bu numara altında erişilebilme imkanı sağlanmaktadır.<sup>3</sup> Bu sayısal IP sayesinde bilgisayarların birbirine bağlanması ve birbirlerini tanıması sağlanır. Önceleri, bilgisayarları birbirinden ayırt edebilmek ve tanınabilirliklerini sağlamak için bu telefon numaralarına benzeyen ve araları (.) ile ayrılmış 4 rakam grubu kullanılmakta iken, internet kullanıcılarının bu

---

<sup>2</sup> ANIK, Gülgün, **İnternet Alan Adı**, FMR, cilt 5, sayı 2005/4, s.66

<sup>3</sup> BOZBEL, Savaş, **Domain Names ve ICANN Tahkim Usulü**, Prof.Dr.Ömer Teoman’ a 55.Yaş Günü Armağanı, Cilt 1, İstanbul 2002, s.215-216

rakamları akıllarında tutmasının zorluğu anlaşılmış ve sosyal hayattaki alışkanlıklara dayalı olarak, tıpkı gerçek ve tüzel kişi isimleri, firma ve ürün isimleri gibi isimlerle bu bilgisayarlar anılmaya başlanmıştır.<sup>4</sup>

Sayısal isim yerine, kişi, firma veya ürün isimlerinin alan adı olarak kullanılması, sağladığı kolaylık yanında bir çok hukuki soruna da yol açmıştır. Tanınmışlık düzeyi yüksek firmalar, tanınmış markalar altında üretim yapanlar, bu ürün ismi altında ve tanınmış kişiler nasıl tanınıyorlarsa, internet ortamında da aynı isimle anılmak ve kolaylıkla ulaşılabilir olmak için bir yarış içerisine girmişlerdir. Bu yarış, kimilerinin hukuka aykırı olarak bazı isimleri kendi üzerlerine tescil ettirmeleri ve bu şekilde bir kazanç elde etmelerini de beraberinde getirmiş ve marka ve isim hakkı sahiplerinin korunması olgusu gündeme gelmiştir.<sup>5</sup>

Alan adı kavramı, teknik olarak internetin sağladığı hizmetlerden sadece biri olan world wide web (www) 'e dahil bir bilgisayarın (web server) bir çeşit adresi olarak<sup>6</sup> doğmuştur. Alan adı yazıldığı anda, bilgisayar bunu otomatik olarak sayılara

---

<sup>4</sup> YILDIRIM, Yrd.Doç.Dr Mustafa Fadıl, **İnternet Alan İsimlerini Tescil Eden Kuruluşların Sorumluluğu**, Prof.Dr.Fahiman TEKİL'in Anısına Armağan, İstanbul 2003, s.684

<sup>5</sup> YILDIRIM, Yrd.Doç.Dr Mustafa Fadıl, **İnternet Alan İsimlerini Tescil Eden Kuruluşların Sorumluluğu**, Prof.Dr.Fahiman TEKİL'in Anısına Armağan, İstanbul 2003, s.685

<sup>6</sup> NOMER, Yrd. Doç. Dr. Füsün, **İnternet Alan Adının Hukuki Niteliği ve Marka ve Ticaret Ünvanı Gibi Ayırt Edici Ad ve İşaretler ile Arasında Benzerlik Bulunması Sebebiyle Doğabilecek Hukuki Sorunlar**, Hayri DOMANİÇ'e Armağan, İstanbul 2001, s.396

çevirir ve ilgili sayfaya bağlanır. Alan adının yazılmasından sonra ekranın sol alt tarafında görülen rakamlar, gerçek adresi oluşturmaktadır.<sup>7</sup>

World Wide Web ise, internet sistemine dahil olan binlerce bilgisayarın aynı formatta sundukları bilgilerden, yani web sitelerinden oluşur. Bu format, kısaltması HTML olan “hypertext markup language” dir. İnternet kullanıcısı da, gitmek istediği web sitesine, diğer bir ifadeyle bu sitedeki bilgilere alan adı olarak nitelendirilen adreslerden ulaşmaktadır. Yani alan adı, teknik olarak, İnternetin sağladığı hizmetlerden sadece biri olan World Wide Web’e dahil bir bilgisayarın bir çeşit adresidir. Sözü edilen bilgisayarların farklı ülkelerde hatta farklı kıtalarda olması, problem teşkil etmemektedir. Zira bugün dünyanın hemen her yerinden bilgisayarlar aracılığıyla İnternet ağına girmek ve İnternetin sağladığı iletişim ağından faydalanmak mümkündür.<sup>8</sup>

İnternete dünya çapında açık bir kimlik tespiti için İnternet üzerinden ulaşabilen her işlemci sayısal bir adrese sahiptir. Sayısal adreslerin kullanımının bilgisayar için uygun iletişim aracını göstermesine rağmen, insanların isimleri tercih etmeleri nedeniyle İnternete bağlı işlemcilerin IP adresleri yerine mantıklı isimler vermeyi mümkün kılan bir sistem yaratılmıştır. Böylece İnternete bağlı bir işlemciye ait ismi gösteren, dünya çapında sarıh ve mantıklı bir isim yapısı olan alan adı sistemi ortaya

---

<sup>7</sup> MEMİŞ, Yrd.Doç.Dr. Tekin, **İnternette Cins Ve Meslek İsimlerinin Alan İsmi Olarak Kullanılması Ve Ortaya Çıkan Hukuki Sorunlar**, Erzincan Hukuk Fakültesi Dergisi sayı:1-2, 2000, s.464

<sup>8</sup> NOMER, Yrd. Doç. Dr. Füsün, **İnternet Alan Adının Hukuki Niteliği ve Marka ve Ticaret Ünvanı Gibi Ayırt Edici Ad ve İşaretler ile Arasında Benzerlik Bulunması Sebebiyle Doğabilecek Hukuki Sorunlar**, Hayri DOMANIÇ’e Armağan, İstanbul 2001, s.396

çıkıştır. Demek oluyor ki, internete bağı olan tüm bilgisayarların bir adı ve numarası mevcut olup, DNS sistemi<sup>9</sup> bu isimlendirmenin düzenli ve mantıklı yürümesini sağlayan sistemdir. Bilgisayar bu alan adını otomatik olarak programı veya program sayfalarını dünyayı saran bir bilgisayar ağında özdeşleştiren sayı kombinasyonuna dönüştürür.<sup>10</sup>

Her ne kadar IP adresleri mantıklı, tanıtıcı ve akılda kalıcı alan adlarına çevrilmişse de, alan adını belirlerken seçilen firma, kişi ya da ürün adı tek başına alan adı oluşturmakta elverişli değildir. Alan adı oluşturulurken yapılması gereken bir takım eklemeler vardır.

Alan adı sistemi belli bir hiyerarşi üzerine kurulmuştur. Bunlar; üst düzey alan adları ( Top Level Domains-TLDs) ve ikincil düzey alan adları ( Second Level Domains-SLDs).

Üst düzey alan adları iki tür adlandırma sistemine tabidirler.

- Belli bir ülkeye aidiyeti ifade eden ülke kodlarını içeren alan adları (Country Code Top Level Domain-ccTLDs)
- Ülke kodu içermeyen sadece alan adı sahibinin niteliğini gösteren alan adları (Generic Top Level Domain-gTLDs)

---

<sup>9</sup> Domain Name System

<sup>10</sup> ARIKAN, Av.Fahri Murat, **Markaların Alan Adlarına Karşı Korunması**, İBD(2000), Cilt 74, sayı 7-8-9, s.782

Belli bir ÷lkeye aidiyeti ifade eden ÷lke kodlarını içeren alan adları yaklaşık 243 ÷lkede<sup>11</sup>, sadece o ÷lkelerdeki yetkili kuruma başvurmak ve o kurum nezninde tescil ettirmek suretiyle edinilebilmektedir. Bu ccTLDs' in bazısı açıktır, yani bu ccTLDs altında kayıt yaptırarak isteyenlerden şart aranmaz.Ancak bazıları için de o ÷lkede ikamet etmek gibi bir şart aranabilmektedir. T÷rkiye için ÷lke kodu .tr dir ve .tr altında yer alan alan adlarının verilmesinde ve tescilinde yetkili kuruluş Orta Doğu Teknik ÷niversitesi'dir (Bilgi İşlem Daire Başkanlığı, DNS Administration). Mesela, Almanya için ÷lke kodu .de, İsviçre için .ch dir.<sup>12</sup>

÷lke kodu içermeyen alan adlarında ise d÷nyanın neresinde olursa olsun isteyen herkes tarafından, alan adı veren herhangi bir kuruluşa İnternet ortamında başvurarak sahip olunabilir. Bunların özelliği, sadece alan adının sahibinin niteliğini g÷stermeleridir. Mesela, ticari kuruluşlar için kod **.com**, bireyler için **.net**, eğitim ve araştırma kurumları için **.edu**, resmi kuruluşlar için **.gov**, askeri kurum ve kuruluşlar için **.mil** ve vakıf ve sivil toplum örg÷tleri gibi kuruluşlar için **.org**, uluslar arası kuruluşlar için **.int** dir.<sup>13</sup> Bunlar herkes tarafından tescili yapılabilecek alan adlarıdır.Ancak bazı ÷st d÷zey alan isimlerinin tescilinde öncelik ABD 'deki kuruluşlara tahsis edilmiştir, edu. (education), gov.(government), mil.(military), int.(international) gibi.

---

<sup>11</sup> bkz.[www.iana.org/cctld/cctld-whois.htm](http://www.iana.org/cctld/cctld-whois.htm). Her biri Uluslar arası Standartlama Örgütü' nün 3166 nolu standardında yer alan ( ISO 3166 ) iki harfli ÷lke kodlarıdır.

<sup>12</sup> NOMER, Yrd.Doç.Dr.F÷sun, **İnternet Alan Adının Hukuki Niteliği ve Marka ve Ticaret ÷nvanı Gibi Ayırt Edici Ad ve İşaretler ile Arasında Benzerlik Bulunması Sebebiyle Doğabilecek Hukuki Sorunlar**, Hayri DOMANIÇ'e Armağan, İstanbul 2001, s.397

<sup>13</sup> NOMER, Yard.Doç.Dr.F÷sun, **İnternet Alan Adının Hukuki Niteliği ve Marka ve Ticaret ÷nvanı Gibi Ayırt Edici Ad ve İşaretler ile Arasında Benzerlik Bulunması Sebebiyle Doğabilecek Hukuki Sorunlar**, Hayri DOMANIÇ'e Armağan, İstanbul 2001, s.397

2000 yılına kadar yedi gTLDs kullanılmıştır. Bunlardan üçü (.com, .net, .org ) açıktır yani üzerlerinde herhangi bir kısıtlama olmayıp bunları kendi adlarına tescil ettirmek isteyenlerde her hangi bir şart aranmaz.Diğer dört gTLDs ( .int, .gov, .mil ) ise şarta bağlıdır, yani belli şartları taşıyanların alabileceği gTLDs' dir.<sup>14</sup>

Özetle, internet alan adları, uluslar arası alanda gTLDs<sup>15</sup> olarak adlandırılan com, org, int, edu, mil, gov <sup>16</sup>...vs şeklindeki alan adları ile, ccTLDs<sup>17</sup> olarak adlandırılan ve yaklaşık 243 ülke kodundan oluşan adlandırma sistemine dayanmaktadır.<sup>18</sup>

Normal bir İnternet adresinde, “world wide web” den sonra gelen, sitenin adını gösteren ve marka ve isim hakları ile hukuki sorunlara yol açan asıl kategori Top Level Domain (TLD) dir.Örneğin; [www.beko.com.tr](http://www.beko.com.tr) adresindeki “beko” sitenin adını gösteren ve TLD olarak adlandırılan basamaktır.

Alan adlarının dağıtımında, önceleri, “first come, first served” yani “ilk gelen ilk alır” ilkesi uygulanmıştır.Karşılaştırarak açıklamak gerekirse, marka

---

<sup>14</sup> ANIK, Gülgün, **İnternet Alan Adı**, FMR, cilt 5, sayı 2005/4, s.68

<sup>15</sup> Generic Top Level Domain

<sup>16</sup> .com' a artan talep ve özellikle alan adı ihtilafları yeni gTLDs' nin gerekliliğini göstermiştir.ICANN aldığı kararla jenerik üst düzey alan adlarının sayısını arttırmakta, “info, name, biz, pro,museum, aero, coop..” gibi yeni jenerik üst düzey alan adları da uygulamaya konulmaktadır.Bu yeni TLD' lerin sponsorluğu veya işletilmesi şartları çok sıkıdır ve üstün özellikteki başvurular kabul edilecektir.Bkz.,[www.icann.org/tlds](http://www.icann.org/tlds).

<sup>17</sup> Country Code Top Level Domain

<sup>18</sup> Bu konuda ayrıntılı bilgi için bkz.ODTÜ, Orta Doğu Teknik Üniversitesi Bilgi İşlem Daire Başkanlığı,“**.tr Altında Yer Alan İnternet Alan Adlarının (Domain Names) Belirlenmesinde İzlenen Politikalar,Yöntemler ve Kurallar**”, <http://dns.metu.edu.tr>

hukuku, aynı markanın, aynı ya da benzer olmayan mal ve hizmetler için kullanılmasına izin verirken, internet üzerinde aynı alan adı (Top Level Domain) ile bir ismin sadece bir kez kullanılmasına izin verilmektedir. Dolayısıyla, aynı ülkede farklı mal ve hizmetler için kullanılan aynı marka sahiplerinden sadece biri bu markayı alan adı olarak kullanma hakkına sahip olabilecektir.

Ancak, sadece bu ilkenin gözetilerek alan adlarının dağıtılması, tanınmış firma ve kişilerin alan adların, kimi kişilerce, marka ve isim hakkına aykırı olarak kendi üzerlerine tescil edilip daha sonra çok yüksek kazanç gayesiyle, marka ve isim hakkı sahiplerine satılmak istenmesi veya tanınmış firma ve kişilerin saygınlığından ve ticari potansiyelinden faydalanarak, bu tür alan adlarını kullanan kimselerin haksız menfaat sağlamaları gibi sorunları da beraberinde getirmiştir. Bu çalışmada da konu edildiği üzere, her ne kadar tüm dünyada alan adlarının dağıtımında “önce gelen, alır” prensibi genel olarak uygulansa da tanınmış ürün, marka veya isim yaratmış kimselerin yarattıkları bu ürün, marka ya da isimleri öncelikli olarak kendi adlarına alan adı olarak tescil ettirebilmelerinde bir öncelik tanınmaktadır.

Ayrıca, son zamanlarda, tüm bu sorunlara çözüm getirilmesi amacıyla, ülke bağlantısı olmayan yeni TLD’lerin üretilmesi gündeme gelmiştir. Firmalar için “firm”, kültürel ve sanatsal alanlar için “arts” vb. gibi.



## **b ) Alan Adının İşlevi ve Hukuki Niteliği:**

Sadece teknik anlamda alan adlarını irdelediğimizde, alan adlarının aslında kişi ve kurumları tanıtmaya işlevinin olmadığını görürüz. Ancak, alan adlarının, özellikle ticari hayatta taşıdıkları gücü ele aldığımızda, alan adlarının sadece teknik işlevi ile değerlendirilmesinin de yetersiz kalacağı açıkça görülmektedir.

Bugün İnternet alan adlarının büyük bir reklam ve pazar gücüne sahip olduğu kuşkusuzdur ve İnternette temsil edilmeyen, web sitesi olmayan kuruluşları düşünmek imkansız hale gelmiştir. Tüketiciler daha doğrusu İnternet kullanıcıları da bu tezden hareket ederek bir şirket veya ürün hakkında bilgi almak, bir hizmetten yararlanmak için browserinin adres kısmına ilgili ürün veya hizmet markasını vererek, bilgi ve hizmet almayı amaçlamaktadır.<sup>19</sup> Diğer bir ifade ile İnternet kullanıcısı kimin web sitesini arıyorsa onun ismini veya markasını alan adı olarak farz edip, siteye ulaşmak isteyecektir.

Bugün çoğu İnternet kullanıcısı alan adının gerçek teknik işlevinden haberdar değildir. İnternet kullanıcısı nazarında marka sahibi ve alan adı ile ulaşılan sitenin sahibi aynı kişi, şirket veya kuruluştur. Özellikle marka içeren alan adları bakımından İnternet kullanıcısı gözünde, marka ile alan adı aracılığıyla ulaşılan site özdeşleşmektedir. Böylece İnternet kullanıcısı bakımından alan adının işlevi şirket,

---

<sup>19</sup> BOZBEL, Savaş, **Domain Names ve ICANN Tahkim Usulü**, Prof.Dr.Ömer Teoman' a 55.Yaş Günü Armağanı, Cilt 1, İstanbul 2002, s.215-216

kurum, organizasyon veya bireylerin İnternet ortamındaki hem isim hem de adresleri olarak nitelendirilebilir.<sup>20</sup>

Alan adları kullanılarak açılan web siteleri sayesinde ürününü, markasını veya işletmesini tanıtmak isteyen işletmeci, internet alan adı ile sadece tanıtım amacı gütmemekte, aynı zamanda satış dahil bir çok hizmeti internet aracılığıyla gerçekleştirmektedir. Tüm bu gelişmeler, internet alan adı sahibi olmayı ticari kurum ve kişiler için zorunlu ve vazgeçilmez hale getirmiştir. Bu nedenlerle de, ticari kurum ve kişiler, yapabilecekleri sınırsız tanıtım olanaklarını ve ulaşabilecekleri müşteri çevresini sağlayacak internet alan adlarının, müşterilerin kendilerine en kolay şekilde ulaşabileceği ticaret ünvanı, işletme adı veya markaları ile aynı olmasını özellikle ve haklı olarak istemektedirler.

ODTÜ Bilgi İşlem Daire Başkanlığı'nın tahsis ve tescili talep edilen alan adının talebi yapan kişi veya kuruluşun ismi veya tescilli markası ile ilişkili olmasını aramasındaki sebeplerden biri de İnternet kullanıcısının alan adının işlevine yüklediği bu anlamla ilgilidir.

Açıklanan nedenlerle, alan adlarıyla İnternet dışında kullanılan bir işaret (marka, ticaret ünvanı, işletme adı vb) veya diğer alan adı arasında "öncelik"

---

<sup>20</sup> NOMER, Yrd.Doç.Dr.Fusun, **İnternet Alan Adının Hukuki Niteliği ve Marka ve Ticaret Ünvanı Gibi Ayırt Edici Ad ve İşaretler ile Arasında Benzerlik Bulunması Sebebiyle Doğabilecek Hukuki Sorunlar**, Hayri DOMANIÇ'e Armağan, İstanbul 2001, s.400

uyuşmazlığı çıkabilir. Ayrıca, alan adı, marka olarak tescil edilmemişse, bu uyuşmazlıklar, alan adının hukuki niteliğine göre çözülebilir.

Alan adının hukuki niteliği üzerinde yapılan tartışmanın temelini, alan adının teknik özelliği oluşturmaktadır. Alan adlarının gerçekte birer sayıdan ibaret olmaları, alan adlarının telefon numaraları gibi birer sayı olduğu nitelemesinin yapılmasına neden olmuştur. Hatta Alman Mahkemelerinin verdiği bazı kararlarda, alan adının Medeni Kanun anlamında bir isim olmadığına karar verilmiştir. Söz konusu kararlarda, alan adının teknik niteliğinden etkilenilmiş ve alan adının adres ve telefon numaraları gibi bir nitelik taşıdığı belirtilmiştir. Bu görüşün önemli bir sonucu olarak da, telefon numarası ve adreslerin herkesin kullanımına açık işaretler olmaları nedeniyle, bunlardaki benzerliklerin iltibas tehlikesi yaratmayacağı görüşü ortaya atılmıştır. Ancak, alan adlarının sadece teknik özelliğine dayanılarak hukuken nitelendirme yapmak doğru değildir. İnternet kullanıcıları, alan adlarının karşılık geldiği sayı dizisini değil, alan adlarını bilmekte ve web sitesini bu şekilde tanımaktadır. Alan adı da bu nedenle, web sitesinin kurucusunu temsil etmektedir.<sup>21</sup>

Alan adının kendisi hukuki anlamda marka değildir. Alan adları kuşkusuz İnternette bir objeyi yani ağa bağlı işlemciyi kişiselleştirme ve tespit etme işlevine sahiptirler. Bu bakımdan ticaret unvanı, işletme adı ve markayla benzerlikler mevcuttur. Ancak yadsınamayacak bir fark, alan adının ne bir şahsı veya bilginin

---

<sup>21</sup> MEMİŞ, Yrd.Doç.Dr. Tekin, **Alan İsmi Etrafında Ortaya Çıkan Hukuki Sorunlar**, <http://www.teknoturk.org/docking/yazilar/tt000116-yazi.htm> (04.01.2006)

göndericisini ve ne de bir mal veya hizmeti nitelemesi, sadece bir araç olmasıdır.<sup>22</sup> Ancak, gözden kaçırılmaması gereken benzerlik de, internet üzerinden yapılan ticaretin gelişmesi, ticari kurum ve kişilerin internet üzerinden satış yapılmasına imkan veren sanal satış mağazaları kurmaları ve yine internet yoluyla firma, ürün veya markanın reklamını yapmaları ile internet alan adlarının da tıpkı markalar gibi ayırt edici nitelik ve tanınırlık kazanmaya başlamasıdır, [www.hepsiburada.com](http://www.hepsiburada.com), [www.amazon.com](http://www.amazon.com) gibi.

Bu açıklamalar ışığında acaba alan adları hukuken marka, ticaret ünvanı ve işletme adı gibi bir tanıtmaya vasıtası, ayırt edici işaret veya bir isim olarak nitelendirilebilir mi?

Alan adı, marka, ticaret ünvanı ve işletme adı gibi ayırt edici ad ve işaret, tanıtmaya vasıtası olarak işlev görmektedir ve hukuken de bu kategoriye dahildir. Yabancı yargı kararlarında da, İnternet alan adlarının mal ve hizmet sunan kişi ve işletmelerin kaynağını gösterdiğinden hareketle bunların isim ve tanıtmaya vasıtası işlevi gören işaretler olduğu kabul edilmektedir. Pek çok yabancı mahkeme kararlarında da, olaya markalar hukukuna ilişkin hükümler uygulanmıştır. Alman hukukunda ise alan adları, öncelikle isim ve kişilik haklarına ilişkin kurullarla

---

<sup>22</sup> EROĞLU, Yrd.Doç.Dr.Sevilay, **Marka Hakkını Kurucu ve Koruyucu Olarak İnternette İşaretten Yararlanma**, Kemal OĞUZMAN' a Armağan, İstanbul 2002, s.464

korunmuştur. İsviçre, Hollanda, İngiltere ve Amerika Birleşik Devletleri'nde ise alan adları, marka hukuku hükümleri ile korunmaktadır.<sup>23</sup>

Alan adlarının bir isim olarak değerlendirilip değerlendirilmeyeceği doktrinde tartışılmıştır. Burada bir hukuk kişinin özelliklerini taşıyıp taşımadığı şüpheli olduğu için bilgisayarın bir hukuk sujesi olarak değerlendirilemeyeceği dolayısı ile de alan adının, bir isim olarak kabul edilemeyeceği görüşü savunulmaktadır. İsim, niteliği itibariyle kişilerin tanınmasını sağlayan bir ifade olmakla birlikte dış dünyada ekonomik anlamda bir varlığı temsil etmektedir. İsim, mutlaka iletişim kurulabilecek bir gerçek ve tüzel kişi ile bağlantılıdır. Alan adı da, aslında iletişimin ana unsuru olan bilgisayarı ifade etmemekte, bilakis bu bilgisayarlar aracılığı ile başkalarıyla iletişime geçen bir kişi ya da organizasyonu göstermektedir. Bu gerekçelerle alan adı, Türk Medeni Kanun anlamında bir isim niteliğindedir ve TMK'nın isim hakkını koruyan ilgili maddesinin korumasından faydalanmaktadır.<sup>24</sup>

Alan adlarının etrafında gelişen hukuki sorunlar hususunda uluslar arası kuruluşlar tarafından da değişik çözüm önerileri getirilmeye çalışılmaktadır. WIPO toplantılarında da bu konu üzerinde tartışılmış ve markalar ile alan adları arasında

---

<sup>23</sup> MEMİŞ, Yrd.Doç.Dr. Tekin, **İnternette Cins Ve Meslek İsimlerinin Alan İsmi Olarak Kullanılması Ve Ortaya Çıkan Hukuki Sorunlar**, Erzincan Hukuk Fakültesi Dergisi sayı:1-2, 2000, s.469

<sup>24</sup> MEMİŞ, Yrd.DoçDr.Tekin, **Alan İsmi Etrafında Ortaya Çıkan Hukuki Sorunlar**, <http://www.teknoturk.org/docking/yazilar/tt000116-yazi.htm> (04.01.2006)

ortak bağlantı var olduğu kabul edilerek marka hukukuna ait hükümlerin alan adları hususunda da uygulanabileceği kabul edilmiştir.<sup>25</sup>

Ayrıca, alan- adları, ticari işletmenin marka ve patent gibi gayrimaddi unsurlarından biridir. Yani işletmenin devrinde, alan adları da Türk Ticaret Kanunu madde 11/ 2 anlamında ‘*müessesenin işletilmesi için daimi bir tarzda tahsis olunan unsurlardan biri* ’ olarak kabul edilecek ve devir sözleşmesinde aksine hüküm bulunmadıkça ticari işletmeye dahil sayılacaktır. İşletme sahibinin, işletmeyle ilgili bilgilerini, faaliyetlerini ve reklamlarını, seçtiği alan adı ile ulaşılan İnternet ortamında gerçekleştirdiği ve reklamlarında da alan adlarını vermeyi ihmal etmediği göz önünde bulundurulduğunda bu sonuca rahatlıkla varılacaktır.<sup>26</sup>

Alan adı, teorik olarak, Ticaret İşletme Rehni Kanunu’nun 3/1. maddesinin c bendi uyarınca ticari işletme rehnine de dahil edilebilecek bir unsurdur. TİRK m.3 uyarınca, ticaret ünvanı ve işletme adı yanında ticari işletme rehnine dahil unsurlar arasında, ‘*ihтира beratları, markalar, modeller, resimler ve lisanslar gibi sınai haklar*’ da sayılmıştır. Bugün ticari işletmenin gayrimaddi unsurlarına dahil ettiğimiz alan adı, TİRK m.3/1,c anlamında sınai bir haktır ve ticari işletme rehnine dahil edilebilir. Ancak bugüne kadar, alan adları üzerine rehin hakkının kurulması

---

<sup>25</sup> MEMİŞ, Yrd.Doç.Dr. Tekin, **İnternette Cins Ve Meslek İsimlerinin Alan İsmi Olarak Kullanılması Ve Ortaya Çıkan Hukuki Sorunlar**, Erzincan Hukuk Fakültesi Dergisi sayı:1-2, 2000, s.469. Ayrıca ayrıntılı bilgi için bkz. [www.wipo.org](http://www.wipo.org)

<sup>26</sup> NOMER, Yrd.Doç.Dr.Füsün, **İnternet Alan Adının Hukuki Niteliği ve Marka ve Ticaret Ünvanı Gibi Ayırt Edici Ad ve İşaretler ile Arasında Benzerlik Bulunması Sebebiyle Doğabilecek Hukuki Sorunlar**, Hayri DOMANIÇ’e Armağan, İstanbul 2000, s.401

konusunda herhangi bir uygulama olmamıştır. Alan adı, TİRK m.3/ 1,c anlamında sınai hak ise de niteliği itibarı ile sınai hak olup olmadığı tartışmalıdır.

Bugün, fikri, sınai ve ticari mülkiyet kavramına geniş anlam verildiği ve bilgisayar programları da dahil olmak üzere fikir ve sanat eserlerini, patentleri, tasarımları, dijital iletişimleri, markaları, coğrafi adları, ticaret ünvanları ile diğer ad ve işaretleri kapsadığı kabul edilmektedir. Dolayısıyla alan adları geniş anlamda fikri, sınai ve ticari mülkiyet kavramına dahildir.<sup>27</sup>

Türk hukukunda, alan adlarıyla ilgili doğrudan kanuni bir düzenleme bulmak mümkün değildir. Markalar, ticaret ünvanları ve işletme adları ile alan adları arasındaki hukuki ihtilaf hallerinde, haksız rekabete ilişkin Türk Ticaret Kanunu'ndaki genel hükümler yanında, özellikle tescilli markalar hakkında Markaların Korunması Hakkında 556 sayılı KHK ile Medeni Kanun'un isim haklarına ilişkin maddeleri uygulama bulmaktadır.<sup>28</sup>

### **c ) Türkiye'de Alan Adı Verilmesi:**

İnternetin hukuksal zemine oturtulmadığı, kurallara ve düzene bağlanamadığı ve dolayısıyla karmaşanın var olduğu bir sistem olduğu konusunda önceleri yapılan eleştiriler ve yaşanan hukuka aykırılıklar karşısında, sorunlara ilişkin düzenlemeler

---

<sup>27</sup> NOMER, Yrd.Doç.Dr.Fusun, **İnternet Alan Adının Hukuki Niteliği ve Marka ve Ticaret Ünvanı Gibi Ayırt Edici Ad ve İşaretler ile Arasında Benzerlik Bulunması Sebebiyle Doğabilecek Hukuki Sorunlar**, Hayri DOMANIÇ'e Armağan, İstanbul 2001, s.402

<sup>28</sup> Ayrıntılı bilgi için bkz.ARKAN, Prof.Dr.Sabih, **Marka Hukuku** Cilt II, Ankara 1998, s.209 vd.,

yapılmaya başlanmıştır. Öncelikle yapılması gerekenin, sorunların çözülmesinde görevli çeşitli kurum ve kuruluşlar ile bu kuruluşların alan adlarının tescilinde uyması ve gözetmesi gereken bir takım kuralları oluşturmak olduğu fikrine varılmıştır. Bu görevi, 1998 yılına kadar Amerika Birleşik Devletleri'nde "*Internet Organizasyonları Federasyonu*" (ISOC=Internet Society) ve Federal Ağ Konseyi nezdindeki "*IANA (Internet Assigned Numbers Authority)*" kuruluşu yürütmüş ve 1998 yılından sonra görevini ICANN'a devretmiştir.<sup>29</sup> Bu görev, Avrupa'da "*Reseaux IP Europeen-Network Coordination Center (RIPE-NCC)*" tarafından, Almanya'da "*Deutsches Network Information Center (DENIC)*" tarafından, Türkiye'de ise Orta Doğu Teknik Üniversite'si bünyesinde oluşturulmuş "*ODTÜ Bilgi İşlem Daire Başkanlığı*" tarafından gerçekleştirilmektedir. Ancak, her ülke nezdinde, bu görevi üstlenen kuruluşlar, alan adları konusundaki politikayı ICANN tarafından bildirilen genel çerçeve kapsamında belirlemektedirler. Jenerik üst düzey alan adlarının koordinatörlüğünü yapmakta olan ICANN tarafından belirlenen genel şartlar yerine getirildiği takdirde, ülkeler nezdindeki kuruluşlar alan adlarının tescilini yapmakta ve böylelikle adına alan adı tescili yapılan kişi ya da kuruluş internet ortamında tescil ettirdiği alan adıyla anılır ve erişilir olma durumuna kavuşmaktadır. Ancak vurgulamakta fayda var ki, alan adının tescili ile anılan bilgisayara hemen ulaşım sağlanmamaktadır. Bu bilgisayar ile iletişime geçilebilmesi için ayrıca, internet sistemi içinde web sayfasının da oluşturulması

---

<sup>29</sup> [www.icann.org/homepage](http://www.icann.org/homepage) ( 29.12.2005)



gerekmektedir. Zira, daha önce de belirtildiği gibi, alan adı, teknik olarak, world wide web'e bağlı bir bilgisayarın bir tür adresidir.<sup>30</sup>

Ülke İnternet alan adlarının tescilinde ise, ülkeler kuralları kendileri koymaktadırlar. Alan adlarını verilmesi de bu makamlar üzerinden olduğu için, çıkan hukuki uyuşmazlıklar bu makam aracılığı ile veya yerel bir mahkemede çözümlenmektedir.

Türkiye'de ise İnternet alan adları ODTÜ bünyesinde oluşturulan bir birim tarafından verilmektedir.<sup>31</sup> Alan adları verilmesinde uygulanan politika ve kuralların çok sıkı olması neticesinde .tr adı altındaki alan adlarının sayısı çok sınırlı kalmış, hem de bu konuda adeta mahkeme gibi davranan ODTÜ Bilgi İşlem Daire Başkanlığı mahkemelerin belki de alan adı uyuşmazlıklarına bakmasına dolaylı olarak engel olmuş, içtihadın gelişmesini engellemiştir. ODTÜ Bilgi İşlem Daire Başkanlığı “com.tr” uzantılı alan adı için, Sanayi ve Ticaret Bakanlığı tarafından verilen Ticari Sicil Tescil Belgesi ve/veya Patent Enstitüsü tarafından verilen Marka Tescil Belgesini başvuru esnasında aramaktadır. ODTÜ tarafından aranan bu şartların pek çok ülkede aranmadığı görülmektedir ve ODTÜ'nün bu tutumu nedeniyle de, alan adı verilmesi süreci uzamakta ve pek çok kişi ve kuruluşun yabancı ülkeler nezdindeki tescil kuruluşlarına başvurmalarına yol açtığı

---

<sup>30</sup> YILDIRIM, Yrd.Doç.Dr Mustafa Fadıl, **İnternet Alan İsimlerini Tescil Eden Kuruluşların Sorumluluğu**, Prof.Dr.Fahiman TEKİL'in Anısına Armağan, İstanbul 2003, s.688-689

<sup>31</sup> ODTÜ Bilgi İşlem Daire Başkanlığı

görülmektedir.<sup>32</sup> Her ne kadar bu katı uygulama haksız alan adı tescillerine engel olmuş ise de, uygulanan sıkı politikanın Türkiye’de yapılan kayıtların genelde internet alan adı (.tr uzantılı) tescilinden daha liberal olan ülke Generic Top Level’a (com, net, org...) kaydığı söylenilebilir.<sup>33</sup>

ODTÜ alan adı tahsis ve tescil taleplerinde getirdiği şartları “*.tr Altında Yer Alan İnternet Alan Adlarının Belirlenmesinde İzlenen Politikalar, Yöntemler ve Kurallar*” altında düzenlemiştir. Bu çerçevede kişilerin istedikleri ikincil alan adı ile ilgilerini mutlaka belgelendirmeleri istenmektedir. Markanın isteyen kişi adına alan adı olarak tescili ise, Türk Patent Enstitüsü’nden getirilecek belge kaydına bağlanmıştır.<sup>34</sup>

ODTÜ’nün talep edilen alan adının, talebi yapan kişi veya kuruluşun ismi veya tescilli markasıyla ilişkili olmasını aramasının nedeni, muhtemelen, verilen alan adlarının başkalarının haklı olarak kullandığı marka, ticaret ünvanı ve işletme adı gibi ayırt edici ad ve işaretleriyle benzerliği sebebiyle doğabilecek ihtilafları önlemektir. Bu konuda da başarılı olduğu şüphesizdir. Ancak, ODTÜ yine de alan adlarının tescilinde getirdiği uzun bürokrasi sebebi ile eleştirilmiştir.<sup>35</sup>

---

<sup>32</sup> YILDIRIM, Yrd.Doç.Dr Mustafa Fadıl, **İnternet Alan İsimlerini Tescil Eden Kuruluşların Sorumluluğu**, Prof.Dr.Fahiman TEKİL’in Anısına Armağan, İstanbul 2003, s.689

<sup>33</sup> BOZBEL, **Domain Names ve ICANN Tahkim Usulü**, Prof.Dr.Ömer Teoman’ a 55.Yaş Günü Armağanı, Cilt 1, İstanbul 2002, s.220-221

<sup>34</sup> ARIKAN, Dr. Ayşe Saadet, **İnternetin Fikri ve Sınai Haklar Üzerindeki Etkisi**, Ulaşlararası İnternet Hukuku Sempozyumu, 21-22 Mayıs 2001, İzmir 2002, s.109

<sup>35</sup> NOMER, Yrd.Doç.Dr.Füsun, **İnternet Alan Adının Hukuki Niteliği ve Marka ve Ticaret Ünvanı Gibi Ayırt Edici Ad ve İşaretler ile Arasında Benzerlik Bulunması Sebebiyle Doğabilecek Hukuki Sorunlar**, Hayri DOMANIÇ’e Armağan, İstanbul 2001, s.405

ODTÜ'nün konuyla ilgili yöntem ve kurallarından konumuzla ilgili olan bazıları şunlardır:

### **ODTÜ;**

- Alan adı taleplerinin, talepte bulunan kişi veya kuruluşun faaliyet alanı dahilindeki alt alanlara (.com, .edu, .org gibi) ait olmasını,
- Talep edilen alan adının talebi yapan kişi ve kuruluşun ismi veya tescilli markası ile ilişkili olmasını ve bu ilişkiyi belgeleyebilmesini,
- .com.tr ikinci seviye alt alan adı için Sanayi ve Ticaret Bakanlığı tarafından verilen Ticari Sicil Tescil Belgesi ve/veya Patent Enstitüsü tarafından verilen marka tescil belgesinin bulunmasını,
- Talep edilen alan adının, jenerik olarak tanımlanan alan adlarından olmamasını, yani herhangi bir sektörü ya da bir sektörün bir kısmını tanımlayan ve başvuru sahibine doğrudan veya dolaylı haksız kazanç veya öncelik sağlayabilecek bir alan adı olmamasını aramaktadır.<sup>36</sup>

Her ülkede bu işlevi üstlenen bir kuruluş tarafından tescil edilerek korunan alan adları ile ilgili politikalar ICANN adı verilen ve İnternetle ilgili hükümet dışı kuruluşların bir araya gelerek oluşturdukları, kar amacı gütmeyen bir kuruluş tarafından geliştirilmektedir. Pek çok ülkede alan isimlerinin yasal düzeyde

---

<sup>36</sup> Örneğin; [www.avukat.com](http://www.avukat.com). Bkz.NOMER, Yrd.Doç.DrçFusun, **İnternet Alan Adının Hukuki Niteliği ve Marka ve Ticaret Ünvanı Gibi Ayırt Edici Ad ve İşaretler ile Arasında Benzerlik Bulunması Sebebiyle Doğabilecek Hukuki Sorunlar**, Hayri DOMANIÇ'e Armağan, İstanbul 2001, s.404

düzenlenmediği görülmektedir. Alan adlarının ülkelerde henüz hukuken düzenlenmemiş olması, WIPO'yu bu konuda ortak kuralların oluşturulması yönünde çalışmalara yöneltmiştir. Bu konudaki ilk çalışma 30 Nisan 1999 tarihli "İnternet Alan İsimleri Usulü Hakkında Rapor" dur. Raporda şu hususlara değinilmiştir:

- Alan ismi sahibi kendisi ile alan ismi arasındaki bağlantıyı gösteren ayrıntılı bilgileri sağlamak zorundadır,
- Şayet sağlanan bilgiler doğru değilse, alan isimleri tescil eden merci üçüncü kişilerin ihbarı ile dahi alan ismini terkin edebilmelidir,
- Birinci derece alan isimleri ile markalar arasındaki uyuşmazlıkların çözümü için ICANN'ın yeknesak bir uyuşmalık çözümü usulü ve politikası belirlemesi gerekmektedir.<sup>37</sup>

Belgelerin geçersiz olması veya başvuru tarihini kapsamaması durumunda alan adı geri alınabileceği ve/veya geçerli belgesi bulunana verilebileceği gibi, .gen.tr ikincil düzey alanı dışındaki alanlarda tahsis edilen alan adının kuruluşun tescilli faaliyet alanı dışında alan adının çağrıştırdığı başka bir iş için kullanıldığı tespit edildiğinde, söz konusu alan adının iptal edileceği ODTÜ tarafından ifade edilmektedir. Ancak ikincil düzey alan adları konusunda çıkabilecek uyuşmazlıklarda taraf olunmayacağı ileri sürülmektedir. Bunun yanında .tr alan adı yönetiminin, alan adının çağrıştırdığı bir sektör ya da kavram nedeni ile diğer kuruluşlarla haksız rekabet, hak ihlali gibi durumların oluşmasına neden olacak içerik barındırılması durumunda, alan adının askıya alınması ve ilgili yasal sürecin

---

<sup>37</sup> ARIKAN, Dr. Ayşe Saadet, **İnternetin Fikri ve Sınai Haklar Üzerindeki Etkisi**, Uluslararası İnternet Hukuku Sempozyumu, 21-22 Mayıs 2001, İzmir 2002, s.108

başlatılması hakkını saklı tuttuğunu ve yine alan adına ilişkin uyuşmazlıklarda Türk Mahkemeleri tarafından verilecek kararların uygulanacağını da belirtmektedir.<sup>38</sup>

Yabancı ülkelerin yetkili kuruluşlarının ODTÜ kadar katı kurallarla çalışmadıkları görülmektedir. Örneğin, İsviçre'nin kodlarını içeren (.ch) alan adlarının verilmesinde yetkili kuruluş *SWITCH* (Swiss Academic and Research Network), Almanya'nın kodunu içeren (.de) alan adlarının verilmesinde yetkili kuruluş *DENIC* (Deutsches Network Information Center) ve İngiltere'nin kodlarını içeren (.uk, .gb) alan adlarının verilmesinde yetkili kuruluş olan *NOMINET* (The United Kingdom Internet Names Organization) alan adı tescil ve tahsis şartı olarak, talep edilen alan adının talebi yapan kişinin ismi veya tescilli markası olmasını aramamaktadır.<sup>39</sup> Türk hukuku bakımından, bu noktada ihtilaflı konular baş göstermektedir. Türkiye uygulamasının uzun bürokrasisini ve katı koşullarını bertaraf etmek isteyenler ile haksız alan adı tescili ile haksız kazanç temin etmek isteyenler, alan adının talepte bulunanın ismi veya tescilli markası olmasını aramayan yabancı ülkelerin yetkili kuruluşlarına başvurumaktadırlar. Örneğin, SWITCH ve DENIC talepte bulunanın alan adı olarak tescil ettirmek istediği markayı kullanma hakkına sahip olup olmadığını denetleme yükümlülüğü bulunmadığını belirtmiş, DENIC, sadece açık hukuka aykırılık hallerinde, alan adının başvuru sahibi adına tescil edilmeyeceğini belirtmiştir.

---

<sup>38</sup> ANIK, Gülgün, **İnternet Alan Adı**, FMR, cilt 5, sayı 2005/4, s.76

<sup>39</sup> NOMER, Yrd.Doç.Dr.Füsun, **İnternet Alan Adının Hukuki Niteliği ve Marka ve Ticaret Ünvanı Gibi Ayırt Edici Ad ve İşaretler ile Arasında Benzerlik Bulunması Sebebiyle Doğabilecek Hukuki Sorunlar**, Hayri DOMANIÇ'e Armağan, İstanbul 2001, s.405

Ayrıca belirtmek gerekir ki ,ODTÜ'nün alan adı verme sisteminde jenerik olarak tanımlanan alan adları (herhangi bir sektörü veya bir sektörün bir kısmını tanımlayan ve başvuru sahibine doğrudan veya dolaylı haksız/spekülatif kazanç ve/veya öncelik sağlayabilecek olan alan adları) hiçbir kuruluşa verilemez.<sup>40</sup>

## **B)ALAN ADLARININ MARKA VE TİCARET UNVANI GİBİ AYIRT EDİCİ AD VE İŞARETLERE BENZEMESİ**

Alan adlarının, marka ve ticaret unvanı gibi ayırt edici ad ve işaretlere benzerliğindeki uyumsuzluk, alan adına sahip olan kişinin, başka bir kişinin haklı olarak kullandığı veya adına tescil ettirdiği marka veya ticaret unvanını internet adresi olarak almasından doğmaktadır. Çünkü böyle bir durumda, markanın veya diğer tanıtıcı ad ve işaretin sahibi, kendi marka veya ismini alan adı olarak kullanamamaktadır. Zira, internet sisteminin bloke edici etkisi nedeniyle bir alan adının birden fazla kişi tarafından kullanılması olanaksızdır.

Sadece, marka veya isimle aynı alan adının kullanılması değil, karışmaya mahal verecek yani iltibas yaratacak nitelikte olan alan adının kullanılması da uyumsuzluk konusu edilmiştir. Çünkü, burada da, alan adındaki bir harf değişikliğinin bile, alan adının bloke edici etkisini ortadan kaldırması sonucu marka veya ismini alan adı olarak kullanan marka veya isim sahibinin, marka veya ismiyle iltibas yaratan durumların ortaya çıkmasına sebep olacaktır.

---

<sup>40</sup> EROĞLU, Yrd.Doç.Dr.Sevilay , **Marka Hakkını Kurucu ve Koruyucu Olarak İnternette İşaretten Yararlanma**, Kemal OĞUZMAN' a Armağan, İstanbul 2002, s.463

Markalar ve alan adları arasındaki ihtilaflar ile markalar arasındaki ihtilaflar bazı hususlarda farklılık gösterse de, yukarıda belirtildiği gibi, alan adları ile markalar arasındaki uyumsuzluklara markalar hakkındaki hukuksal düzenlemelerin uygulanması mümkündür. Ancak, bazı mahkeme kararlarında da belirtildiği üzere, alan adları ile marka hukuku arasında bir paralellik olduğu kabul edilmekteyse de, marka hukukunda yer alan bazı genel kavramların serbest bırakılması yani, herkesin kullanımına açık bulundurulması lüzumunun alan adı sistemi ile uyuşmadığı da kabul edilmektedir.<sup>41</sup> Aynı mahkeme kararında, marka hukukunda genel kavramların herkesin kullanımına açık bulundurulması ilkesinin bir monopolleşmeyi engellediği, buna karşılık alan adı sisteminin gerçek bir monopolleşmeye aracılık ettiği de vurgulanmaktadır. Özellikle her türlü alan adı sadece bir defa kullanılabilmekte, ikinci kere kullanımın teknik olarak imkanı bulunmamaktadır. Bu nedenle alan adı sisteminde marka hukukundaki gibi serbest bırakılması gereken bir takım kavramların bulunmadığını ve bunun da marka hukukunun bu tür olaylara uygulanmasını engellediğini mahkeme kabul etmiştir. Mahkeme kararında ayrıca vurgulanan bir başka husus, alan adlarında sadece *aynen* kullanımın bir başka kullanımı engellediği, çok az bir değişiklikle veya bir ilave ile tekrar alan adı olarak kullanılmasıdır. Oysa bu durum marka hukukunda tamamen farklıdır. Marka hukukunda esas unsura küçük ilaveler sonucu etkilememekte, itibas tehlikesinin varlığı ortadan kalkmamaktadır. Tescil anında da, alan adlarının kaydında

---

<sup>41</sup> FrankfurtTemyiz Mahkemesi'nin 13.2.1997 tarihli kararının ayrıntısı için bkz; [www.online-recht.de/OLGFrankfurt970213.htm](http://www.online-recht.de/OLGFrankfurt970213.htm).

markalarda olduğu gibi devlet tarafından bir denetleme yapılmamaktadır. Mahkeme, tüm bu ayırık halleri marka hukukunun uygulanmaması için yeterli neden saymıştır.<sup>42</sup>

Ancak, markaların alan adlarına karşı korunması konusunda değişik ihtimalleri incelemekte fayda vardır. Burada, öncelikle alan adının yapısından kaynaklanan özelliklerden dolayı marka ve alan adı arasında hangi durumlarda benzerlik bulunduğu incelenmelidir. Örneğin, ‘‘Migros’’ sözcüğünün marka olarak tescil ettirildiğini ve markanın sahibi dışında bir başka kişinin de ‘‘www.migros.com’’ alan adını tescil ettirdiğini ve kullandığını varsayalım. Burada öncelikle belirlenmesi gereken husus, ‘‘Migros’’ markası ile ‘‘www.migros.com’’ alan adı arasında benzerlik veya ayniyet ararken, alan adının TLD olarak adlandırılan basamağı olan ‘‘Migros’’ sözcüğü mü dikkate alınacaktır, yoksa alan adı ‘‘.com’’ veya ‘‘.com.tr’’ gibi jenerik üst düzey alan adı veya ülke kodlu üst düzey alan adı ile bir bütün olarak mı ele alınacaktır? Bu konuda farklı görüşler bulunmakla birlikte, çoğunluk, alan adında esas ve ayırt edici unsurun ikincil düzey alan adı olarak da ifade edilen<sup>43</sup> ‘‘Migros’’ sözcüğü olduğunu kabul etmektedir. Jenerik üst düzey alan adı ve ülke kodlu üst düzey alan adının ayırt edici işlevi bulunmamaktadır. Çünkü, bu üst düzey alan adlarının, alan adında zorunlu olarak bulunması gerekir ve her alan adında aynı ya da farklı olarak bulunur. Bu sebeptendir ki, üst düzey alan adları, marka ile alan adı

---

<sup>42</sup>MEMİŞ, Yrd.Doç.Dr. Tekin, **İnternette Cins Ve Meslek İsimlerinin Alan İsmi Olarak Kullanılması Ve Ortaya Çıkan Hukuki Sorunlar**, Erzincan Hukuk Fakültesi Dergisi sayı:1-2, 2000, s.471

<sup>43</sup> Second Top Level Domain (Stld))



arasındaki ayniyet ya da benzerliğin tespitinde değerlendirme konusu yapılmamaktadır.<sup>44</sup>

Ancak, azınlıkta kalmakla birlikte savunulan bir başka görüşe göre de, marka ve alan adı karşılaştırmasında, üst düzey alan adlarının etkisi her ne kadar az olsa da yok sayılamazlar. Ülke kodlu ya da jenerik üst düzey alan adları tek başlarına alan adına ayırt edici katkı sağlamasalar da, alan adının bütünü itibariyle bıraktığı izlenim ile ayırt edici nitelik kazanmasına katkı sunabilirler. Alan adının yapısı konusunda bilgi sahibi olan ve hangi unsurun ne anlama geldiğini bilen kişinin, alan adını bir bütün olarak kavrayıp, bu şekliyle ayırt edici bulduğu ileri sürülmüştür. Marka ile alan adının ayniyet veya benzerliğinin tespitinde, ülke kodlu ya da jenerik üst düzey alan adlarının hesaba katılmayacağı düşüncesini eleştiren bu görüş, bunların seçiminin de belli ölçüde de olsa alan adı sahibinin isteği dahilinde olduğunu ileri sürmüştür. Netice olarak bu görüş, markanın sözcük olarak alan adında aynen yer alması halinde bir benzerliğin doğabileceğini, ancak, alan adı ile marka arasında ayniyetin, ancak alan adının bir bütün olarak marka oluşturması (www.migros.com.tr) ve alan adı yapısında oluşmuş bu markanın üçüncü kişi tarafından alan adı olarak kullanılması halinde ortaya çıkabileceği sonucuna varmıştır.<sup>45</sup>

---

<sup>44</sup>KIRCA, DoçDr.İsmail, **Tescilli Markanın Alan Adı Olarak Kullanılması**,Prof.Dr.Ömer Teoman'a 55.Yaş Günü Armağanı, İstanbul 2002, s.528 vd

<sup>45</sup> KIRCA, DoçDr.İsmail, **Tescilli Markanın Alan Adı Olarak Kullanılması**, Prof.Dr.Ömer Teoman'a 55.Yaş Günü Armağanı, İstanbul 2002, s.529 vd.

Alan adı ile marka arasında ayniyetin veya benzerliğin tespitinde, yukarıda açıklanan görüşlerden hangisine dayanıldığı önemli olacaktır. Ancak, ticari hayatın gereklerine ve hakkaniyete uygun çözüm, marka olarak tescil edilen ya da kullanılan sözcüğün, sadece ikincil düzey alan adı olarak aynen kullanılmasının, marka hakkının ihlali olarak kabul edileceğidir. Zaten, iltibasın belirlenmesinde, sadece ikincil düzey alan adının dikkate alınacağı, ülke kodlu ya da jenerik üst düzey alan adlarının hesaba alınmayacağı görüşü, somut olayın şartları gerektirdiğinde bu kuralın bir takım istisnaları olabileceğini kabul etmektedir.

Marka ile alan adı arasında iltibas sorunu, alan adında üçüncül seviye alan adının bulunması ve markanın aynı veya benzer sözcüğün üçüncül seviye alan adı olarak kullanılması halinde de gündeme gelebilir. Örneğin, “Migros” sözcüğünün, “www.migros-market.com.tr” şeklinde üçüncül düzey alan adı olarak yer alması halinde yine, iltibas yaratan unsur vardır demek doğru olur. Çünkü, alan adında iltibas yaratan unsurun hangi seviyede yer aldığı, marka ile alan adı arasındaki iltibasın tespitinde rol oynamamalıdır. Marka hukukunda da, markanın herhangi bir unsurunun başkası tarafından yine başka bir unsurla kullanılması, iltibas halini ortadan kaldıracı bir neden olarak görülmemektedir. Marka ile benzer ya da aynı ad ve işaretin alan adının hangi unsurunda yer aldığı, alan adının bütünü itibarıyla bıraktığı etki göz önüne alındığında, marka sahibi ile alan adı sahibi arasında ticari bağ bulunduğu ihtimalini ortaya koyuyorsa, önem taşımayacaktır.

Marka olarak tescil edilen ya da kullanılan sözcüğün, alan adı olarak kullanılmasının marka hakkını ihlal ettiğini, iltibas tehlikesi yarattığını kesin olarak

kabul etmek gerekir. Çünkü, burada, marka ile aynı olan alan adının markanın hukuken hak sahibi olarak tanıdığı kimseden başka bir kimse tarafından kullanılması hali vardır ki, marka sahibi, bloke edici etki sebebiyle aynı alan adını aynı TLD ile kullanamamaktadır. Ancak, bu noktada, belirlenmesi gereken önemli bir husus da, markayı alan adı olarak kullanan kişinin, bu alan adını ticari amaç için kullanıp kullanmadığının tespitidir. Eğer, kişi, hiçbir ticari kaygı gütmeyen sırf şahsi amaçlarla alan adını kullanıyorsa, alan adının kullanılması bu halde yasaklanamaz. Aksi halde, marka hakkı sahibine marka ve haksız rekabet hukukunun getirdiği korumanın üstünde bir koruma sağlanmış olur.<sup>46</sup>

Marka ile alan adı arasında doğabilecek ihtilafların incelenmesinde, markayı alan adı olarak kullanan kimsenin markanın tescil edildiği veya haklı olarak kullanıldığı mal ve hizmet grubunda çalışıp çalışmadığı, daha doğrusu web sitesinde, bu grup mal ve hizmetlere yer vermesi haline de değinilmelidir. Zira girişimciler, alan adı alırken, kendi alanında belirli bir müşteri kitlesine ulaşmış olan bir markayı alan adı olarak seçebilmekte ve bu markanın tanınmışlığından faydalanarak kendi mal ve hizmetlerini daha geniş kitlelere duyurabilmektedirler. Bu durumda, markanın aynen ve aynı branşta faaliyet gösteren bir girişimci tarafından kullanılması halinde 556 sayılı KHK hükümlerine göre koruma sağlanabilecektir.<sup>47</sup> 556 sayılı KHK' nın 9.maddesinin 2.fıkrası 4 bent halinde hangi kullanım tarzlarının yasaklanabileceğini örnek kabilinden saymaktadır. Doktrinde haklı olarak bir markanın aynısının veya benzerinin alan adı olarak kullanılmasının, her ne kadar

---

<sup>46</sup> ARIKAN, Av.Fahri Murat, **Markaların Alan Adlarına Karşı Korunması**, İBD(2000), Cilt 74, sayı 7-8-9, s.786

<sup>47</sup> MEMİŞ, Yrd.Doç.Dr.Tekin, **Alan İsmi Etrafında Ortaya Çıkan Hukuki Sorunlar**, <http://www.teknoturk.org/docking/yazilar/tt000116-yazi.htm> (04.01.2006)

9.maddede sayılmamış olsa da aynı madde uyarınca önlenebileceği kabul edilmektedir.<sup>48</sup>

Farklı mal ve hizmetler için tescil edilmiş markanın bir başkası tarafından alan adı olarak kullanılması halinde ise, kural olarak bir koruma mümkün olmayacaktır. Ancak, KHK.nin 9/1c maddesinde düzenlenen “tescilli marka ile aynı veya benzer olan ve tescilli markanın kapsamına giren mal ve hizmetlerle benzer olmayan mal ve hizmetlerde kullanılması” halinde, tescilli markanın itibarından dolayı haksız avantaj elde edilmesi veya tescilli markanın ayırt edici karakterine zarar verici nitelikte herhangi bir işaretin kullanılması söz konusu ise tescilli markaya koruma sağlanacaktır.

Tescil edilmemiş bir markanın alan adı olarak seçilmesi halinde ise KHK hükümlerine göre koruma mümkün olmayacağından, haksız rekabete ilişkin Türk Ticaret Kanunu’ nun ilgili hükümlerinin uygulanması gerekecektir.

---

<sup>48</sup> KARAN, Dr.Hakan/ KILIÇ, Mehmet, **Markaların Korunması 556 sayılı KHK Şerhi ve İlgili Mevzuat**, Ankara 2004, s.261

## BÖLÜM II

### MARKA KAVRAMI

#### a ) Tanımı ve Türleri:

556 sayılı KHK ‘nın 5.maddesinde marka, bir teşebbüsün mal veya hizmetlerini bir başka teşebbüsün mal ve hizmetlerinden ayırt etmeyi sağlaması koşulu ile, kişi adları dahil özellikle sözcükler, şekiller, harfler, sayılar, malların biçimi veya ambalajları gibi çizimle görüntülenebilen veya benzer biçimde ifade edilebilen, baskı yoluyla yayımlanabilen ve çoğaltılabilen her türlü işaret olarak tanımlanmıştır.

Yürürlükten kalkmış olan 551 sayılı Markalar Kanunu’ nun 1.maddesinde ise marka, sanayide, küçük sanatlarda, tarımda, imal, ihzar, istihsal olunan, veya ticarete satışa çıkarılan her nevi emtiayı başkalarından ayırt etmek için bu emtia ve ambalajı üzerine konulan, emtia üzerine konulmadığı takdirde ambalajlarına konan ve bu maksada elverişli bulunan işaretler olarak tanımlanmıştır.

Marka bir işletmenin mal ve hizmetlerini diğer işletmelerin mal ve hizmetlerinden ayırt etmek amacıyla kullanılan işaretlerdir. Yani marka, ticaret unvanı ve işletme adından farklıdır. Marka, taciri ya da ticari işletmeyi değil belli bir işletmeye ait mal ve hizmetlerin tanıtılmasını ve ayırt edilmesini hedef alır.

Markanın temel işlevleri, ayırt edicilik, görünüm, yatırım, reklam, tanıtım, menşe, kalite, garanti olarak gösterilmektedir. Marka, emtianın veya ürünlerin standartlarına uygun ve üstün kaliteli bulunduğunu, gerekli özenin gösterildiğini belirterek güven duygusu aşılar. Ancak, markanın asıl baskın özelliği diğer markalardan ayırt ediciliğidir. Marka olmayı belirleyen unsur, işaretin niteliği değil, ayırt edici olmasıdır.<sup>49</sup> Diğer işlevlerden de bu sayede yararlanabilmektedir.<sup>50</sup>

Özetlemek gerekirse, 556 sayılı Markaların Korunması Hakkındaki KHK' nin markanın tanımına yer verdiği 5.maddesini de göz önüne alırsak, bir teşebbüsün mal ve hizmetlerinin, bir başka işletmenin mal ve hizmetlerinden ayırt edilmesini sağlayıp, çizimle görüntülenebilen ve baskı yoluyla çoğaltılabilen işaret olarak tarif edilebilir.

Ticarette Bağlantılı Fikri Mülkiyet Hakları Anlaşması' nın<sup>51</sup> 15.maddesinde; bir işletmenin mal ve hizmetlerini diğer işletmelerin mal ve hizmetlerinden ayıran herhangi bir işaret veya işaret kombinasyonunun bir marka oluşturabileceği belirtilmiş ve işaretler, kişisel adlar, harfler, sayılar, mecazi unsur içeren sözcükler, renk kombinasyonları, marka kabul edilebilir görülmektedir. Buna göre marka , sözcük ya da rakamdan ibaret olabileceği gibi birden fazla sözcükten ya da sözcük ve resimden ya da rakamdan (karma marka) oluşabilir. Önemli olan, işaretin çizimle görüntülenebilmesi ya da benzer biçimde ifade edilebilmesidir. Marka olarak

---

<sup>49</sup> MERAN, Necati, **Marka Hakları ve Korunması**, Ankara 2004, s.28

<sup>50</sup> NOYAN, Erdal, **Marka Hukuku** 1.Basım, Ankara 2003, s.64

<sup>51</sup> Dünya Ticaret Örgütü sözleşmesinin eki olan Ticarette Bağlantılı Fikri Mülkiyet Hakları Anlaşması ( TRIPS ) bütün fikri mülkiyet hukukunu içerir.Bu anlaşma ile sınai ve edebi mülkiyet ayrımı ortadan kalkmıştır.

kullanılacak sözcüklerin belli bir sayıyı aşamayacağı yolundaki yasaklama 556 sayılı KHK'da yer almamıştır. Kişi adları, ticaret ünvanları da marka olarak kullanılabilir.<sup>52</sup>

Menşe adı ve mahreç işareti olarak ikiye ayrılan coğrafi işaretler marka olarak tescil edilemez. (556 sayılı KHK 7/c) Coğrafi işaretler, belirgin niteliği, ünü veya diğer özellikleri itibariyle kökenin bulunduğu bir yöre, alan, bölge veya ülke ile özdeşleşmiş bir ürünü gösteren işaretlerdir. Menşe adları, sicilde belirtilen coğrafi bölgede faaliyet gösteren üreticiler tarafından , sicilde belirtilen ürünlerin üzerinde veya ambalajında , bu ürünlerin sicilde gösterilen kalite, ün ve diğer özellikleri taşıması koşuluyla kullanılır.Mahreç işaretlerinin kullanımı için, ürünün üretimi, işlenmesi ve diğer işlemlerinden en az birinin sicilde belirtilen yöre, alan veya coğrafi bölge içinde yapılmış olması ve ürünün sicilde gösterilen kalite, ün ve diğer özellikleri taşıması şartı aranır.<sup>53</sup>

Markalar her ne kadar doktrinde kullanıldıkları alanlara<sup>54</sup> göre, markaların amaçlarına göre ( ticaret ve hizmet markası ), marka sahibine göre, markaların oluşumları bakımından (uydurma, kurgusal, gelişigüzel seçilmiş, telkin edici, tamamlayıcı, sıfat-isim markalar) gruplandırılrsa da yürürlükteki mevzuatın ticaret

---

<sup>52</sup> ARKAN, Prof.Dr.Sabih,**Ticari İşletme Hukuku**,Ankara 1999,s.258

<sup>53</sup> ARKAN, Prof.Dr.Sabih,**Ticari İşletme Hukuku**,Ankara 1999, s.258

<sup>54</sup> Markaları kullanıldıkları alanlara göre, ticaret markası, hizmet markası, ortak marka, çok sahipli marka, garanti markası, ses markası, koku markası olarak ayıran görüş.ayrıntılı bilgi için bkz.KARAMEHMET Erdoğan-YALÇINER Uğur G., **Marka Tescilinin Temel İlkeleri ve Uygulamaları**, Türk Patent Enstitüsü Yayınları, Ankara 1999, s.49

markası, hizmet markası, ortak marka ve garanti markası<sup>55</sup> olmak üzere dört marka türü kabul ettiğini söyleyebiliriz.<sup>56</sup>

### **b)Markanın Tescili:**

Markaların ekonomik rekabet alanındaki önemi ve iktibas ve iltibas suretiyle marka hakkı tecavüzlerine karşı getirilmiş olan ağır yaptırımlar karşısında, marka hakkının da açıklık ve kesinlik taşıması ve üçüncü kişilerce kolayca bilinebilir olması gereklidir. Tescil açık ve kesin bir idari işlem olarak bunu sağlar. Ancak, marka hakkının sadece tescil ile oluştuğunun kabulü bir markayı tescilsiz olarak ilk defa kullanıp tanıtmış ve ekonomik bir değer kazandırmış olan kişinin hakkının sadece tescile dayanan kişinin hakkına feda edilmesi gibi adil olmayan bir sonuç ortaya çıkarır. Bu nedenle, Türk hukukunda da marka hakkının doğumu ve korunması konusunda iki hal öngörülmüştür; birincisi, *markanın ilk defa tescil ettirilmesi*, ikincisi ise *markanın ilk kez kullanılması*.<sup>57</sup>

Ancak, 556 sayılı Markaların Korunması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname uyarınca sağlanan koruma, kararname hükümlerine uygun olarak tescil ile oluşur ve üçüncü kişilere sağlanacak koruma tescilin yayını tarihinden itibaren hüküm ifade eder.

---

<sup>55</sup> Garanti Markası ve Ortak Marka Teknik Yönetmeliğine İlişkin açıklamalar için bkz.KARAN, Dr.Hakan/ KILIÇ, Mehmet, **Markaların Korunması 556 sayılı KHK Şerhi ve İlgili Mevzuat**, Ankara 2004, s.451 vd.

<sup>56</sup> NOYAN, Erdal, **Marka Hukuku** 1.Basım, Ankara 2003, s.65 vd.

<sup>57</sup> CENGİZ, Dilek, **Türk Hukukunda İktibas veya İltibas Suretiyle Marka Hakkına Tecavüz**, İstanbul 1995, s.40



KHK' nin *Marka Hakkının Elde Edilmesi* başlıklı 6.maddesinde;

“ *Bu Kanun Hükmünde Kararname ile sağlanan marka koruması tescil yoluyla elde edilir.*” şeklinde ifade edilerek tescil ilkesi kabul edilmiştir.

556 sayılı KHK' nin 7.maddesi ile tescil edilemeyecek işaretler sayılmıştır ve bu madde ile tescilde öncelik ilkesi kabul edilmiştir. Bu ilkeye göre, marka olarak tescil edilmiş veya tescil için başvurusu yapılmış bir işaret, daha sonra aynı mal ve hizmet için üçüncü bir kişi tarafından tescil edilemez, eğer tescil edilecek olursa önceden markasını tescil ettiren marka hakkı sahibinin, sonradan yapılan tescil işlemini men etme hakkı vardır. Bu ilke, sadece tescil edilmiş ya da tescil başvurusu yapılmış işaretin aynısı olan işaretin tescilini men hakkı vermez, bununla birlikte, ayırt edilemeyecek kadar kendisi ile aynı olan işaretlerin de tescilinin veya tescil başvurusunun reddini sağlar.<sup>58</sup>

Yukarıda da belirtildiği üzere KHK' nin 7.maddesi ile marka olarak tescil edilemeyecek işaretler sayılmıştır. KHK 7.maddesinde sayılan haller marka tescil taleplerinin mutlak red nedenleri iken, 8.maddede marka tescilinin reddi için nisbi red nedenleri - itiraza bağlı red nedenleri- düzenlenmiştir. Mutlak red nedenleri, herhangi bir ayırt etme gücü bulunmayan veya ticaret alanında herkesin kullanımına açık tutulması gereken işaretler ile halkı yanıltan, kamu düzenine, dini değerlere ve genel ahlaka aykırı düşen markaların tescil edilmesini önlemeye yöneliktir. Açıklanan yönleriyle mutlak red nedenleri toplumun çıkarlarıyla yakından ilgili olup

---

<sup>58</sup> MERAN, Necati, **Marka Hakları ve Korunması**, Ankara 2004, s.34

bu nedenle Türk Patent Enstitüsü tarafından resen dikkate alınır. Buna mukabil nisbi red nedenleri, marka olarak tescil ettirmek istenen işaret üzerinde tescil başvurusundan önce hak kazanmış kişilerin hakkını korumaya yöneliktir ve bu nedenle de, daha önceden tescil edilmiş ya da tescili için başvuru yapılmış marka hakkı sahibinin itirazı üzerine incelenir.<sup>59</sup>

Esasa ilişkin bu şartların sağlanmasının ardından marka tescilinin başvurusu yapılabilir. 556 sayılı KHK' nin 23.maddesi ile başvuruya ilişkin hükümler düzenlenmiştir. Buna göre, KHK' nin 3.maddesinde sayılan marka korumasından yararlanabilecek kişiler kendileri veya marka vekilleri aracılığı ile KHK' nin 23.maddesinde sayılan tescil için gerekli belgeleri Türk Patent Enstitüsü' ne vermek suretiyle başvuruyu yapmış olurlar.

### **c)Marka Sahibinin Hak Ve Yükümlülükleri:**

#### **aa-Hakları:**

Tescilli markayı kullanma hakkı marka sahibine aittir ve bu nedenle markanın sahibi tarafından kullanılması gerekir.KHK 14/II-c bendi uyarınca, markanın, marka sahibinin izniyle üçüncü kişilerce kullanılması da, marka sahibine ait kullanma hak ve yükümlülüğünün yerine getirilmiş olduğunu gösterir.<sup>60</sup> Dolayısıyla, marka sahibi bu hakkına dayanarak, kendisinden izin alınmadan markasının başkası tarafından kullanılmasını engelleyebilir.

---

<sup>59</sup> ARKAN, Prof.Dr.Sabih, **Marka Hukuku**, Cilt I, s.71 vd.

<sup>60</sup> ARKAN, Prof.Dr.Sabih, **Marka Hukuku**, Cilt II, Ankara 1998, s.152

Marka tescilinden doğan hakların kapsamı KHK' nin 9.maddesinde hükme bağlanmış olduğundan<sup>61</sup>, marka sahibi, KHK'nın 9/1.maddesine dayanarak ;

- tescil kapsamına giren *aynı mal ve hizmetlerle* ilgili olarak tescilli marka ile *aynı* olan herhangi bir işaretin ,
- tescilli bir marka ile *aynı veya benzer* olan ve tescilli markanın kapsadığı mal veya hizmetlerin *aynı veya benzeri mal ve hizmetleri* kapsayan ve bu nedenle halk üzerinde karıştırılması ihtimali olan bir işaretin,
- tescilli marka ile *aynı veya benzer* olan ve tescilli markanın kapsamına giren mal veya hizmetlerle *benzer olmayan mal ve hizmetlerde* kullanılan ve tescilli markanın itibarından dolayı haksız avantaj elde edecek veya tescilli markanın ayırt edici karakterine zarar verecek nitelikteki bir işaretin,<sup>62</sup>

kendisinden izin alınmadan kullanılmasının yasaklanmasını talep edebilir. <sup>63</sup>

Sayılan hallerde marka sahibi, ilgili işaretin, mal veya ambalajı üzerine konulmasını, işaretini taşıyan malın piyasaya sürülmesini ve bu amaçla

---

<sup>61</sup> Marka hakkına tecavüz oluşturan fiiller, 556 sayılı KHK' nin 61.maddesinde sayılmıştır.Söz konusu maddede, öncelikle KHK' nin 9.maddesine aykırı davranışların tecavüz oluşturacağı belirtilmiş (a bendi) , sonra da diğer tecavüz fiilleri ( b-f bentleri) hükme bağlanmıştır.KHK' da yapılan bu düzenleme sakıncalara neden olabilecek niteliktedir.Ayrıntılı bilgi için bkz. ARKAN, Prof.Dr.Sabih, **Marka Hukuku**, Cilt II, Ankara 1998, s.209 vd.

<sup>62</sup> Burada, belli bir itibara sahip olan tanınmış tescilli markalar söz konusudur.Böylece tanınmış markaların sahiplerine geniş bir koruma sağlanmış ve bunların ya da benzeri işaretlerin farklı mal veya hizmetlerde kullanılması da, tanınmış marka sahibinin iznine bağlanmıştır.

<sup>63</sup> ARKAN, Prof.Dr.Sabih, **Ticari İşletme Hukuku**, Ankara 1999, s.269

stoklanmasını veya o işaret altında hizmet sunulmasını, işareti taşıyan malın ithal veya ihracını, işaretin işletmenin iş evrakı ve reklamlarında kullanılmasını yasaklayabilir. Markayı taşıyan mallar, marka sahibinin izni olmadan piyasaya sürülmüşse, marka sahibi, KHK m.9 uyarınca bu kullanımı yasaklama hakkına sahiptir. Marka sahibi, markasını taşıyan malların kendi izni ile piyasaya sunulmasından sonra üçüncü kişiler tarafından değiştirilerek veya kötüleştirilerek ticari amaçla kullanılmasını da önlemeye yetkilidir. (556 sayılı KHK m.13).

Tescilli marka sahibi, üçüncü kişilerin, dürüstçe ve ticari-sınai konularıyla ilgili olmak üzere ad ve adreslerini, mal veya hizmetlerle ilgili, cins, kalite, miktar, kullanım amacını gösteren açıklamaları kullanmasına ise engel olamaz.

Markanın sağladığı haklar ancak, marka tescilinin yayınlanması ile birlikte hüküm ifade eder.(KHK.m.9/son) Marka hakkının tecavüze uğradığına ve 556 sayılı KHK hükümleri ile korunması talep edildiğinde, mahkeme, tescil yayınlanmadan önce, iddianın geçerliliğine ilişkin bir karar veremez. Çünkü, henüz tescil edilmesine karar verilmiş bir marka hakkı yoktur ve bu durumda mahkemenin tescil başvurusunun sonuçlanmasını beklemesi gerekir.

#### **bb-Yükümlülükleri:**

Marka sahibi, tescil ettirdiği markasını aralıksız kullanmakla yükümlüdür. Markanın kullanılması, öncelikle markanın mal veya ambalajı üzerine konulmasını ifade eder.

Markanın tescil tarihinden itibaren 5 yıl içinde haklı bir neden olmadan kullanılmaması ya da bu kullanıma 5 yıllık bir süre için ara verilmesi halinde, marka, KHK m.14/1 uyarınca iptal edilir. Markanın, mutlaka marka sahibi tarafından kullanılması gerekmez. Marka, sahibinin izni ile bir başkası tarafından da kullanılabilir.<sup>64</sup> Ayrıca belirtmelidir ki, Türkiye’de tescil edilmiş bir marka yönünden kullanmanın Türkiye sınırları içinde gerçekleşmiş olması da gerekmektedir. Gerçi KHK 14.maddesinde, markanın Türkiye sınırları içinde kullanılmasından açıkça söz edilmemektedir. Ancak gerek tescille kazanılan marka hakkının niteliği, gerek sadece ihraç edilecek mallara markanın konulmasının da kullanma sayılacağına ilişkin ayırık hüküm, kural olarak Türkiye sınırları içinde kullanımın mevzuata uygun kabul edilebileceğini göstermektedir.<sup>65</sup>

Markanın internette alan adı ve mal ve hizmet arzında kullanımının, KHK m.14 anlamında markayı kullanma olarak sayılıp sayılmayacağı incelenmelidir. Bu davranış markadan ciddi olarak ülke içinde yararlanma olarak kabul edilirse, marka sahibi markasını kullanma külfetini herhangi bir devletteki sunucu üzerinde dünya çapında çağrılabilir bir İnternet programında kullanmak suretiyle yerine getirebilecektir. İnternette markayı taşıyan malların tanıtımı yapılabilir ve arz eden bu malların teslimi için ehil ve hazır olduğunu bildirilebilir. Mal ile marka arasında fiili bağlantının kurulması mümkün ise, bu davranış tek başına markayı kullanma olarak yeterli sayılamaz; malın markasının sadece İnterneteki web sayfasında görüntülenmesi olağan değildir. Bu nedenle markasını ayrıca mal üzerinde

---

<sup>64</sup> ARKAN, Prof.Dr.Sabih, **Ticari İşletme Hukuku**, Ankara 1999, s.271

<sup>65</sup> EROĞLU, Yrd.Doç.Dr.Sevilay, **Marka Hakkını Kurucu ve Koruyucu Olarak İnternette İşaretten Yararlanma**, Kemal OĞUZMAN’ a Armağan, İstanbul 2002, s.477

kullanmayıp, sadece İnternette markalı malların tanıtımı, markadan hakkı koruyucu yararlanma değildir. Bir İnternet programında üretici veya satıcının markayla donatılan mallarının görüntülenmesi, benzer bir biçimde mal ticaretinin hazırlığına yarayan bir prospektüste onun görüntülenmesine benzer. Fakat bu görüntüleme yararlanma için gerekli olan mal veya hizmetin marka sahibi tarafından markayla donatılması yerine geçmez. Zira burada mal ile marka arasında maddi, cismani bağlantının kurulması imkansızdır.<sup>66</sup>

Hizmet markasını kullanmaya ilişkin koşullar ticaret markasında olduğu gibi sert olmamalıdır. Çünkü marka hakkı, ekonomik edimi korumalıdır. Bu sebeple, sadece, İnternet üzerinden getirilen hizmet edimlerine hizmet arz edenin İnternet arzında marka ve hizmet edimi arasında bağlantının hakkı koruyucu kullanma olarak sayılmaması yoluyla fiilen marka korumasından çıkarmak için sebep yoktur.

#### **d) Marka Hakkının Korunması:**

##### **aa-Genel Olarak:**

Marka hukukunun temel amacı, marka sahiplerini rakiplerin rekabetine karşı korumaktır. Bu nedenle marka hukuku, haksız rekabet hukukunun bir dalı olarak ele alınmakta ve marka sahibinin haksız rekabete ilişkin hükümler çerçevesinde de korunabileceği kabul edilmektedir. Markaların haksız rekabet hükümlerine göre

---

<sup>66</sup> EROĞLU, Yrd.Doç.Dr.Sevilay, **Marka Hakkını Kurucu ve Koruyucu Olarak İnternette İşaretten Yararlanma**, Kemal OĞUZMAN' a Armağan, İstanbul 2002, s.477-478

korunması, markanın tescil edilmemiş olması halinde önem arz eder. Tescilli marka sahibi ise, 556 sayılı KHK hükümlerine göre özel olarak korunur. Ancak, bu durum, tescilli marka sahibinin haksız rekabet hakkındaki genel hükümlere dayanmasına engel teşkil etmez.<sup>67</sup>

Haksız rekabet konusunda genel hüküm olan Türk Ticaret Kanunu'nun 56 vd. Maddeleri, marka hakkının genel hükümler dahilinde korunmasıdır. Başkasının marka, işletme adını veya ticaret unvanını alan adı olarak kullanmak da TTK m.57/5 de düzenlenen iltibas haline dahil edilebilir.

*Madde 57/ 5 : “Başkasının emtiası, iş mahsulleri, faaliyeti veya ticari işletmesiyle iltibaslar meydana getirmeye çalışmak veya buna müsait bulunan tedbirlere başvurmak, hususiyile başkasının haklı olarak kullandığı ad, unvan, marka, işaret gibi tanıtma vasıtalarıyla iltibasa meydan verebilecek surette ad, unvan, marka, işaret gibi tanıtma vasıtaları kullanmak veyahut iltibasa meydan veren malları, durumu bilerek veya bilmeyerek, satışa arz etmek veya şahsi ihtiyaçtan başka her ne sebeple olursa olsun elinde bulundurmak” haksız rekabet teşkil eder.*

Burada söz konusu olan başkalarının haklı olarak kullandığı ad, unvan , marka, işaret gibi tanıtma vasıtalarıyla iltibasa meydan verebilecek şekilde alan adı kullanmak halidir. Ancak, İnternet ortamında ün kazanmış pek çok özgün alan adı vardır ve hukuki niteliği itibariyle ayırt edici ad ve işaret olarak tespit edilen alan

---

<sup>67</sup> ARKAN, Prof.Dr.Sabih, **Ticari İşletme Hukuku**, Ankara 1999, s.279

adlarının, başkaları tarafından iltibasa meydan verecek şekilde marka, ticaret ünvanı, işletme adı gibi tanıtma vasıtası olarak kullanılması da iltibas teşkil eder. Bu durumda da, TTK m.57/5 uyarınca alan adlarının haksız rekabet hükümlerine göre korunması söz konusu olur.<sup>68</sup>

### **bb-556 sayılı KHK Hükümlerine Göre Koruma:**

Markaların korunmasında göz önünde tutulan en önemli hususlardan biri de mal veya hizmetin niteliğidir. Markanın sahibine sağlayacağı hakkın kapsamının ve sınırlarının ne olacağı sorularının cevaplarını öğrenebilmek için öncelikle markanın tescil edildiği mal veya hizmetin niteliğini bilmek ve markaya tescil makamlarının tanıdığı olduğu hakkın kapsamını bilmek gerekir.<sup>69</sup>

Başkalarının haklı olarak kullandıkları ve Markalar Siciline kayıtlı markaların korunması hakkında 556 sayılı KHK'nin marka hakkına tecavüzü düzenleyen hükümleri mevcuttur. 556 sayılı KHK'nin 61.maddesinde marka hakkına tecavüz sayılan durumlar gösterilmiştir. İnternet alan adlarının kullanılması yoluyla marka hakkının ihlali açısından önem taşıyan hüküm de, 61.maddenin (a) bendindeki atf ile, 9.maddenin 2.fıkrasıdır. Bu fıkraya göre, markanın aynısı veya benzeri bir işaretin, aynı veya benzer mal ve hizmetler bakımından,

---

<sup>68</sup> NOMER, Yrd.Doç.Dr.Fusun, **İnternet Alan Adının Hukuki Niteliği ve Marka ve Ticaret Ünvanı Gibi Ayırt Edici Ad ve İşaretler ile Arasında Benzerlik Bulunması Sebebiyle Doğabilecek Hukuki Sorunlar**, Hayri DOMANIÇ'e Armağan, İstanbul 2001, s.407

<sup>69</sup> ŞANAL, Osman, **Markanın Hükümsüzlüğü**, Ankara 2004, s.74



- Mal veya ambalaj üzerine konması
- İşareti taşıyan malın piyasaya sürülmesi veya stoklanması
- İşareti taşıyan malın ithali veya ihracı
- İşaretin teşebbüsün iş evrakı ve reklamlarda kullanılması marka hakkına tecavüz teşkil etmektedir.

Tanınmış markalar bakımından markanın aynısının veya benzerinin farklı mal ve hizmet için kullanılması da tecavüz oluşturan bir durumdur.(m.9/1,c)<sup>70</sup>

Hakkı tecavüze uğrayan marka sahibinin açabileceği hukuk davaları (KHK m.62),

- Marka hakkına tecavüz oluşturan fiillerin durdurulması için *men davası* ,
- Tecavüzdten önceki durumun sağlanması için *ref davası* ,
- Tecavüz oluşturan olayların tespiti için *tespit davasıdır*.

KHK m.76 gereği, dava açılıncaya veya sona erinceye kadar tecavüzün geçici olarak önlenmesi için *ihtiyati tedbir* de talep edilebilir. Marka hakkına tecavüzün neden olduğu zararların giderimi için de *tazminat davası* açılabilir. Ayrıca, marka hakkına tecavüz nedeniyle açılan dava sonucunda haklı çıkan taraf, haklı bir sebebin veya menfaatinin bulunması halinde masrafları karşı tarafa ait olmak üzere

---

<sup>70</sup> NOMER, Yrd.Doç.Dr.Füsün, **İnternet Alan Adının Hukuki Niteliği ve Marka ve Ticaret Ünvanı Gibi Ayırt Edici Ad ve İşaretler ile Arasında Benzerlik Bulunması Sebebiyle Doğabilecek Hukuki Sorunlar**, Hayri DOMANIÇ'e Armağan, İstanbul 2001, s.408

kesinleşmiş kararın günlük gazete veya benzeri vasıtalarla *ilan edilmesini* de talep edebilir.<sup>71</sup>

---

<sup>71</sup> ARKAN, Prof.Dr.Sabih, **Ticari İşletme Hukuku**, Ankara 1999, s.280-283

## BÖLÜM III

### A)TESCİLLİ MARKANIN ÜÇÜNCÜ KİŞİ TARAFINDAN ALAN ADI OLARAK KULLANILMASI

#### a) Genel Olarak :

Büyükükleri fark etmeksizin bir çok firma ürünlerini ve hizmetlerini pazarlamak, tanıtım yapmak, müşteri potansiyelini arttırmak için interneti kullanmakta, resmi ya da resmi olmayan organizasyonların, firmaların ve hatta kişilerin birer web sayfası ve web sayfalarının yer aldığı alan adları olmaktadır. Kişi veya kuruluşlar tabii olarak alan adlarını alırken, isimleri, markaları veya markaları kadar onları tanımlayan firma adları, kişi adları ve soyadları ile bağitlandırmışlar ve böylelikle de alan adları bir fikri ve şahsi hakka, haksız kullanımları tecavüze, bu konudaki uyuşmazlıklar da “alan adı ihlalleri” ne dönüşmüştür. Tam bu aşamada, fikri ve sınai haklar, hak sahipliği, kötü niyetli tescilin iptali devreye girmiştir. Alan adlarının sınai hak kapsamında yer aldığı ve marka hakkı sahipliğinin şartlarına yukarıda değinmiş olduğumuzdan, burada kötü niyetli tescil, hak ihlalleri ve tecavüzün hukuki sonuçları üzerinde duracağız.

Uyuşmazlıklara konu olan tescillerin her birinin kötü niyetli tescil olduğunu söyleyemesek de, önemli bir bölümünde bu unsur kendisini göstermektedir. Özellikle tanınmış markalar, şirket isimleri ve ünlü insanların ad ve soyadlarını

içeren alan adlarına yönelik tescillerde kötü niyetli tescil amacı mevcut olmaktadır.<sup>72</sup> Özellikle, başkasına ait bir markanın satmak amacıyla alan adı olarak tescil ettirilmesi tüm dünyada tartışmasız olarak marka tecavüzü ve haksız rekabet olarak kabul edilmektedir. Pek çok tanınmış markayı hak sahibi olmadığı halde kendi adına alan adı olarak tescil ettiren ve *uzay korsanı* olarak adlandırılan bu kişiler, marka sahiplerinin işlerini ve markalarının itibarını ciddi ölçüde tehdit etmektedir. Uzay korsanları, her şeyden önce, marka sahibinin markasını alan adı olarak kullanılmasına engel olmaktadır.Hatta bazı durumlarda uzay korsanları, alan adını porno veya benzeri ahlaka aykırı içerikte sitelerde kullanmakta ve markanın itibarını ciddi ölçüde zedelemektedir.<sup>73</sup>

Alan adlarına ilişkin herhangi bir hukuki düzenleme mevcut olmadığından, bu tip ihtilafların çözümlenmesinde mevcut kanunlarda bulunan ilgili hükümlerden faydalanılabilir.

Alan adları ile markalar arasında vücut bulan sorunların kaynağında ‘*marka tescil sistemi*’ ile ‘*alan adı tescil sistemi*’ arasında bir bağlantının ve paralelliğin olmamasıdır. Marka tescili, genel olarak coğrafi alan bazında bir kamu kurumu tarafından yürütülmekte iken, alan adlarının dağıtımı herhangi bir fonksiyonel sınırlama olmaksızın kamu kurumu dışında bir kurum tarafından yürütülmektedir. Tescil sistemindeki bu uyumsuzluk, markaların hakkı olmayan üçüncü kişiler

---

<sup>72</sup> [www.istanbulpatent.com.tr](http://www.istanbulpatent.com.tr) (09.12.2005)

<sup>73</sup> ÜNLÜ, Av.Selma Toplu, **Domain Names (İnternet Alan Adları) İnternet Üzerinde Marka Tecavüzü ve Haksız Rekabet**, [www.mehmetgun.com.tr/Domain\\_names.htm](http://www.mehmetgun.com.tr/Domain_names.htm) (29.11.2005)

tarafından haksız kullanılabilmesi imkanını (cybersquatting)<sup>74</sup> ortaya çıkarmıştır.<sup>75</sup> Bu noktada, adrese haksız surette sahip olan kişinin başka bir kişi adına *tescilli olan bir markayı* internet adresi olarak alması gündeme gelmektedir.

Tescilli marka grubuna, Türk Patent Enstitüsü'nde tescil edilmiş markalar ile Paris Sözleşmesi veya Dünya Ticaret Örgütü Kuruluş Anlaşması hükümleri uyarınca markaları tescil edilmiş veya tanınan ticari markalar ile hizmet markaları girer. Ayrıca, uluslar arası alanda ve anglo-sakson hukukunda tescil edilmemiş markaların korunması da söz konusudur. Türk hukukunda da, Markaların Korunması Hakkında KHK'nin 6.maddesine göre, marka hakkının bu KHK hükümlerine göre korunabilmesi için tescil edilmiş olması şartı aranmaktadır. Ancak, bazı şartların varlığı halinde tescil edilmemiş markaların da 556 sayılı KHK'nin 8/3.maddesine göre korunması söz konusu olabilmektedir. Öyle ki, henüz tescil edilmemiş markanın toplumda ulaştığı tanınmışlık düzeyi nedeniyle haksız bir yararın sağlanabileceği, markanın itibarına zarar verebileceği veya markanın ayırt edici karakterini zedeleyici sonuçlar doğurabileceği durumda, farklı mal ve hizmetler de kullanılacak bile olsa bu markanın tescili iptal edilebilir.

556 sayılı KHK m.9/2' de marka hakkının ihlalden söz edilebilmesi için, marka olarak tescil olunan işaretin aynısının veya benzerinin markasal olarak

---

<sup>74</sup> Domain Grabbing veya Cybersquatting, domain tescilinde bulunan kişinin, başkasına ait marka, isim, ticaret unvanı, işletme adı ve vb., ilerde gerçek hak sahibine çok yüklü bir meblağ karşılığında satmak amacıyla, internet alan adı olarak kendi adına tescilini yaptırmasıdır.

<sup>75</sup> MEMİŞ, Yrd.DoçDr.Tekin, **İnternet Cins ve Meslek İsimlerinin Alan İsmi Olarak Kullanılması Ve Ortaya Çıkan Hukuki Sorunlar**, AÜEHFD, C.IV, S.1-2, Ankara 2000, s.468

kullanılması zorunlu değildir. Bunun sonucu olarak da, alan adı vasıtasıyla marka hakkının ihlali de mümkün hale gelmiştir.

Alan adları ile markalar arasındaki ihtilaflarda bir değerlendirme yapılırken öncelikle göz önünde bulundurulması gereken bazı tespitler vardır;

- Alan adı bir marka değildir.
- Alan adı internette kullanılan ve web sayfalarına ulaşmada ve birbirinden ayırmada kullanılan bir elektronik adrestir.
- Her alan adından dünyada yalnızca bir tane bulunmaktadır.

Dolayısıyla, alan adı kaydı yaptıran kimse bir marka tescil ettirmemekte, sadece sanal ortamda bir elektronik adres almakta ve bu adreste verilerini sunma imkanı elde etmektedir.<sup>76</sup>

Tescilli bir markanın sahibine sağladığı haklar 556 sayılı Markaların Korunması Hakkında KHK'nin 9.maddesinde düzenlenmiştir. Bu maddede belirtilen hallerde, marka sahibinin izni alınmadan markasının kullanılmasının önlenmesini talep etme hakkı vardır. Yani, tescil edilmiş olan markaların hak sahibinden başka kişiler tarafından alan adı olarak kullanılması, KHK'nin 9.maddesi ile engellenebilir. Bu maddede belirtilen haller, marka hakkını ihlal eden kullanım biçimlerini örnek

---

<sup>76</sup> MEMİŞ, Yrd.Doç.Dr.Tekin, **İnternet Ortamında Haksız Rekabet Halleri ve Türk Hukuku**, İnternet ve Hukuk, Bilişim Hukuku Üzerine Yazılar, ( Derleyen: Yrd.Doç.Dr.Yeşim ATAMER), İstanbul Ocak 2004, s.116

kabilinden saymıştır. Ancak, doğaldır ki, KHK’de doğrudan markaların alan adı olarak kullanılmasına ile ilgili bir düzenleme bulunmamaktadır.

Alan adının bir marka olmadığını belirtmiş olsak da, KHK’nin 9.maddesi bağlamında, marka hakkının ihlalden söz edilebilmesi için marka olarak tescil olunan işaretin aynısının ya da itibas yaratacak kadar benzerinin *markasal* olarak kullanımının gerekli bir unsur olarak aranıp aranmayacağı tartışmalıdır. Ancak, alan adları marka olarak kabul edilmeseler bile, ayırt edici işaret-tanıtma vasıtası oldukları konusunda artık herhangi bir tereddüt bulunmadığından, marka hakkının ihlalinin tespitinde, alan adlarının markasal kullanımı zorunluluğu aranmamaktadır.

KHK’nin 9.maddesinin 2.fikrasının d bendi uyarınca, “işaretin, teşebbüsün iş evrakı ve reklamlarda kullanılmasının”, birinci fıkra uyarınca yasaklanabileceği hükme bağlanmıştır ve bu surette markanın üçüncü kişilerce sadece marka olarak değil, aynı zamanda farklı bir teşebbüsün iş evrakı ve reklamlarında kullanılması da tecavüz oluşturan eylemlere örnek sayılmıştır. Çünkü alan adı altında kurulan internet sitesi ile şirketlerin asıl amacı, kendi ticari faaliyetlerini gerçekleştirmek, mal ve hizmetlerinin tanıtımını yapmaktır.<sup>77</sup>

Özetleyecek olursak, 556 sayılı KHK’nin getirmiş olduğu düzende, tescilli bir markanın aynısının veya benzerinin, üçüncü kişilerce genel olarak ticari yaşamda kullanılması, marka hakkına tecavüz olarak nitelendirilebilecektir. Ölçü olarak, markanın genel ticari yaşamda kullanılmasını göz önünde bulunduracak olursak,

---

<sup>77</sup> MEMİŞ, Yrd.DoçDr.Tekin, **Alan İsmi Etrafında Ortaya Çıkan Hukuki Sorunlar**, <http://www.teknoturk.org/docking/yazilar/tt000116-yazi.htm> (04.01.2006)

internette web sitesi açmak, işletme faaliyetlerini bu sitede yürütmek, işletme ilgili reklamlarda ve yazışmalarda internet alan adını göstermek doğrudan ticari yaşamın bir parçasıdır.<sup>78</sup>

Markaların Korunması Hakkında KHK'yi alan adlarına ilişkin ihtilaflara da uygulamak isterken, markalar ve alan adları arasında doğabilecek ihtilafların markalar arasında doğabilecek ihtilaflardan birkaç noktada farklı olduğunu unutmamak gerekir. Şöyle ki, aynı veya benzer markalar aynı mal ve hizmetler için kullanılmadıkları sürece (tanınmış markalar hakkında getirilen istisna dışında) üçüncü kişilerce kullanılabilir. Ancak alan adlarının bloke edici etkisi nedeniyle, birden fazla kullanılmaları imkansızdır. Özellikle iltibasa mahal verme olgusunun markalar ve alan adları ihtilaflarına yansması da farklıdır. Zira, alan adındaki bir harflik değişiklik dahi, alan adının bloke edici etkisini ortadan kaldırmaktadır. Kaldı ki, belli bir internet kullanıcısının girmek istediği adresin yazılışını tahmin etmesi halinde dahi klasik marka hukukunda olduğu gibi, müşteri, iltibas yaratan marka yüzünden aynı mal veya hizmete yönelmemektedir. Sayfa ekran üzerinde görüntülenmeden, bunun kullanıcı üzerinde karıştırmaya mahal verici bir etki yarattığından bahsedilemeyecektir. Kullanıcı siteyi gördükten sonra yanılığını anlayacak, ya bu siteden çıkacak ya da ulaşmak istediği siteyi bulmak için diğer yöntemleri (arama motorlarını) deneyecektir. Ancak hiçbir zaman yadsınamayacak olan diğer bir ihtimal ise, kullanıcı yanlış web sitesine girdiğinde, bu sitede sunulan mal ve hizmetleri, aradığı mal ve hizmetlerden ayrı olduğunu bildiği halde

---

<sup>78</sup> NOMER, Yrd.Doç.Dr.Füsun, **İnternet Alan Adının Hukuki Niteliği ve Marka ve Ticaret Ünvanı Gibi Ayırt Edici Ad ve İşaretler ile Arasında Benzerlik Bulunması Sebebiyle Doğabilecek Hukuki Sorunlar**, Hayri DOMANIÇ'e Armağan, İstanbul 2001, s.409



beğenmesi ve bunları satın almayı tercih etmesidir. Bu durumda, üçüncü kişi tescil ettirdiği alan adıyla iltibasa yol açarak haksız kazanç elde etmiş olmaktadır ve dolayısıyla da tescilli marka sahibinin markası başkasının ticari amaçlarına hizmet etmiş olmaktadır. Çünkü, tescilli marka ile aynı veya benzer alan adı, müşterinin karıştırmaya ve alan adı sahibinin bu karıştırma nedeniyle gelir sağlamasına yol açmıştır.<sup>79</sup>

Aynı konuda farklı bir duruma göre ise, ikincil düzey alan adının aynı olması ancak üst düzey alan adları arasında fark olması halinde ihtilafın nasıl çözüleceğidir. Bu konuda doktrinde yer alan bir görüşe göre, orta yetenekteki bir internet kullanıcısı üst düzey alan adları arasında farkı anlayabilecek kapasitededir ve farklı üst düzey alan adları altında aynı veya benzer bir ismin alan adı olarak kullanılması halinde iltibas ihtimalinden söz edilemeyecektir. Buna göre, markalar esas ve yardımcı unsurlar olmak üzere iki kısımdan oluşmaktadır. Markanın aynen kullanımına karar verilirken, esas unsurların dikkate alınması gerekir ve bir markanın esas unsuru o markayı benzerlerinden ayırt etmeye yarayan unsurdur. Bir markanın aynı veya benzerinin kullanıldığı tespitinde esas unsuru oluşturan şekil veya kelimenin aynısının veya benzerinin kullanımı dikkate alınır. Örneğin, İstanbul Ticaret Odası'nın alan adı "www.ito.org.tr" iken, kilit marka olan "ito" nun alan adı "www.ito.com" dur. Burada iki alan adı arasında ayırıcı unsur olan üst düzey alan adları 'com' ve 'org' markanın ya farklı ya da benzer kullanımı olarak kabul edilecektir. Bir alan adından sadece bir tane alınabilirken, farklı düzey alan adları altında aynı ismin kullanımı mümkündür. Örnekte de yer aldığı gibi, "ito"

---

<sup>79</sup> ARIKAN, Av.Fahri Murat, **Markaların Alan Adlarına Karşı Korunması**, İBD(2000), Cilt 74, sayı 7-8-9, s.784 vd.

isminin hem ‘com’ hem de ‘org’ üst düzey alan adları ile kaydı yapılabilmektedir. Her iki alan adının birbirinden teknik olarak ayrılabilmesi halini dayanak alan bu görüşe göre, her iki alan adını alan kimselerin de bu alan adlarını almaya hakkı vardır ve farklı üst düzey alan adı altında aynı veya benzer bir ismin kullanılması halinde iltibasın varlığı söz konusu olmayacaktır. Markaların korunması hallerinde de bu ayırıcı üst düzey alan adlarının iltibasını engellediği kabul edilmelidir. Her ne kadar bunlar yardımcı unsurlar olarak kabul edilip, söz konusu markayı ferdileştirmekten uzak ve başka web adreslerinde sayısız bir şekilde kullanılmaktalarsa da, bu durum üst düzey alan adlarını anlamsız hale de getirmemelidir. Marka hukukunda kullanılan ve iltibasın varlığını tespit için başvuru alan “müşteri kitlesinin” yanılma riski olduğundan hareketle de bu fikre ulaşılmaktadır.<sup>80</sup>

Tescilli bir markanın alan adı olarak kullanılması halinde doğabilecek ihtilaflara ilişkin olarak tartışılan bir diğer husus da, alan adlarının 556 sayılı Markaların Korunması Hakkındaki KHK’nin 12. maddesi kapsamında mütalaa edilip edilmeyeceğidir.

*Madde 12: “Düüstçe ve ticari veya sanayi konularıyla ilgili olarak kullanılmaları koşuluyla üçüncü kişilerin, ad ve adresini, mal veya hizmetlerle ilgili cins, kalite, miktar, kullanım amacı, değer, coğrafi kaynak, üretim veya sunuluş zamanı veya diğer niteliklere ilişkin açıklamaları kullanmaları marka sahibi*

---

<sup>80</sup> MEMİŞ, Yrd.Doç.Dr.Tekin, **Alan İsmi Etrafında Ortaya Çıkan Hukuki Sorunlar**, <http://www.teknoturk.org/docking/yazilar/tt000116-yazi.htm> (04.01.2006)

*tarafından engellenemez .’’*

KHK'nin 12. maddesinin alan adları ile ilgili olarak yorumlanmasına ilişkin bir görüşe göre, kişi, tescilli bir marka ile iltibas yaratsa bile adının yer aldığı bir alan adını kullanmaya yetkili olmalıdır. Bu nedenledir ki, alan adı internet adresi niteliğinde olduğundan, KHK'nin 12. maddesi uygulamasına dahil edilmelidir.<sup>81</sup>

Bu görüşe karşılık diğer bir görüşe göre, ad ve adresin belirlenmesinde kişinin iradesinin rol oynamadığı, bunları kullanmanın bir zorunluluktan kaynaklandığı, alan adının ise sahibince serbestçe seçildiği gerekçesinden hareketle, KHK'nin 12.maddesinin alan adlarına uygulanmayacağı savunulmaktadır. Alan adlarının, tıpkı marka, ticaret unvanı, işletme adı gibi ayırt edici ad ve işaret olduğunu kabul edersek, internet adresi olma niteliğinden hareketle fiili bir zorunluluktan kaynaklanan adres kullanma hakkının kapsamına sokmamak ve bu nedenle de KHK'nin 12.maddesini uygulamamak doğru olacaktır.<sup>82</sup> Ancak, kişinin adından oluşan alan adı, KHK'nin 12.maddesi çerçevesinde dürüstçe ve ticari veya sanayi konularıyla ilgili olarak kullanıldığı sürece markaya tecavüzden söz etmek mümkün değildir. Zira, burada da nihai olarak KHK'nin 12.maddesi anlamında adın kullanımı söz konusu olacaktır. Bununla birlikte, kötüniyetle, özellikle tanınmış

---

<sup>81</sup> KIRCA, DoçDr.İsmail, **Tescilli Markanın Alan Adı Olarak Kullanılması**, Prof.Dr.Ömer Teoman'a 55.Yaş Günü Armağanı, İstanbul 2002, s.542. Marka tescilinden doğan hakların kapsamına istisna getiren 556 sayılı KHK'nin 12.maddesi hakkında ayrıntılı bilgi için bkz. KARAN, Dr.Hakan/ KILIÇ, Mehmet, **Markaların Korunması 556 sayılı KHK Şerhi ve İlgili Mevzuat**, Ankara 2004, s.283 vd.

<sup>82</sup> KIRCA, DoçDr.İsmail, **Tescilli Markanın Alan Adı Olarak Kullanılması**, Prof.Dr.Ömer Teoman'a 55.Yaş Günü Armağanı İstanbul 2002, s.543

<sup>82</sup> MEMİŞ, Yrd.DoçDr.Tekin, **Alan İsmi Etrafında Ortaya Çıkan Hukuki Sorunlar**, <http://www.teknoturk.org/docking/yazilar/tt000116-yazi.htm> (04.01.2006)

<sup>82</sup> ESİNOĞLU, Av. Birant, ayrıntılı bilgi için bkz.,[www.marmarapatent.com.tr](http://www.marmarapatent.com.tr)

markanın itibarından ve ayırt edici gücünden yararlanmak amacıyla alan adının kullanımı söz konusu ise, marka hakkına dayanılarak bu kullanımın engellenmesi mümkün olmalıdır.<sup>83</sup>

Sonuç olarak, alan adında yer alan ad<sup>84</sup> için, KHK' nin 12.maddesinin uygulanmaması gerekir. Zira, KHK' nin 12.maddesinde önemli olan, kişinin adını ticari ve sınai faaliyetlerinde dürüstçe kullanmasıdır. Bu da ancak, gerçek kişi tacirin ticaret unvanında adını kullanması zorunluluğu gibi hallerde söz konusu olur.<sup>85</sup> Buna karşılık, alan adında gerçek kişinin adına yer vermesi zorunlu olmadığından, KHK' nin 12.maddesinin uygulanmaması gerekir.

Alan adlarının bloke edici etkisi nedeniyle, tescil edilmiş olan bir markanın alan adı olarak kullanılması halinde bu markayı kullanan 3.kişinin tescilli markayla aynı ya da farklı mal ve hizmet sektörü için alan adını kullanıp kullanmadığının bir ayrımla incelenmesi gerekir.

---

<sup>83</sup> DİRİKKAN, Dr.Hanife, **Tanınmış Markanın Korunması**,Ankara 2003, s.297 vd.

<sup>84</sup> Bir şahsın adını kendi ticari ve sınai faaliyetlerinde kullanması, kişilik hukukundan doğan, sınırlanamayan ve bertaraf edilemeyen bir haktır.Herhangi bir kişinin tescilli markasının, başka bir kişinin adıyla aynı olması, kişinin adını kullanmasını engelleyemez.Hatta TTK' nun 43. maddesi bağlamında adın ticari faaliyetlerde kullanılması kanuni bir zorunluluk olarak ortaya çıkar.Markalar Hakkındaki KHK' da kullanılan “ad” ile kastedilen ad ve soyad ve bazı durumlarda da soyadı ve müstehar addir. Ayrıntılı bilgi için bkz. TEKİNALP, Prof.Dr.Ünal, **Markanın Üçüncü Kişi Tarafından Kullanılması**, Prof.Dr.Oğuz İMREGÜN' e Armağan, İstanbul 1998, s. 638.

<sup>85</sup> Ayrıntılı bilgi için bkz. ARKAN, Prof.Dr.Sabih,**Ticari İşletme Hukuku**, Ankara 1999, s.241

**aa- Aynı veya Benzeri Mal ve Hizmetler için Kullanılan Alan Adlarına Karşı  
Tescilli Markanın Korunması**

Girişimciler alan adı alırken kendi alanında belirli bir müşteri kitlesine ulaşmış olan bir markayı alan adı olarak seçebilmektedirler. Böyle bir alan adı seçmiş olan kimseler, bu markanın tanınmışlığından faydalanarak kendi mal ve hizmetlerini daha geniş alanlara duyurabilmektedirler. Ancak, bu durumda markayı kullanma hakkına sahip olan markayı adına tescil ettirmiş olan kimsenin ticari itibarı haksız olarak kullanılmakta, marka sahibinin markası için emeğin karşılığını bir başkası devşirmektedir. Ancak, örneğin, tescilli bir marka, bir şahsın sanat ürünlerini oluşturan bir web sayfasında bu alan adı altında sunması gibi ticari bir amaç dışında kullanılıyorsa ise 556 sayılı KHK hükümlerine dayanılarak koruma sağlanamayacaktır. Çünkü, 556 sayılı KHK'nin korumasından faydalanabilmenin ilk şartı markanın tescil edilmiş olması, diğeri ise markayı alan adı olarak seçmiş olan kimsenin ticari amaç yani kar elde etme gayesi taşımasıdır.<sup>86</sup>

Marka hakkına tecavülden söz edebilmek için, tescilli bir marka ile aynı veya benzer olan bir işaretin, tescilli markanın kapsadığı mal veya hizmetlerin aynı veya benzeri mal veya hizmetler için kullanılması gerekir. Tescilli bir markanın aynı veya benzerinin alan adı olarak kullanılması halinde iltibas tehlikesinin varlığını tespitite, alan adını kullanıldığı mal veya hizmetler konusunda da marka hukukunda geçerli kurallardan sapılması gerekmez. Yani, iltibasın belirlenmesinde, işaretlerin aynı veya benzer olması yanında mal ve hizmetlerin de aynı veya benzer olması şartından

---

<sup>86</sup> MEMİŞ, Yrd.DoçDr.Tekin, **Alan İsmi Etrafında Ortaya Çıkan Hukuki Sorunlar**, <http://www.teknoturk.org/docking/yazilar/tt000116-yazi.htm> (04.01.2006)

marka-alan adı uyuşmazlığında da vazgeçilemez. Örneğin, tekstil grubu için tescil edilmiş ABC markasının, başka bir firma tarafından gıda sektöründe kullanılmak üzere tescil edilmesi halinde, bu gıda firmasının tescilli markasını [www.abc.com.tr](http://www.abc.com.tr) şeklinde internet alan adı olarak kullanmasının önünde hiçbir engel yoktur. Tekstil firması her ne kadar markayı daha önce tescil ettirmiş olsa da, gıda firmasından daha sonra alan adı talebinde bulunduğu için artık, markanın yanına bir takım ilaveler yaparak kullanmak zorunda kalacaktır, [www.abctekstil.com.tr](http://www.abctekstil.com.tr) gibi. Dolayısıyla tekstil şirketinin, alan adını marka hakkı kapsamında engelleme imkanı bulunmamaktadır.Çünkü, markanın koruma kapsamı firmanın sektörel durumuyla sınırlı kalmaktadır ve diğer işletme başka bir alanda faaliyet göstermekle birlikte markasını da tescil ettirmiştir.<sup>87</sup>

### ***bb-Benzer Olmayan Mal ve Hizmetler için Kullanılan Alan Adlarına Karşı Tescilli Markanın Korunması***

Marka hukukunda, tescil edilmiş olan bir markanın, farklı iş kolunda faaliyet gösteren bir kimse tarafından alan adı olarak alınması halinde, kural olarak bir koruma mümkün değildir. Çünkü marka hukuku hükümlerine göre, benzer emtia sistemi hükümleri dolayısıyla farklı emtia için tescilli markanın aynı veya benzeri kullanılabilir. <sup>88</sup>

---

<sup>87</sup> MEMİŞ, Yrd.Doç.Dr.Tekin, **Alan İsmi Etrafında Ortaya Çıkan Hukuki Sorunlar**, <http://www.teknoturk.org/docking/yazilar/tt000116-yazi.htm> (04.01.2006)

<sup>88</sup> MEMİŞ, Yrd.Doç.Dr.Tekin, **Alan İsmi Etrafında Ortaya Çıkan Hukuki Sorunlar**, <http://www.teknoturk.org/docking/yazilar/tt000116-yazi.htm> (04.01.2006)

Ancak asıl önem arz eden husus, farklı iş kollarında faaliyet gösterebilir bile, sırf bir markanın tanınmışlığından istifade etmek için o marka alan adı olarak seçilmesi halidir. Türk hukukunda, bu hallere ilişkin olmak üzere, markanın tescil edildiği emtiadan başka mal ve hizmetlerde korunması mümkündür. *KHK m.9/1c 'de "Tescilli marka ile aynı veya benzer olan ve tescilli markanın kapsamına giren mal ve hizmetlerle benzer olmayan mal ve hizmetlerde kullanılması"* halinde şartları varsa marka sahibi markasının korunmasını talep edebilecektir. Bu şartlar, tescilli markanın itibarından dolayı haksız avantaj elde edilmesi veya tescilli markanın ayırt edici karakterine zarar verici nitelikte bir işaretin kullanılmasıdır. Burada kanun koyucu, tescilli bir markanın başka bir emtia üzerinde kullanılması halinde de koruma sağlamak istemiştir.

Alman Hukukunda farklı branşlarda faaliyet gösteren şirketlerin tescilli bir markayı kullanması halinde ne Markalar Kanunu hükümlerinin ne de haksız rekabete ilişkin hükümlerin uygulanamayacağı belirtilmektedir. Çünkü Markalar Kanunu'na göre, bir markanın korumadan yararlanabilmesi için, markanın aynısının veya benzerinin benzer mal veya hizmetler için kullanılması gerekmektedir. Bazı mahkeme kararlarına göre, alan adı kullanıcılarından her biri, bu ad üzerinde her hangi bir hakka sahipse, bu takdirde "ilk gelen alır" kuralı gereği alan adı sahibine öncelik tanınacaktır. Ancak alan adı sahibi, bu ad üzerinde her hangi bir hak sahibi değilse bu takdirde bile her zaman marka hakkı sahibi korunmayabilir ve marka

sahibi ya başka eklerle alan adını kullanabilir ya da alan adını satın almaktan başka bir yolu kalmayabilir.<sup>89</sup>

**Tanınmış markanın** internette kullanılması durumunda, markaya tecavüz olup olmayacağı üzerinde de durmak gerekir. İnternette tanınmış marka kullanımı, alan adı, internet programının işareti, internette reklam, markalı mal veya hizmetlerin arzında söz konusu olabilir. Marka, bir başka kişi tarafından, mal veya hizmet arzında, mal ile bağlantılı olarak reklamında veya internet programının işareti olarak kullanıldığı takdirde, markaya tecavüz yönünden markaya özgü kullanmanın gerekli olduğunun kabul edilmesi durumunda dahi markaya tecavüz söz konusudur. Zira, bu durumda, markayı kullanan kişi kendi mal veya hizmetinin kökenini göstermek amacıyla ve muhatapların bu işareti marka olarak algılayabileceği biçimde kullanmaktadır. Dolayısıyla, tanınmış markayı kullanmak suretiyle, özellikle internet üzerinden mal veya hizmetlerin sunulabileceğinin teklif edilmesi, reklam yapılması durumunda markaya tecavüz söz konusudur ve tanınmış marka sahibi tarafından yasaklanabilmesi gerekir. Bu çerçevede, üçüncü kişinin, tanınmış markayı internette itibarını veya ayırt edici gücünü istismar edecek veya zarar verebilecek nitelikte kullanması durumunda, 556 sayılı KHK' nin tanınmış markanın korunması yönünden aradığı koşullar gerçekleşmiş olacaktır.<sup>90</sup> Çünkü, bir işletmenin, başkasına ait tanınmış markayı alan adı olarak kullanması sonucu bu işletmenin sayfasına ulaşılması durumunda, hem markaya özgü kullanım hem de itibarın istismarı suretiyle markaya tecavüz söz konusudur. Zira, üçüncü kişi bu durumda tanınmış

---

<sup>89</sup> MEMİŞ, Yrd.Doç.Dr.Tekin, **Alan İsmi Etrafında Ortaya Çıkan Hukuki Sorunlar**, <http://www.teknoturk.org/docking/yazilar/tt000116-yazi.htm> (04.01.2006)

<sup>90</sup> DİRİKKAN, Dr.Hanife, **Tanınmış Markanın Korunması**,Ankara 2003, s.296 vd.



markanın ekonomik değerinden, reklam etkisi ve cezbedici niteliğinden faydalanmaktadır.<sup>91</sup>

Tanınmış markalar için Paris Konvansiyonu ve TRIPS Anlaşması'nda da koruma sağlanmıştır. Ancak, aynı şekilde bu anlaşmalarda da, internet alan adları karşısında tanınmış markaların nasıl korunacağı dzenlenmemiştir. ICANN, tanınmış markaların alan adı olarak alınması durumunda özel bir usul öngörmektedir ve bir markanın tanınmışlığına karar verilirken ulusal marka tescil kurumlarına bağlı kalmamaktadır.

Markalar arasında iltibas tehlikesinin araştırılmasında başvurulan ölçütlerin, marka ile alan adları arasındaki benzerliğin tespitinde de aynen uygulanıp uygulanmayacağı sorunu, teknik zorunluluklardan dolayı alan adı olarak kullanılabilen işaretlerde sayı ve tür bakımından marka olarak tescil olunabilecek işaretlere nazaran daha kısıtlı imkanlara sahip olunmasından da kaynaklanmaktadır. Sözcüklerin marka olarak tescilinde, sözcük sayısı bakımından herhangi bir sınırlandırma söz konusu değildir. Oysa ODTÜ'nün Yöntem ve Kuralları uyarınca alan adlarının uzunluğu en az iki karakter boyunda olmalıdır. Üst sınır olmamakla birlikte alışıl gelmiş uzunluk on iki karakterden kısadır. İnternetin teknik özelliklerinden dolayı alan adlarına yönelik bu kısıtlamalardan hareketle, markalar arasında iltibas tehlikesinin araştırılmasında başvurulan ölçütlerin, marka ile alan adı arasında iltibas tehlikesinin varlığını tespitinde aynen uygulanmasının doğru

---

<sup>91</sup> KIRCA, Doç.Dr.İsmail, **Tescilli Markanın Alan Adı Olarak Kullanılması**, Prof.Dr.Ömer Teoman'a 55.Yaş Günü Armağanı, İstanbul 2002, s.540

olmayacağı iddia edilmektedir. Alan adları arasında belli ölçülerde benzerlik bulunmakta ve alan adında yer alan farklı bir harf dahi farklı adresi ifade edebilmektedir. Bu yüzden marka ile alan adı arasında iltibas tehlikesinin varlığını tespitinde katı davranmamak, markalar arasında iltibas yaratan benzerliklerin, alan adları bakımından iltibas oluşturmayabileceğini kabul etmek gerekir.

Ancak, marka ile alan adı arasındaki iltibas ihtimalinin araştırılmasında, marka ile iltibas yaratabilecek diğer işaretlere nazaran farklı bir ölçütün benimsenmesini gösteren mevcut bir kural bulunmaması varolan ölçütlerden sapılmasını yasal dayanaktan yoksun kılar, şeklinde karşı bir görüş de vardır. Nasıl marka hukukunda iltibas tehlikesinin bulunup bulunmadığının tespitinde, ilgili mal ve hizmet alıcılarının dikkat ve özeni esas alınmaktaysa aynı şekilde marka ile alan adı arasındaki iltibas tehlikesinin varlığını tespitinde, ilgili kitlenin dikkat ve özeni esas alınmalıdır. Ticari hayatta alan adları İnternetteki sanal ortamla sınırlı kalmamakta, ayrıca reklamlarda kullanılmakta, ürünler ve ambalajları üzerine konulmakta, iş evrakında yer almaktadır. Bu durum iltibas ihtimalinin tespitinde, sadece İnternet kullanıcılarının değil ortalama bir tüketicinin esas alınmasını gerekli kılar. Tüm bu sebeplerle tescilli marka ile alan adı arasındaki iltibasın belirlenmesinde marka hukukunda geçerli ölçütlerden sapılmasını gerektiren haklı bir neden bulunmamaktadır.<sup>92</sup>

Markaya getirilen korumanın temel amacı, alıcıların almayı düşündükleri mal yerine başka bir malı almaları tehlikesine engel olmaktadır. Bu tehlike ise, ancak

---

<sup>92</sup> KIRCA, Doç.Dr.İsmail, **Tescilli Markanın Alan Adı Olarak Kullanılması**, Prof.Dr.Ömer Teoman'a 55.Yaş Günü Armağanı İstanbul 2002, s.535-538

markanın aynı veya benzeri bir alan adıyla ulaşılan İnternet sitesinde, markanın tescil edildiği mal veya hizmetlerin aynı veya benzerinin satışının yapılması veya tanıtılması, reklamının yapılması halinde söz konusudur.<sup>93</sup> Çünkü markayı alan adı olarak kullanan kimsenin bu alan adını ne için kullandığı önemlidir. Eğer, alan adı sahibi, bunu kendi şahsi amaçları için yapıyor ve bu alan adının kullanımı ile hiçbir ticari amaç güdülmüyorsa, burada marka hakkının ihlali söz konusu olmayacağı için, markanın itibarını zedeleyici başka hususlar da söz konusu değilse alan adının kullanımı yasaklanamaz. Dolayısıyla, alan adı kullanımının yasaklanması için, bu alan adının markanın tanınmışlığından ve itibarından faydalanma derecesinde ticari amaçlar doğrultusunda kullanılıyor olması gerekir. Ancak alan adının ne zaman ticari amaçlar için kullanıldığının tespit edilmesinde, sıkı bir araştırma yapmak gerekir ki, aksi halde, marka sahibine marka ve haksız rekabet hukukunun sağladığı korumanın üzerinde bir koruma sağlanmamış olsun.<sup>94</sup>

Bizim konumuz açısından tüm bu açıklamalara yasal dayanak sağlayacak hüküm, 556 sayılı KHK'nin 61. maddesidir. Bu hüküm, marka hakkına tecavüz sayılan fiiller başlığı altında, (a) bendi ile KHK'nin 9.maddesinde sayılan hallerin marka hakkına tecavüz teşkil edeceğini düzenlemiştir. Buna göre, markanın tescil kapsamına giren aynı veya benzer mal veya hizmetlerle ilgili olarak , tescilli marka ile aynı veya benzer;

- İşaretin mal veya ambalaj üzerine konulması,

---

<sup>93</sup> KIRCA, Doç.Dr.İsmail, **Tescilli Markanın Alan Adı Olarak Kullanılması**, Prof.Dr.Ömer Teoman'a 55.Yaş Günü Armağanı İstanbul 2002, s.539-541

<sup>94</sup> ARIKAN, Av.Fahri Murat, **Markaların Alan Adlarına Karşı Korunması**, İBD(2000), Cilt 74, sayı 7-8-9, s.786

- İşareti taşıyan malın piyasaya sürülmesi veya bu amaçla stoklanması, teslim edilebileceğinin teklif edilmesi veya o işaret altında hizmetlerin sunulması ve sağlanması,
  - İşareti taşıyan malın ithali veya ihracı,
  - İşaretin teşebbüsün iş evrakı ve reklamlarında kullanılması,
- marka hakkına tecavüz teşkil eden hallere örnek olarak sayılmıştır.

Ancak, asıl hassasiyetle yaklaşılması gereken husus, markalar ve alan adları arasında iltibasa mahal verme tehlikesi halidir. Burada birbirinden farklı ama benzer nitelikte iki alan adı mevcuttur. İlk örnekte, her iki alan adı sahibinin de marka hakkına dayanması hali incelenecektir. Bu durumda, markalar altında sunulan mal ve hizmetler arasında da bir ayniyet veya benzerlik varsa, asıl sorun tescilli markalar arasında bir ihtilaftır. Zira, daha sonra tescil edilen markanın KHK 7.maddesi bağlamında, Türk Patent Enstitüsü tarafından re'sen göz önüne alınarak başvuru talebinin reddedilmesi veya ilan aşamasından sonra hak sahibinin itiraz etmesi gerekir. Hak sahibinin itirazı TPE tarafından reddedildiği takdirde, ilk tescil ettirenin dava açma hakkı vardır. İlk marka sahibinin bu davada başarılı olması halinde, alan adı sahibini bu alan adını kullanmaktan men edebileceği de açıktır. Eğer, alan adı sahibi bir marka hakkına dayanmadan, alan adını tescil ettirdiyse ve internet sitesinde ticari amaçlı faaliyet gösteriyorsa bu alan adını kullanmaktan men edilir.<sup>95</sup>

İkinci örneğimizde, benzer alan adlarının farklı sektörlerde üretilen mal ve hizmetler için kullanılıyor olması ve her iki alan adı sahibi arasında sırf bu nedenle

---

<sup>95</sup>ARIKAN, Av.Fahri Murat, **Markaların Alan Adlarına Karşı Korunması**, İBD(2000), Cilt 74, sayı 7-8-9, s.787

ekonomik veya idari bağlantı kuşkusunun uyanması halidir. Böyle bir durumda, internet kullanıcısının hatasını anlayıp doğru sayfaya yönelmesi halinde marka sahibinin hakkı zedelenmeyecek olsa da, asıl önemli olan benzer adlı sitenin içerdiği yazı ve resimler olacaktır. Zira, benzer adresli sitenin markanın itibarını zedeler içerikte olması halinde bu alan adının kullanılması yasaklanabilecektir. Uygulamadan örnek verecek olursak, ABD’de Internet Entertainment Şirketi’nin, oyuncak şirketi Hasbro’nun tanınmış markası Candyland’i yetişkinlere yönelik amaçlarla hizmet veren bir web sayfasının alan adı olarak kullanmasını, ABD mahkemesi marka haklarına tecavüz olarak yorumlamış ve davayı Hasbro lehine sonuçlandırdı. Yine ünlü (Toys “R” Us) markası ile benzeyen (Adults R Us) alan adı hakkında açılan dava sonucunda, (Toys “R” Us) markasının, marka hakkına tecavüz edildiği ve itibarının zedelendiği kararı verildi. Benzer bir davada, farklı alanlarda çalışan firmaların benzer ya da aynı alan adlarını kullanmaları da, İnternet ortamında markalar ve alan adları ile ilgili sorunlardan biri olarak kabul edilmiş ve (eToys) ile (etoy)’u karşı karşıya getiren bu davada, İnternet üzerinde oyuncak satan (eToys) firması, İsviçreli sanat grubu olan (etoy) firmasının alan adına karşı çıkmıştır.<sup>96</sup>

Farklı düzeylerdeki (.tr, .it ya da .com, .com.tr, .org.tr, .net.tr) alan adları benzer ya da aynı olabilir mi sorusu bu konudaki sorunlardan birini belirtiyor. Türkiye’de (apb.com.tr) alan adı, İtalya’da( apb.it), Avustralya’da ( apb.com.au), ABD’de (apb.com) olarak alınmış olabilir. Bu alan adları farklı kuruluşlara ait olmakla birlikte, aynı işkolunda faaliyette bulunuyorlarsa bu şirketler, ulusal

---

<sup>96</sup> DERİCİOĞLU, M. Kaan, **Görüş Mart 2000**, [www.tusiad.org.tr/yayin/gorus/42/08derici.pdf](http://www.tusiad.org.tr/yayin/gorus/42/08derici.pdf)

sınırların ötesinde e-ticaret yaptıklarında alan adları tüketicileri yanıltabilecek durumdadır. Bu nedenle marka hakkı ihlaline yol açmaları ihtimalleri de vardır.<sup>97</sup>

Alan adları uyuşmazlıklarının hangi tür uyuşmazlıkları kapsayacağını özetleyecek olursak:

- tescil edilen alan adının, şikayetçinin hak sahibi olduğu bir marka ile aynı veya karıştırılacak kadar benzer olması,
- itiraz sahibinin tescil edilen alan adı sahibine oranla üstün bir hak sahibi olduğunu iddia etmesi,
- alan adı sahibinin ilgili alan adı üzerinde bir hakkı ya da yasal çıkarları bulunmaması,
- alan adını kötü niyetli olarak tescil ettirilmesi ve/veya kullanılması, olarak sıralayabiliriz.

Bir alan adının kötü niyetle tescil edildiğinin ve kullanıldığının kanıtları ise:

- alan adının, marka sahibinin özellikle bir marka sahibi olan davacıya veya onun rakiplerine satmak, kiralamak, devretmek gibi amaçlarla tescil ettirildiğini gösteren durumlar,
- alan adının, marka sahibinin markasını uygun bir alan adı ile sunumunu engellemek için tescil ettirilmiş olması ve alan adını tescil ettirenin bu tür bir davranışta bulunması,

---

<sup>97</sup> DERİCİOĞLU, M. Kaan, **Görüş Mart 2000**, [www.tusiad.org.tr/yayin/gorus/42/08derici.pdf](http://www.tusiad.org.tr/yayin/gorus/42/08derici.pdf)

- alan adının bir rakibin faaliyetlerini engellemek veya rakibe zarar vermek için tescil ettirilmiş olması,
- alan adının, bir rakibin markası ile benzerlik yaratmak suretiyle bu durumdan kasıtlı bir şekilde mali çıkar elde etmek amacı ile tescil ettirilmiş olmasıdır.

Bu örnekler sınırlayıcı değildir ve alan adı tescili ve kullanımının kötü niyetli olduğunun kanıtlandığı diğer durumlar için de uygulanır.Önemli olan, ilgili alan adı üzerinde neden hak sahibi olunduğu, ilgili alan adının kullanımının üçüncü kişi tarafından kullanılmasının kendisine ne tür bir zarar vereceği, alan adının mevcut sahibinin bu alan adı üzerinde niçin hak sahibi olmadığı, alan adının kullanımının niçin kötü niyetli olduğu gibi hususların açıklanması gerekliliğidir<sup>98</sup>.

Bu gibi maddi sorunların dışında yargılama sürecindeki usul kuralları da sorun yaratmaktadır.Marka haklarının ihlali durumunda hangi yasa ya da yasaların uygulanacağı ve uyuşmazlık halinde hangi yer mahkemesinin yetkili olduğu konuları önem kazanmakta, coğrafi sınırları ortadan kaldıran bu gelişme, uluslararası yeknesak kuralları ve çözüm yollarını zorunlu kılmaktadır.<sup>99</sup>

Fiziki ortamda marka ihlal hallerine bakıldığında, ihlalin varlığı için bu eylemlerin markaya konu olan ülkede gerçekleşmesi gerekir. Bu durumda, İnternet

---

<sup>98</sup> **tr alan adları uyuşmazlıkları çözüm önerileri-taslak**, ayrıntılı bilgi için bkz. [www.kurul.ubak.gov.tr](http://www.kurul.ubak.gov.tr)

<sup>99</sup> DERİCİOĞLU, M. Kaan, **Görüş Mart 2000**, [www.tusiad.org.tr/yayin/gorus/42/08derici.pdf](http://www.tusiad.org.tr/yayin/gorus/42/08derici.pdf)

üzerinde ihlalin tanımlanması gerekir.Bu konuda dar ve geniş tanımlama yapan iki yaklaşım bulunmaktadır;

Geniş yaklaşım, ihlal edildiği iddia edilen markanın bulunduğu ülkede bir bilgisayar ekranında görülebilir olma halini ihlal için yeterli görmektedir. Bu durumda, işaretin İnternette görülebileceği her ülke, potansiyel olarak işareti İnternette kullanan kişi aleyhine dava açılabilir yer olmaktadır. Bu yaklaşım elektronik ticaretin yaygınlaşmasını yavaşlatıcı etki yaratır.

Dar yaklaşım, işaretin İnternetteki kullanımı ile markanın korumadan yararlandığı ülke arasında bir bağlantı aramaktadır. WIPO bu bağlantıyı uluslar arası düzeyde saptanacak kriterlere göre ele almaktadır.

Bu kriterler saptanırken şu sorular cevaplandırılmalıdır:

- Kullanıcının, İnternette bir işaret kullanmak yoluyla bir ülkede bir sonuç elde etme niyet ve isteğinin bulunması hali ile, öyle bir sonuç hedeflenmese de bu sonucun öngörülebilir olması hallerinden hangisi tercih edilmelidir?
- İşaretin kullanıldığı web sitesinin interaktiflik derecesi önemli olacaktır mıdır?
- İşareti İnternette kullanan kişinin, belirli bir ülke ile bağlantı oluşmasını önlemek için sorumluluktan kurtaran özel kayıt koyması, bu bağlantıyı önlemeye yetecek midir?



İşte bu bağlantının varlığı halinde, ihlal bağlantı kurulan ülke kanunları çerçevesinde değerlendirilebilecektir.<sup>100</sup> Bu konuların bir çoğu uluslar arası ölçekli ihtilaflara neden olacaktır. Zira, internet üzerinde sınırlar yoktur ve aynı markanın başka ülkelerde kullanılıyor olması da, marka korumasının ülkeselliği nedeniyle mümkündür. Buradaki temel mesele, öncelikle ortada bir tecavüzün bulunup bulunmadığının tespit edilmesidir. Örneğin, Türkiye’de faaliyet gösteren bir şirkete ait bir alan adı başka bir ülkede kullanılıyorsa, ilk önce bu site üzerinde yapılan ticaretin Türk pazarına seslenip seslenmediğine bakılır. Eğer, yabancı site üzerinden Türkiye’deki tüketicilere yönelim yoksa belli bir tecavüzün bulunduğu bahsedilemeyecektir. Ancak, tersi durumda, örneğin, Amerikan şirketi Türk pazarına da aynı marka ve alan adını kullanarak internet üzerinden satış yapmaya karar verir ise, Türkiye’deki şirketin dava açma hakkı doğacaktır. Bu konuda Türk Mahkemelerinin uluslar arası yetkisi vardır. Genel yetki kuralları gereği, davalının ikametgahının olduğu yer veya HUMK m.21 gereğince tecavüzün etkilerinin görüldüğü yer mahkemesi, bu davada yetkili mahkeme olacaktır. Ancak, örneğimizde de olduğu gibi davalının çoğu kez Türkiye’de bir şubesi ve irtibat bürosu olmayacağından yabancı ülkedeki şirket merkezinde dava açma zorunluluğu doğacaktır. Eğer Türk şirketi, Türk Mahkemelerinde dava açma hakkını kullanacak olursa, mahkeme alan adının kullanılmasını yasaklayamayacağından<sup>101</sup>, burada verilebilecek karar, Türkiye’de o alan adı ile satış yapılmasının engellenmesi veya

---

<sup>100</sup> ARIKAN, Dr.Ayşe Saadet, **İnternetin Fikri ve Sınai Haklar Üzerindeki Etkisi**, Uluslararası İnternet Hukuku Sempozyumu, 21-22 Mayıs 2001, İzmir 2002, s.104-105

<sup>101</sup> Bu mahkemenin otoritesinin aşılması anlamına gelecektir.Ayrıntılı bilgi için bkz; EKŞİ, Doç.Dr.Nuray, **Türk Mahkemelerinin Milletler Arası Yetkisi**, İstanbul Şubat 2000

bu internet sitesi üzerinden Türkiye’de satış yapılmayacağıın özel olarak belirtilmesi olacaktır.

Türkiye’de alan adı verilmesi sistemi sayesinde, .tr uzantılı alan adlarının marka hakkına aykırı şekilde kullanılması çok nadir ortaya çıkmaktadır. Şimdiye kadar ki hukuki uygulamalarda da bu konuda herhangi bir yüksek mahkeme kararına rastlamak mümkün olmadığından, daha çok uluslar arası alanda ortaya çıkan ve Türk hukukunda haksız kullanım teşkil edebilecek haller, çalışmamızda, ICANN tahkim usulü ve tahkim kuralları çerçevesinde ve kısaca NOMINET usulüne de değinmek suretiyle incelenecektir. Zira, bu iki uyuşmazlık çözüm modeli de birbirlerine çok benzer unsurlar taşımaktadır. Alan adları uyuşmazlıklarını çözmek için geliştirilen bu mekanizmaların hukuki dayanakları öncelikli olarak marka hukuku ilkelerine dayanmaktadır. Tescilli bir markanın veya tanınmış bir markanın sahibinin zarar görmesini önlemek amacıyla marka hukuku ilkelerine çok paralel olan bu uyuşmazlık çözüm prosedürleri oluşturulmuştur. Marka hukuku dışında bunlara etki eden diğer bir hukuk dalı ise haksız rekabet hukukudur. Ticari hayatta rakiplerin birbirlerine zarar vermelerini engellemeyi amaçlayan haksız rekabet hukukunun bazı ilkeleri bu prosedürlerin maddeleri içinde yerlerini almışlardır. Ayrıca kimsenin sahip olduğu hakkı başkalarına zarar vermek için kullanamayacağını söyleyen genel hukuk kuralı da bunlarda etkili olmuştur. Tüm bu hukuki dayanaklar ülkemizde de kurulması düşünülen böyle bir mekanizmanın oluşturulmasında bizlere yol gösterecektir. Gerek marka hukuku gerekse haksız rekabet hukuku açısından hem mevzuatımız hem de içtihat birikimimiz böyle bir yapılanmanın hukuki alt yapısını en iyi şekilde düzenlememize imkan vermektedir. Eğer böyle bir yapılanmaya

gidilecekse bu sürecin ne yalnız başına teknik ne de yalnız başına hukuki yönden oluşturulamayacağı kabul edilmelidir. Bu sebeple konunun teknik yönlerini iyi bilen uzmanlarla hukukçuların bir araya gelerek böyle bir yapıyı oluşturmaları gerekmektedir.<sup>102</sup>

#### **b) ICANN Tahkim Usulü :**

Ticari alan adlarının verilmesi 1993 yılında ABD Ticaret Departmanı'nın Network Solutions Inc. ile girdiği bir sözleşme ilişkisi ile başlamıştır. Bu anlaşma, sonu '.com', '.org' ve '.net' ile biten alan adlarını kapsıyordu. 1998 yılında kar amacı gütmeyen bir kurum olarak ICANN ( The Internet Corporation for Assigned Names and Numbers ) kuruldu. Daha sonra yapılan sözleşmeler ile ICANN'a alan adlarını yönetme görevi, Network Solutions Inc.'e ise .com, .org ve .net top-level alan adlarının kayıt hizmetleri görevi verildi.

İnternet alan adlarının alımı "ilk gelen ilk alır" prensibine dayandırılmıştı. Bu kural adeta yeni çağın altına hücumunu başlattı. Bu işten çıkar sağlamak isteyenler ünlü markaları, kişi isimlerini, jenerik isimleri ve popüler isimleri alan adı olarak aldılar ve bu alan adlarını çok büyük meblağlar karşılığında satmaya çalıştılar. Özellikle 1995 yılıyla birlikte bu tip internet alan adı uyuşmazlıkları su yüzüne

---

<sup>102</sup> ÖZDİLEK, Av.Ali Osman, **Alan Adlarında Uyuşmazlık Çözüm Mekanizmaları; Örnekler ve Türkiye**, Montreal Mayıs 2003. Böyle bir uyuşmazlık çözüm kurulunun Türkiye Barolar Birliği bünyesinde kurulması düşünülmektedir. Eğer bu kurul gerçekten uyuşmazlık çözmek için kurulacaksa ve verdiği kararlar ODTÜ DNS tarafından da uygulanacaksa mevcut hukuk düzenimiz gereği böyle bir karara karşı yargı yoluna gitmek her zaman mümkün olacaktır. Böyle bir kurulun verdiği kararların idari karar sayılamayacağı yolunda, idari bir işlemin şartları için bkz. GÜNDAY, Prof.Dr.Metin, **İdare Hukuku**, Ankara 2002, s. 111 vd.

çıkmaya başladı. NSI alan adı kayıt kurallarında değişiklikler yaparak tescilli markaları korumaya çalıştı.<sup>103</sup> 1995 yılı itibariyle artan internet alan adı ihtilafları karşısında ‘NSI Domain Name Dispute Policy’ yürürlüğe konulmuştur. Buna göre bir marka sahibi, markasının bir başkası tarafından alan adı olarak tescil ettirilmesi karşısında, marka tescil belgesi ile birlikte tescili yapan kuruma başvurup, alan adının kullanılmasını engelleyebiliyordu. Ancak bu tahkim kuralları 31 Aralık 1999 tarihinde yürürlükten kalkmıştır. Fakat uyuşmazlıklar devam etti ve resmi bir uyuşmazlık çözüm mekanizmasının gerekli olduğu kabul edilmeye başlandı. Bunun üzerine yeni kurulan en yüksek internet idare organı olan ICANN, ‘‘Uniform Domain Name Dispute Resolution Policy’’<sup>104</sup> ve bununla ilgili usul kuralları ‘‘Rules for Uniform Domain Name Dispute Resolution Policy’’<sup>105</sup> olarak yeni tahkim kurallarının yürürlüğe girmesini kararlaştırmıştır.<sup>106</sup>

ICANN tahkim usulünün yürütülmesi için de bazı kuruluşlar yetkilendirilmiştir. Bunlar;

- Dünya Fikri Mülkiyet Teşkilatı’nın (WIPO) Hakemlik ve Arabuluculuk Merkezi<sup>107</sup>

---

<sup>103</sup> ÖZDİLEK, Av. Ali Osman, **Alan Adlarında Uyuşmazlık Çözüm Mekanizmaları; Örnekler ve Türkiye**, Montreal Mayıs 2003

<sup>104</sup> **Yeknesak Kurallar- UDRP**, bkz. [www.icann.org/udrp/udrp-policy](http://www.icann.org/udrp/udrp-policy)

<sup>105</sup> **Usul Kuralları-RUDRP**, bkz. [www.icann.org/udrp/udrp-rules](http://www.icann.org/udrp/udrp-rules)

<sup>106</sup> BOZBEL, Savaş, **Domain Names ve ICANN Tahkim Usulü**, Prof. Dr. Ömer Teoman’ a 55. Yaş Günü Armağanı, Cilt 1, İstanbul 2002, s.223

<sup>107</sup> ICANN tarafından alan adı uyuşmazlıkları çözümlerinde yetkili kılınmıştır. Bugün için en fazla başvuru alan kuruluştur. Avrupa merkezli şirketler uyuşmazlıklarının çözümü için 20’nin üzerinde ülkede hakemleri bulunan WIPO Hakemlik ve Arabuluculuk Merkezi’ni seçmektedirler. Bunun nedenlerinden en önemlisi de WIPO hakemlerinin Kıta Avrupası hukuk sistemine ve özellikle marka

- Natinonal Arbitration Forum ( NAF )
- eResolution<sup>108</sup>
- Institute for Dispute Resolution (CPR)
- Asian Domain Name Dispute Resolution Centre ( ADNDRC ) dir.

Alan adları konusunda WIPO'nun sanal çözüm usulleri bugün icra aşamasına çoktan girmiştir. Bu çözümlerden biri de mahkeme dışı çözümdür. Başlangıçta WIPO'nun ve Uluslararası İletişim Birliği' nin (Internationel Telecommunications Union) girişimleri altındaki çabaların boşa çıkmasından sonra ABD yönetimi de “Global elektronik işlemlerde strateji raporu” nu yayınlamıştır. Yayımlanan bu raporda bundan sonra ‘com’, ‘org’ ve ‘net’ uzantılı bütün internet alan isimleri ve numaraları etrafında ortaya çıkan problemlerin idari bir şekilde çözümlenmesi öngörülmüştür.

Uniform Domain Name Dispute Policy (Uniform-Policy) ismini alan bu kurallar kendinden önce yapılan çalışmalarla uyuşmaktadır ve özellikle de WIPO'nun Nihai Raporu'ndan hareketle geliştirilmiştir. Bu usul, klasik bir tahkime göre biraz farklıdır. Klasik tahkimde tarafların anlaşmazlıkların mahkeme dışında çözüme kavuşturulmaları konusunda anlaşmaları gerekmektedir. Oysa alan adı

---

hukuku sistemine daha yakın olmalarıdır. ABD merkezli şirketler ise daha çok National Arbitration Forum'u tercih etmektedirler. Bunun en önemli sebebi de bu kuruluşun daha çok ABD'deki case law – içtihat hukuku sistemine yakın olmasıdır.

<sup>108</sup> eResolution kendi alan adı için WIPO'ya başvurmak zorunda kalmıştır. Kaliforniya'dan bir kişi eresolution.ca alan adını kendi adına tescil ettirmiş ve 7.500 \$ para talep etmiştir. Fakat WIPO alan adının eResolution'a transferine karar vermiştir. benzer kararlar için bkz. KARAN, Av.Gülay (çev.), **Dünya Fikri Mülkiyet Teşkilatı Kararı (Nokia Corporation v.Nick Holmes Kararı)**, Ankara Barosu Fikri Mülkiyet ve Rekabet Hukuku Dergisi, Yıl 2, Cilt 2, sayı 3

sahibi, alan adı dağıtım makamında alan adını kaydettirirken, bu usule tabi olacağına dair hükümler sözleşmeye konulmaktadır. Bu usulün icrası ve denetiminin büyük ölçüde elektronik ortamda gerçekleşmesini “Dispute Resolution Provider” üstlenir ve “Rules for Uniform Domain Name Dispute Policy” adı verilen belirli bir usule tabi olur. Karar verme makamı olarak bir veya üç kişiden oluşturulan ve “Panel” ismi verilen bir makam görevlendirilmiştir. Burada yer alacak olan kimseler, uluslararası marka hukukunda uzman kişiler arasından, tarafların iradelerine göre seçilmektedir. Uyuşmazlığın çözümü yaklaşık 40-45 gün sürmektedir. Bu usulden beklenen yarar uygulamada görülmektedir. Uyuşmazlık çözüm süresinin kısalığı ve kararların icra kabiliyeti büyük önem taşımaktadır.<sup>109</sup>

ICANN tahkim kuralları, tescil makamının tahkim kurallarını kabulünden sonra gerçekleşen bütün alan adı tescillerine uygulanacaktır. Tescil makamının, ICANN tahkim kurallarını kabul etmesiyle, tescili yaptıran kişi veya kurumlar da bu kuralları kabul etmiş olmaktadır. Tescil makamlarınca kabul edilen bu kurallar, sadece alan adının tescili aşamasında değil, alan adının tescili süresince meydana çıkacak bütün uyuşmazlıklarda uygulanacaktır. Tahkim kurallarında sonradan yapılacak değişiklikler de alan adını tescil ettirene karşı doğrudan uygulanacaktır.<sup>110</sup>

UDRP sisteminde şikayetçinin başarılı olabilmesi için madde 4a’ya göre, şikayet edilenin, alan adının ticari bir marka veya hizmet markası ile aynı veya ayırt

---

<sup>109</sup> MEMİŞ, Yrd.Doç.Dr.Tekin, **Bilgi Toplumu ve Hukukçu**, e-akademi, sayı 1, paragraf 30-31, [www.e-akademi.org](http://www.e-akademi.org), Mart 2002

<sup>110</sup> BOZBEL, Savaş, **Domain Names ve ICANN Tahkim Usulü**, Prof.Dr.Ömer Teoman’ a 55.Yaş Günü Armağanı, Cilt 1, İstanbul 2002, s.225

edilemeyecek derecede aynı olduğunu, alan adını alan kişinin bu alan adını almasında yasal veya haklı bir menfaatinin bulunmadığını, şikayet edilenin alan adını kötü niyetle tescil ettirdiğini ve kullandığını ispatlaması gerekir.

Madde 4b’de ise hangi hallerin kötü niyetli tescil ve kullanım olduğu belirtilmiştir. Buna göre, alan adının ticaret markası veya hizmet markası sahibine veya onun ticari rakibine fahiş bedellerle (tescil için gereken masrafların çok üzerinde bir bedelle) satma, kiralama veya herhangi bir şekilde devretme amacıyla tescil ettirilmiş olması, ticari gaye ile hareket ederek, marka sahibinin markasını alan adında kullanmasını önlemek için bu tescilin yaptırılmış olması, tescilin ticari rakiplerin işlerine zarar vermek amacıyla yaptırılmış olması ve alan adı ile insanların kafasında karışıklık yaratarak internet kullanıcılarının alan adının gösterdiği siteye çekilmek istenmesi kötü niyetle tescil ve kullanım halleri olarak sayılmıştır.

*“ Madde 4. Zorunlu İdari Dava*

*Bu madde ile, katılmakla yükümlü olduğunuz bir idari davadaki ihtilafların şekli*

*tespit edilmektedir. Bu davalar, [www.icann.org/udrp/approved-providers.htm](http://www.icann.org/udrp/approved-providers.htm) adresi altında sayılan kuruluşlardan birisi nezdinde görülür.*

*a) Uygulanacak İhtilaflar: Üçüncü bir kişinin (Davacı), kabul edilebilir bir kuruluş nezdinde, usul kurallarına göre*

*i) İnternet alan adınızın ticari bir marka veya hizmet markası ile aynı veya iltibasa mahal verecek şekilde benzer olduğunu,*

ii) İnternet alan adı üzerinde herhangi bir hakkınızın veya haklı menfaatinizin olmadığını,

iii) İnternet alan adının kötü niyetli olarak tescil edilmiş ve kullanıldığını ileri sürmesi durumunda, zorunlu olarak bir idari davaya katılmakla yükümlüsünüz.

Davacı, İdari davada bu üç unsurun da bulunduğunu ispatlamalıdır.

b) Kötü niyetli tescil ve kullanmanın ispatlanması: Madde 4(a)(iii) anlamında, özellikle Divan tarafından tespit edilmiş aşağıdaki hallerde, kötü niyetli bir tescil ve kullanmanın varlığı kabul edilir.

i) İnternet alan adının; davacıya, ticari marka veya hizmet markası sahibine, veya davacının rekabette bulunduğu kimseye, alan adının belgelenmiş tescil masraflarını aşan önemli miktardaki bir meblağ karşılığında esasen satma, kiralama veya sair şekilde devretme amacıyla tescil veya elde edilmiş olması; veya

ii) Alan adı başvurusunu, ticari marka veya hizmet markası sahibinin markasını alan adında kullanmasını engellemek amacıyla yapmış ve bunu yaparken ticari gaye ile hareket etmişseniz, veya

iii) Alan adı başvurusunu esasen ticari rakiplerin işlerine zarar vermek amacıyla yapmanız,

iv) Alan adını kullanarak, ticari kazanç temin etmek gayesiyle, davalının markası ile kaynak, sponsorluk, ilişki veya websitenizde ürün veya hizmetin tavsiyesi noktalarında karışıklık meydana getirmek suretiyle, internet kullanıcılarını kendi websitenize veya başka bir siteye, kasten çekmek''



***aa-Maddi Şartlar:***

***aaa-Marka veya Benzeri İşaretler:***

UDRP'nin 4. maddesi ile markalar korunmaktadır. Bunun yanında, işletme adları ve işaretleri ile eser başlıkları ve isimler belirli şartlar altında markaların korunmasına dair hükümlerden yararlanabilirler.

Bu gruba her şeyden önce, Türk Patent Enstitüsünde tescil edilmiş markalar ile Paris Sözleşmesi ve yahut Dünya Ticaret Örgütü Kuruluş Anlaşması hükümleri uyarınca markaları tescil edilmiş veya tanınan ticari ve hizmet markaları girer. Ancak, UDRP'nin 4.maddesine göre tescil edilmemiş markalar da koruma altına alınmıştır. Burada aslında marka hakkının, kullanmadan itibaren başlayacağı düşüncesi egemen olmuştur. 556 sayılı Markaların Korunması Hakkında KHK'nın 6. maddesine göre de, marka koruması ancak tescil yoluyla mümkün olmakla birlikte, bazı şartların varlığı halinde tescilsiz markalara da sınırlı bir koruma imkanı bahşetmiştir.

UDRP anlamında, yıllar boyunca bir mal için kullanılan işaret veya sadece birkaç haftadır kullanılıyor olmasına rağmen ayırt edicilik ve tanınmışlık kazanan bir işaret bile tescil edilmeyen marka olmalarına rağmen koruma kapsamına alınmışlardır. UDRP'nin 4.maddesi işletme adlarını ise koruma kapsamına almamıştır.

Cins ve meslek isimleri hakkında ise, UDRP, özellikle tarafların aynı ana dile sahip olmaları halinde marka hakkına tecavüz teşkil etmeyeceği fikrine dayanmıştır. Bu durumda, kötü niyetli tescil söz konusu olsa bile, alan adının devri veya silinmesi UDRP'ye göre mümkün olmayacaktır.

### ***bbb-İltibas Yaratması:***

Alan adı ile marka arasında bir iltibas olması ve yanılgıya düşürecek nitelikte olması gerekir. Bu karışıklığın mevcudiyeti second level domain, yani ikinci düzey alan adına bakılarak karar verilmektedir. Karışıklığa meydan verme tehlikesi oluşması için, markanın ayırt edici özelliğinin kuvvetli veya zayıf olması, markada olmayan bir takım işaretlerin alan adında kullanılması ya da alan adının markaya bazı harf, kelime veya işaret ilaveleri yapılarak kullanılması önem arz etmez.

### ***ccc- Haklı bir menfaatin mevcut olmaması:***

UDRP'nin 4.(c).maddesinde, örnek olarak sayılan hallerde alan adı sahibinin bir hakkı veya haklı bir menfaatinin mevcudiyeti olduğu kabul edilmiştir:

- Alan adı sahibinin, kendisine tahkim usulüne başvurulduğu bildirilmeden önce, alan adı veya buna uygun bir terimi bir mal veya hizmet arzı için kullanmış veya kullanılması için birtakım hazırlıklar yapmış olması,

- Alan adı sahibinin, bir marka veya benzeri işareti tescil ettirmiş olmamasına rağmen, alan adı olarak tanınmış olması veya,
- Alan adının, ticari olmayan veya dürüst meşru bir şekilde, tüketicileri yanıltmak suretiyle ticari kazanç temin etmek veya ihtilaf konusu markanın değerini azaltmak amacı güdülmeksizin kullanılması.

Hakemler re'sen bu hallerin mevcut olup olmadığını inceler ve eğer alan adı sahibi lehine bu şartların mevcut olmadığı anlaşılırsa, marka hakkı sahibinin iddiası araştırılmaya başlanır.

UDRP'ye göre bir alan adının *şahsi* olarak kullanılması, marka sahibinin haklarına tecavüz teşkil etmez. İyi niyetle ve adilane olarak ürün ve hizmetler için kullanımı veya ticari olarak kullanılmaması gibi hallerde, alan adı sahibinin yasal ilgisi varlığı kabul edilmektedir. Örneğin WIPO'da görülen bir olayda, alan adı sahibi *SIX.NET* alan adını 1996 da tescil ettirmiş ve bu tarihten itibaren kullanmıştır. Şikayetçi ise *SIXNET* markasını ABD ve Kanada'da tescil ettirmiştir. WIPO, bu olayda, alan adı sahibinin, marka olarak bu adı tescil ettirmemiş olsa bile, bu alan adı ile tanındığını belirterek, alan adı üzerinde yasal hakkı olduğunu kabul etmiştir. Burada yasal haktan kasıt, sadece marka tescilinin veya tescilli ticari unvanın olması değildir.<sup>111</sup>

---

<sup>111</sup> ÜNLÜ, Av.Selma Toplu, **Domain Names (İnternet Alan Adları) İnternet Üzerinde Marka Tecavüzü ve Haksız Rekabet**, [www.mehmetgun.com.tr/Domain\\_names.htm](http://www.mehmetgun.com.tr/Domain_names.htm) ( 29.11.2005)

<sup>111</sup> BOZBEL, Savaş, **Domain Names ve ICANN Tahkim Usulü**, Prof.Dr.Ömer Teoman' a 55.Yaş Günü Armağanı, Cilt 1, İstanbul 2002, s.234

Ancak tescil edilen alan adının ilerde ticari amaçla kullanılacağına bildirilmesi halinde artık şahsi kullanma söz konusu olmaz. Yine, Tahkim Divanına göre, alan adının markanın koruma kapsamındaki bir ürünün satışa sunulduğu, marka ismini içeren /taşıyan bir web adresine yönlendirilip kullanılması halinde, marka sahibi bu durumdan haberdar edilmiş ve duruma itiraz etmemişse, UDRP madde 4 anlamında ‘haklı bir menfaat’ mevcuttur. Ancak alan adının, marka ve ürünlerinin eleştirilmesi amacıyla web sitesinde kullanılması halinde ‘haklı bir menfaatten’ bahsedilemez. Tescil edilen alan adının, daha sonra kendi ürün veya hizmetleri için kullanılacağına planlanması da, alan adının uhdesinde muhafazası için ‘haklı bir menfaat’ teşkil etmez. Alan adının tescil edilip, daha sonra bunun satışa sunulması halinde de, domain sahibinin haklı bir menfaatinden söz edilemez.<sup>112</sup>

### ***ddd-Kötü niyet:***

Burada, hem tescil edilirken hem de tescil edildikten sonra bu alan adı altında web sitesi kullanmadaki kötü niyet mevcudiyeti aranmaktadır.

---

<sup>112</sup> BOZBEL, Savaş, **Domain Names ve ICANN Tahkim Usulü**, Prof.Dr.Ömer Teoman’ a 55.Yaş Günü Armağanı, Cilt 1, İstanbul 2002, s.235.Alan adını kendi adına tescil ettiren kişi, bunu ilerde gerçek hak sahibine yüklü bir meblağ karşılığında satmayı veya başka bir şekilde devretmeyi (Domain Grabbing) amaçlamaktadır. Bu şekil davranışlarda, alan adı sahibinin daha tescil esnasında kötü niyetli davrandığı varsayılır. Satış rakamının belirtilmediği hallerde de, alan adı sahibinin, tescil masraflarını aşan bir meblağı talep ettiği kabul edilir.Aynı şekilde, alan adının, tescil masrafları karşılığında gerçek hak sahibine devredilmesi tekliflerini geri çeviren alan adı sahibi de kötü niyetli davranmış olur.

Uygulamada bu iki durumun birbirine karıştırıldığı bilinmekle birlikte UDRP'nin 4.(b) maddesinde kötü niyetli tescil ve kullanma hallerine örnek haller düzenlenmiştir:

- Alan adını kendi adına tescil ettiren, alan adını marka sahibine veya rakiplerinden birine satmak, kiralamak veya başka şekilde devretmek amacıyla yapmışsa, meğer ki sadece belgelenmiş olan tescil masrafları talep edilmiş olsun,<sup>113</sup>
- Alan adı sahibinin, tescili, ticari hayatta marka sahibinin markasını alan adı olarak kullanmasına engel olmak amacıyla yapmış olması,
- Tescilin, öncelikle rakip firmaya zarar vermek amacıyla yapılması,
- Alan adı sahibi, ticari hayatta marka ile karışıklık meydana getirip, kendisinin veya başka birisinin web sitesine müşteri çekmek suretiyle kazanç elde etmeyi amaçlıyorsa,

Yukarıdaki örnek sayımlardan da anlaşılacağı üzere, ilk üç husus kötü niyetli tescile, son örnek ise kullanıma örnek teşkil etmektedir. Alan adının kullanılmasında ölçüt alınacak husus, alan adı sahibinin tescilden sonraki davranışlarıdır. WIPO kararlarında da yer verildiği üzere, ne alan adının kullanıldığı site ne de alan adının satışa çıkartıldığı durum olmasa bile, bazı durumlarda, alan adı tescil ettirenin, alan adını aktif halde tutmaması kötü niyetli kullanım olarak kabul edilmiştir. Örneğin,

---

<sup>113</sup> ÜNLÜ, Av.Selma Toplu, **Domain Names (İnternet Alan Adları) İnternet Üzerinde Marka Tecavüzü ve Haksız Rekabet**, [www.mehmetgun.com.tr/Domainnames.htm](http://www.mehmetgun.com.tr/Domainnames.htm) (29.11.2005)

eğer marka iyi bir üne sahipse ve geniş bir kitle tarafından tanınıyorsa ve alan adının iyi niyetle kullanıldığına dair hiçbir delil yoksa, alan adını tescil ettiren gerçek kimliğini saklıyorsa veya yanlış irtibat bilgileri vermişse bu durumlarda pasif olarak alan adına sahip olmak dahi kötü niyetli kullanım teşkil eder.<sup>114</sup> Ancak, alan adı sahibi, kendisi tarafından tescil edilen bu alan adının bir marka olduğundan haberdar değilse, bu halde kötü niyetli kullanımdan söz edilemez.

Kötü niyetli tescil ve kullanıma örnek sayılabilecek haller;

- Açılan bir davaya karşı savunma yapılmaması,
- Alan adı altındaki web sitesinin, rakip bir firmanın veya pornografi içerikli bir web sitesine yönlendirilmesi,
- Başkasına ait alan adlarının bilerek tescil ettirilmesi,
- Kendisi hak sahibi olmadığı halde, yazım hatalarından faydalanarak yapılan alan adı tescilleri,
- Bilinçli olarak yanlış haberleşme adresleri verilmesi vb.

Kötü niyetli kullanıma örnek niteliğinde oldukça ilginç bir WIPO kararı mevcuttur. “*Allocation.com*” alan adını tescil ettiren kişi, bu gibi sözlükteki pek çok jenerik kelimeyi adına tescil ettirmiştir. Allocation Network şirketi, bu kişiden şikayetçi olmuş ve alan adının kendisine devrini istemiştir. Ancak, WIPO, alan adı tescil ettiren kişinin bir çok sözcüğü aynı anda tescil ettirmesinin ve bunları

---

<sup>114</sup> BOZBEL, Savaş, **Domain Names ve ICANN Tahkim Usulü**, Prof.Dr.Ömer Teoman’ a 55.Yaş Günü Armağanı, Cilt 1, İstanbul 2002, s.237

satmasının tek başına kötü niyetin varlığına delil sayılamayacağını ve alan adı tescil ettirenin şirketin ününden yararlanmadığı sürece alan adının tescilin hukuka uygun olduğuna karar vermiştir. Uygulamada çok eleştirilen bu kararın, aksi yönünde pek çok karara rastlamak mümkündür.<sup>115</sup>

### ***bb-Usuli Şartlar:***

ICANN tarafından yetkilendirilen kuruluşlardan birine yapılan yazılı müracaat ile tahkim usulü açılmış olur.Yapılan başvuruda, bütün bilgi, belge ve delillerin tek tek belirtilmesi gerekir.Zira, daha sonradan delil sunmak mümkün değildir.

Tarafların, tahkim yoluna başvurmadan evvel, yerel mahkemelerde dava açmış olmaları halinde ya da tahkim sırasında dava açılmış olması halinde bunu Tahkim Heyetine bildirmeleri gerekmektedir.

Dava dilekçesinin gerekli şartlara havi olması durumunda, bir örneği Tahkim Heyeti tarafından karşı tarafa bildirilir.Dava dilekçesinin karşı tarafa gönderilmesi için talepte bulunan, gereken tüm dava masraflarını, davayı kazanması halinde davalı tarafından geri ödenmek ve alacak olarak kaydedilmek üzere öder.

---

<sup>115</sup> ÜNLÜ, Av.Selma Toplu, **Domain Names (İnternet Alan Adları) İnternet Üzerinde Marka Tecavüzü ve Haksız Rekabet**, [www.mehmetgun.com.tr/Domain\\_names.htm](http://www.mehmetgun.com.tr/Domain_names.htm) ( 29.11.2005)

Tahkim Heyetinin eksik bularak iade ettiği dava dilekçesi verilen süre içerisinde düzeltilmezse, yeniden başvuru hakkını kaybetmeksizin, dilekçe hiç verilmemiş sayılır.

Dava dilekçesi verilmesi için gereken maddi ve şekli şartlar dava dilekçesine karşı verilecek cevap dilekçesi için de aynen geçerlidir. Cevap dilekçesinde de, bütün karşı delillerin sunulması gerekmektedir. Davalı, usulüne uygun olarak tebligat yapıldığı halde, süresi içinde cevap vermezse, bu aynı zamanda UDRP 4.madde anlamında kötü niyetli tescil ve kullanım sayıldığından, Tahkim Heyeti davacının talebi ve delillerine göre karar verecektir.<sup>116</sup>

Tahkim Heyeti, yazılı olarak vereceği kararını UDRP tarafından düzenlenen maddi kurallara ve eğer dava başka bir hukuk sistemini de etkilemekteyse bu hukuk sistemine de dayandıracaktır. Yorum gerektiren hallerde, genel hukuk prensipleri göz önüne alınmalıdır.

Verilen kararın taraflara tebliğinden itibaren 10 günlük bekleme süresinin ardından, alan adını tescil eden makamın kararı hemen uygulamalı ve alan adını talepte bulunana devretmeli ya da davalı adına yapılan tescili silmelidir. Ancak, dava aleyhine sonuçlanan taraf, yerel mahkemelerde diğer taraf aleyhine dava açarsa,

---

<sup>116</sup> BOZBEL, Savaş, **Domain Names ve ICANN Tahkim Usulü**, Prof.Dr.Ömer Teoman' a 55.Yaş Günü Armağanı, Cilt 1, İstanbul 2002, s.241



hakem kararı hemen uygulanmayacaktır ve bu davanın sonucu tescil eden kuruluşa haber edilecektir.<sup>117</sup>

UDRP uygulaması ile marka hakkı sahibine,<sup>118</sup>

- Alan adının terkinini veya kendisine devredilmesini talep etme hakkı vermektedir.
- Maddi veya manevi tazminat istemek mümkün değildir.Tazminat talep edilmesi halinde, yerel mahkemelerde dava açılması yoluna gidilmelidir.
- İhtiyati tedbir kararı verilmesi mümkün değildir.
- Kaybeden tarafın temyiz hakkı yoktur.Çünkü, ICANN tahkim yolu, idari çözüm yoludur ve temyiz söz konusu değildir. Kaybeden taraf, yerel mahkemelerde dava açabilir.

#### **c-NOMINET Usulü :**

Nomet İngiltere’de hükümet, İnternet endüstrisi ve kullanıcıları tarafından resmi olarak tanınan “.uk” (ccTLD) İnternet alan adlarını veren bu alan adı ile ilgili uyuşmazlıklara çözüm getiren kuruluşur.

<sup>117</sup> BOZBEL, Savaş, **Domain Names ve ICANN Tahkim Usulü**, Prof.Dr.Ömer Teoman’ a 55.Yaş Günü Armağani, Cilt 1, İstanbul 2002, s.244

<sup>118</sup> ÜNLÜ, Av.Selma Toplu, **Domain Names (İnternet Alan Adları) İnternet Üzerinde Marka Tecavüzü ve Haksız Rekabet**, [www.mehmetgun.com.tr/Domain\\_names.htm](http://www.mehmetgun.com.tr/Domain_names.htm) ( 29.11.2005)

Nominet'e yapılan bir şikayet öncelikle Nominet içerisindeki gayri resmi arabuluculuk birimi tarafından çözümlenmeye çalışılır. Eğer burada taraflar arasında bir uyuşma sağlanamazsa hakem kararı elde etmek üzere şikayetçi hakem masraflarını ödemeye davet edilir. Masraflar zamanında ödendikten sonra uyuşmazlık çözüm prosedürü başlar ve bu devrede şikayetçinin şikayetinden sonuç elde edebilmesi için hakeme şunları ispatlaması gerekmektedir:

- Alan adıyla ayırt edilemeyecek kadar aynı veya benzer bir markayla ilgili haklara sahip olduğunu.
- Şikayet edilenin elindeki alan adının kötü niyetli bir tescil olduğunu.

Nominet' in uyuşmazlık çözüm prosedürlerinde, tescilin yapıldığı veya kazanımın vuku bulduğu tarihte haksız avantaj teşkil eden veya şikayetçinin haklarına haksız olarak zarar veren bir şekilde tescil edilen veya herhangi bir şekilde kazanılan alan adları ile haksız avantaj teşkil eden veya şikayetçinin haklarına haksız olarak zarar verecek şekilde kullanılan alan adları kötü niyetli tescil olarak ifade edilmiştir. Bir alan adının kötü niyetle tescil edilmiş olduğuna kanıt teşkil edebilecek faktörler de prosedürler de sayılmıştır.

- Esas olarak alan adının tescil edilmesi veya başka herhangi bir şekilde elde edilmesi ile doğrudan ilgili olarak cevap veren taraftan yapılan belgeli harcamalardan fazla olan bir değer karşılığında alan adının şikayetçi veya şikayetçinin rakiplerinden birine satışı, kiralanması veya herhangi bir şekilde transferi amacıyla tescil yaptırılması.

- Şikayetçinin hak sahibi olduğu bir isim veya markaya karşı onun önünü tıkayacak şekilde tescil yapılması.
- Esas olarak haksız biçimde şikayetçinin işini bozmak amacıyla tescil yapılması.
- Şikayet edilenin alan adını, alan adının şikayetçi adına tescilli olduğu, onun tarafından işletildiği veya onun tarafından yetki verildiği ya da herhangi bir şekilde şikayetçi ile ilişkisi olduğu kanaatini uyandırarak insanların kafasını veya işleri birbirine karıştıracak şekilde kullandığını gösteren durumlar.
- Uyuşmazlık konusu alan adının kötünüyetle tescil edilmiş olduğunu gösteren diğer durumlarla bağlantı içinde, şikayetçinin şikayet edilenin kötünüyetli tescil yapma işini meslek haline getirdiğini kanıtlaması.

Hakemler uyuşmazlığı çözerken Nominet kuralları dışında İngiliz hukukuna da başvururlar. Prosedürün 1. maddesine göre “haklar” İngiliz hukuku uyarınca uygulanabilir olanları da kapsayan ancak bununla sınırlı olmayan haklar olarak tanımlanmaktadır. Bunun anlamı şikayetçinin marka ile ilgili haklarının kapsamının sadece İngiltere’de tanınanlarla sınırlı olduğu değil ama hem şikayetçinin kendi ülkesindeki hem de başka ülkelerdeki haklarının da bu tanıma dahil olduğudur.<sup>119</sup>

---

<sup>119</sup>ÖZDİLEK, Av. Ali Osman, **Alan Adlarında Uyuşmazlık Çözüm Mekanizmaları; Örnekler ve Türkiye**, Montreal Mayıs 2003

## B) MARKA HAKKI SAHİBİNİN HAK VE YETKİLERİ

Alan adı olarak tescil edilen isim bir marka ise, Türk Hukuku bakımından bu markanın korunması ve marka hakkı sahibinin bu bağlamda sahip olacağı hak ve yetkiler, markanın tescil edilmiş olup olmamasına göre değişmektedir.

Başkalarının haklı olarak kullandıkları ve Markalar Siciline kayıtlı markalardan oluşan alan adlarına karşı, marka sahibinin talep edebileceği yaptırımların dayandığı düzenleme, 556 sayılı Markalar Hakkındaki KHK' nin 62.maddesidir.

*Madde 62: ‘Marka hakkı tecavüze uğrayan marka sahibi, mahkemedен, aşağıdaki taleplerde bulunabilir:*

- a) Marka hakkına tecavüz fiillerinin durdurulması,*
- b) Tecavüzün giderilmesi ve maddi ve manevi zararın tazmini,*
- c) (Değişik: 3/11/1995-4128/5 md.) Marka hakkına tecavüz dolayısı ile üretilmesi veya kullanılması cezayı gerektiren eşya ile bu eşyaları üretmeye yarayan araç, cihaz, makine gibi vasıtalara el koyulması talebi.*
- d) (c) bendi uyarınca el konulan ürünler üzerinde kendisine mülkiyet hakkının tanınması, (Bu durumda, söz konusu ürünlerin değeri, tazminat miktarından düşülür. Bu değer, kabul edilen tazminatı aştığı zaman, marka sahibinin fazlayı karşı tarafa ödemesi gerekir.).*
- e) (Değişik: 3/11/1995-4128/5 md.) Marka hakkına tecavüzün devamını önlemek*

*üzere tedbirlerin alınması, özellikle bu maddenin (c) bendine göre el koyulan ürünlerin ve araçların üzerlerindeki markaların silinmesi veya marka hakkına tecavüzün önlenmesi için kaçınılmaz ise imhası talebi.*

*f) Marka hakkına tecavüz eden kişi aleyhine verilen mahkeme kararının, masrafları tecavüz eden tarafından karşılanarak, ilgililere tebliğ edilmesi ve kamuya yayın yoluyla duyurulması.”*

Tescil edilmiş markaların korunması hakkında 556 sayılı KHK’ nin hükümlerine göre, tescil edilmiş bir marka üzerindeki hakkın ihlali halinde marka hakkı sahibi, tecavüzün men’i, tecavüzün ref’i, tecavüzün tespiti ve tecavüzün gerçekleşmesine katkıda bulunan vasıtalara el konulmasını talep edebilir ve bu taleplerin ileri sürülebilmesi için marka hakkını ihlal edenin kusurlu olmasına gerek yoktur.Kusur da mevcut ise, tazminat davaları söz konusu olabilecektir.

Dolayısıyla, KHK’ nin 62. maddesi gereği marka hakkı sahibi, alan adının kullanılmasının durdurulması amacıyla dava açabileceği gibi, tecavüzün giderilmesi ve maddi ve manevi tazminat taleplerini de birlikte dava edebilir.

Men davası marka hakkına tecavüz eyleminin önlenmesi ve bu eyleme son verilmesi talebini içerir. Tecavüzün men’ i davasının açılabilmesi için marka hakkına tecavüzün gerçekleşmiş ve devam etmekte olması gerekmektedir. Bu dava kabul edildiği takdirde, örneğin alan adı olarak tescilli bir markayı kullanan kişinin, dava konusu markayı kullanmamasına, markayı taşıyan alan adını hiçbir bilgi, belge,

iş evrakında ve reklamlarında kullanmamasına, bu alan adı altında hiçbir ticari faaliyette bulunamamasına vb. karar verilir.

Tecavüzün sonucu oluşan maddi durumun ortadan kaldırılması ve tecavüz eyleminden önceki durumun sağlanması isteniyorsa tecavüzün ref' i davası açılır. Bu durumda marka sahibi, tecavüze son verilip sonuçlarının ortadan kaldırılmasını istemekle beraber, tecavüzden dolayı uğradığı kazanç kaybını veya markaya tecavüzde bulunanın elde ettiği kazancı maddi tazminat olarak ve markanın uğradığı itibar kaybını da manevi zarar olarak talep edebilir. Zira, tecavüzün sonucu olan maddi durumun ortadan kaldırılması talebinin tek başına maddi ve/veya manevi tazminat sağlama niteliği yoktur.

Marka hakkı tecavüze uğramamakla birlikte tecavüz tehlikesine maruz kalmakta ise, doğması muhtemel olan tecavüz eyleminin önlenmesi için dava açılabilir. Örneğin, kişi henüz alan adını kendi adına kaydettirmemişse, ancak, tescil talebinde bulunmuşsa ya da tescil edilen alan adı altında faaliyet gösterecek olan web sayfası henüz kullanıma açılmamışsa ancak reklamlarında yakında söz konusu internet adresinde hizmet verecekleri belirtilmişse, burada da marka için tecavüz tehlikesi vardır.

556 sayılı KHK' nin 76.maddesi uyarınca, marka hakkına tecavüz olunması ya da tecavüz konusunda ciddi ve etkin çalışmalar yapılması halinde açılacak veya açılmış davanın etkinliğini sağlamak üzere ihtiyati tedbir kararı verilmesi istenebilir.

İhtiyati tedbir kararının verilmesinin talep edilebilmesi için marka hakkına Türkiye’ de tecavüz olunduğunun veya tecavüz konusunda ciddi bir tehdidin bulunduğunun ispat edilmesi<sup>120</sup> gerekir. Talep edilecek ihtiyati tedbir, hükmün etkinliğini sağlayacak nitelikte ve KHK’ nin 77.maddesinde düzenlenen tedbirleri kapsayacak nitelikte olması yani, tecavüz oluşturan fiillerin durdurulması, marka hakkına tecavüz edilerek üretilen veya ithal edilen şeylere el konulmasını kapsmalıdır.<sup>121</sup>

KHK’ nin 62.maddesini alan adları ile ilgili uyuşmazlıklar için uyguladığımızda, marka hakkı sahibinin, alan adının sicilden terkinini veya marka hakkı sahibi üzerine devrini isteme hakkı da vardır. Bu noktada İnternet Servis Sağlayıcıları önem kazanmaktadır. Çünkü, internete erişim hizmetini sağlamada münhasıran yetkili kuruluşlar olan İnternet Servis Sağlayıcılarının (İSS)<sup>122</sup> sorumlulukları da bu konuda değinilmesi gereken önemli bir husustur. Zira, İSS’ lerin haiz oldukları genel yükümlülükler, alan adları yoluyla marka hakkı ihlal edilen marka hakkı sahibinin taleplerin yerine getirilmesi noktasında önem taşır. Bir İSS;

- Resmi makamlarca yapılan talep doğrultusunda hukuka aykırı yayını sunumdan kaldırma,

---

<sup>120</sup> Bunu tam bir ispat olarak anlamamak gerekir.Mahkemenin, tedbir isteyen hakkı bulunduğu ikna edilmesi yeterlidir.

<sup>121</sup> ARKAN, Prof.Dr.Sabih, **Marka Hukuku**, Cilt II, Ankara 1998, s.225 vd

<sup>122</sup> İnternet sistemi içinde, internetin kullanıcılara ulaştırılmasına ve onların kullanımına sunulmasına aracılık eden ve sistemin işleminde birinci derece öneme sahip gerçek ya da tüzel kişiler internet servis sağlayıcısı olarak adlandırılmaktadır.İSS’ ler, kendileri internete doğrudan bağlı olup, bağlı olmayan kullanıcıların sisteme bağlanmalarını, onlara bir hesap açmak suretiyle sağlarlar.Ayrıntılı bilgi için bkz. Ar.Gör. SEVİ Nüket Evrim, **İnternet Servis Sağlayıcılarının Hukuki Sorumluluğu**, BATİDER, cilt XXII, sayı 3, Haziran 2004

- Resmi makamlarca yapılan talep doğrultusunda erişimi engelleme, hizmet talebini reddetme,
- Resmi makamlarca yapılan talep doğrultusunda bilgi sağlama,
- Şikayetleri değerlendirme ve ihbar,
- Herhangi bir surette haberdar olduğu hukuka aykırılığı ihbar,
- İrtibat noktası tesis etme ve kolayca ulaşılabilirliği sağlama konularında, her halukarda yükümlü olmalıdır.<sup>123</sup>

Tescili gerçekleştiren kuruluşun, sayılan yükümlülükleri nedeniyle duruma göre sözleşmeye dayalı ya da ya da yasal sorumluluğu doğabilir. Zira tescil talebinde bulunan ile tescili gerçekleştiren kuruluş arasında bir sözleşme ilişkisi, tescil edilen alan adının üçüncü kişilerin marka, isim, unvan ve işaretleri ile iltibasında veya herhangi bir şekilde haksız rekabet halinde hukuki yararları haleldar olanlara karşı haksız rekabetten kaynaklanan borç ilişkisi ve son olarak bir başkasının hukuk alanına müdahaleden dolayı sebepsiz zenginleşmeden doğan sorumluluğu vardır. Hukuki durum böyle olmakla birlikte, internet alan adı tescil ettirmek üzere yapılan başvuru sayısının oldukça fazla olması ve bu nedenle de gerektiği gibi bir incelemenin yapılmasının fiilen mümkün olmaması, tescili gerçekleştiren kuruluşların marka hakkının ihlalinden sorumlu tutulmamaları gibi bir eğilimin doğmasına yol açmıştır. Örneğin, Almanya’da, alan adlarını tescil eden kuruluş olan DENIC’ in hukuk danışmanları bir uyuşmazlık halinde, uyuşmazlık içine giren

---

<sup>123</sup> Ar.Gör. SEVİ Nüket Evrim, **İnternet Servis Sağlayıcılarının Hukuki Sorumluluğu**, BATİDER, cilt XXII, sayı 3, Haziran 2004, s.193 vd.



tarafları karşı karşıya getirdiklerini ve kendilerinin aradan çekildikten sonra, tarafların sorunlarını mahkeme kararı ile hallettikten sonra, mahkeme kararına uygun olarak hareket ettiklerini belirtmektedirler. Ancak, tescili gerçekleştiren kuruluş ile bu tescilden zarar gören marka hakkı sahibi arasında sözleşme ilişkisi bulunmadığından, zarar gören marka hakkı sahibine karşı sorumsuzluk kayıtları ileri sürülemez. Çünkü, marka hakkı sahibi zarar gören olarak, marka hakkının ihlal edilmesinden doğan zararının gerçekleşmesine doğrudan ya da dolayısıyla katkıda bulunan kişi ya da kuruluşların sorumluluğuna başvurabilir.<sup>124</sup>

Tescili gerçekleştirecek kuruluşun, özen ve sadakat yükümlülüğünü ve özellikle sözleşme öncesi aydınlatma yükümlülüğünü yerine getirmesi, ileride bir gün, tescil edilen bir alan adından yararlanabilme imkanının kaybedilmemesi bakımından, özellikle açıkça bir ismin gasbı veya haksız rekabet sayılan alan adları konusunda marka hakkı sahibini uyarmasını gerektirir.

Sonuç olarak marka hakkı sahibi, tescilli markasına tecavüz oluşturacak surette alan adı olarak kullanan kişi veya kuruluş ile bu alan adının tescil eden kuruluşun tecavüzün men'ini ve marka hakkına tecavüzün önlenmesi için gerekli tedbirlerin alınmasını talep edebilir.

---

<sup>124</sup> YILDIRIM, Yrd.Doç.Dr. Mustafa Fadıl, **İnternet Alan İsimlerini Tescil Eden Kuruluşların Sorumluluğu**, Prof.Dr.Fahiman TEKİL'in Anısına Armağan, İstanbul 2003, s.689 vd.

Ayrıca, 556 sayılı KHK' nin 72/1. maddesini de alan adlarına ilişkin uyuşmazlıklara uygulayabiliriz.

*Madde 72; ‘Dava sonucunda haklı çıkan taraf, haklı bir sebebin veya menfaatinin bulunması halinde, masrafları karşı tarafa ait olmak üzere kesinleşmiş kararın günlük gazete veya benzeri vasıtalarla tamamen veya özet olarak ilan edilmesini talep etmek hakkına sahiptir.*

*İlanın şekli ve kapsamı kararda tespit edilir. İlan hakkı, kararın kesinleşmesinden sonra üç ay içinde talep edilmezse düşer.’*

Bu durumda, marka hakkına tecavüz nedeniyle açılan dava sonucunda, haklı çıkan taraf, haklı bir sebebin veya menfaatinin bulunması durumunda, masrafları karşı tarafa ait olmak üzere, alan adının sicilden terkini veya kendi üzerine devrini de içeren kesinleşmiş kararın günlük gazete veya internet gibi vasıtalarla ilan edilmesini talep etmek hakkına da sahiptir.

Marka hakkına tecavüz halinde, dava açmaya marka sahibi yetkilidir ve marka hakkına tecavüzden doğan özel hukuka ilişkin taleplerde zamanaşımı süresi, Borçlar Kanunu'nun haksız fiillere uygulanan 1 ve 10 yıllık zamanaşımı süresine tabidir.

**Tanınmış markaların** durumunu da kısaca inceleyecek olursak; 556 sayılı KHK, tanınmış markalara diğer markalara oranla daha fazla bir koruma sağlamıştır. Zira, tescilli bir marka, sahibine, tescil kapsamına giren aynı veya benzer mal ve

hizmetle ilgili olarak koruma sağlarken, tescil edilmiş veya tescili için daha önce başvurulmuş bir markanın toplumda ulaşılmış olduğu tanınmışlık düzeyi nedeniyle haksız bir yararın sağlanabileceği, markanın itibarına zarar verilebileceği veya tescil için başvurusu yapılmış markanın ayırt edici karakterini zedeleyici sonuçlar doğurabileceği durumda, tescil edilmiş veya tescil için başvurusu daha önce yapılmış bir marka sahibinin itirazı üzerine, farklı mal ve hizmetlerde kullanılacak olsa bile, KHK' nin 8/IV.maddesine göre sonraki markanın tescil başvurusu reddedilir.

Tanınmış markalar için getirilen bu koruma, tanınmış marka ile alan adı ihlallerinde de sonuç doğurur. Çünkü, tanınmış bir markayı alan adı olarak kullanan kimsenin markanın tanınmışlığından istifade ederek, haksız bir kazanç sağlaması ve markanın itibarını zedelemesi olasılığı yüksektir. Bu nedenle, tanınmış marka sahibine sağlanan koruma fazla olacak ve bu tip bir markanın sahibinden farklı bir kimse tarafından kullanılmasına *her ne amaçla olursa olsun* müsaade edilmeyecektir.<sup>125</sup>

*Türkiye' de tescil ettirilmemiş olsa bile, Paris Konvansiyonu' nun*<sup>126</sup>  
*1.mükerrer 6.maddesine göre tanınmış marka niteliğinde olan yabancı markalar* da bazı haklardan yararlanır. Paris Konvansiyonu' nun ilgili maddesine göre; Birlik ülkeleri tescilin talep edildiği ülkenin yetkili makamları tarafından, söz konusu

---

<sup>125</sup> ARIKAN, Av.Fahri Murat, **Markaların Alan Adlarına Karşı Korunması**, İBD(2000), Cilt 74 sayı 7-8-9, s.788

<sup>126</sup> Sınai mülkiyet haklarının uluslar arası alanda korunması için 1883 yılında Paris Konvansiyonu kabul edilmiştir ve yabancı bir devlette tescil ya da kullanma yoluyla kazanılmış marka hakkının, sırf bu nedenle bir başka devlette korunmasının mümkün olmayacağı ilkesi kabul edilerek, markanın bir başka akit devlette korunabilmesi için o devletin hukukunda gereken şartların yerine getirilmesi koşulu aranmıştır.Ayrıntılı bilgi için bkz.ARKAN, Prof.Dr.Sabih,**Yabancı Markaların Türkiye' de Korunması**, BATİDER, cilt XX, sayı 1,Haziran 1999

ülkede bu anlaşmadan yararlanacağı kabul olunan bir şahsa ait olduğu aynı veya benzeri ürünlerde kullanıldığı herkesçe bilindiği mütalaa edilen bir markanın karışıklığa meydan verebilecek surette örneğini, taklidini veya tercümesini yapan bir fabrika veya ticaret markasının tescilini gerek ülke mevzuatı müsait olduğu takdirde doğrudan doğruya, gerekse ilgilinin isteği üzerine red veya hükümsüz kılmayı taahhüt ederler. 556 sayılı KHK' da da, Konvansiyonun bu hükmüne uygun olarak tanınmış markanın, sahibinin izni olmadan başka bir kişi adına tescil olunamayacağı, tescil olunmuşsa da bu tescilin hükümsüz sayılması için dava yolları gösterilmiştir. Aynı koruma yabancı tanınmış markanın, marka hakkı sahibi dışında bir kişi tarafından alan adı olarak tescili ve kullanılması yoluyla ihlali halinde de uygulama olanağı bulacağından, bu tür bir markaya alan adı yoluyla tecavüz halinde de, yabancı ve tanınmış marka hakkı sahibi, markasını Türkiye' de tescil ettirmemiş olsa dahi KHK' nın 62. vd. maddelerinde öngörülen talepleri ileri sürebilir.<sup>127</sup>

Paris Konvansiyonu' nun bu hükmünün uygulanabilmesi için ilgili markanın, korumanın talep edildiği ülkede kullanılması gerekmez, markanın ilişkili olduğu çevrede markanın Konvansiyondan yararlanabilecek bir yabancıya ait olduğunun *bilinmesi* yeterlidir.

İnternet alan adlarının marka ihlallerine bu derece açık olması nedeniyle özellikle ünlü markaların korunması hususunda WIPO, Amerika Birleşik Devletleri Hükümetinin teklifi ve diğer üye devletlerin de onayı ile Temmuz 1998' den itibaren

---

<sup>127</sup> ARKAN, Prof.Dr.Sabih, **Yabancı Markaların Türkiye' de Korunması**, BATİDER, cilt XX, sayı 1,Haziran 1999, s.6 vd.

uluslar arası katılımlı bir araştırma yürütmüştür ve bu süreçte alan adları ile markalar arasındaki ihtilafları araştırma neticesinde Nisan 1999’ da nihai bir rapor yayınlamıştır. WIPO nihai raporunda ünlü veya tanınmış markalara münhasırlık tanınması ve münhasırlık tanınan markaların yeni açık gTLDs’ e uygulanması öngörülmektedir. Uzmanlardan oluşan bir panel ünlü veya tanınmış marka sahibi olduğunu iddia eden başvurulara münhasırlık verilmesini, raporda örnek olarak sayılan kriterlere göre kararlaştıracaktır. Ayrıca, raporda, ICANN’ ın ünlü ve tanınmış markaların açık gTLDs’ in dışında bırakılmasını sağlayan sistemi getirmesi ve sözleşmeli sicil bürolarının tanınmış ve ünlü markaları bu şekilde korumasını ve alan adlarının belli bir süre için kayda alınmasını ve tekrar kayıt ücretine tabi olması ve belirlenen süre içinde tekrar kayıt ücretinin ödenmemesi ile kaydın iptalini sağlamaları tavsiye edilmektedir. Yine aynı raporda, alan adının bekleme süresinden önce bir bekleme süresine tabi tutulması ve alan adı tescillerinin öncelikle potansiyel olarak ihtilaf doğuracak markalarla incelenmesi şartına tabi tutulması tavsiye edilmemekle birlikte, ancak başvuranın bu araştırmayı yapmasını teşvik edecek uygun dilin alan adı başvurusunda yer alması tavsiye edilmektedir. WIPO’ nun raporda yer verdiği bu tavsiyeler ICANN tarafından büyük ölçüde uygulamaya koyulmuştur.<sup>128</sup>

---

<sup>128</sup> ANIK, Gülgün, **İnternet Alan Adı**, FMR, cilt 5, sayı 2005/4, s.83

## BÖLÜM IV

### A)TESCİL EDİLMEMİŞ MARKALARIN ALAN ADI OLARAK KULLANILMASI

Tescil edilmemiş olan bir markanın Markaların Korunması Hakkında KHK hükümleri ile korunması mümkün değildir. Tescil edilmeyen bir markanın alan adı olarak seçilmesi halinde haksız rekabet hükümlerine göre korunması mümkündür.

TTK m.56 göre, haksız rekabet, aldatıcı hareket ve iyi niyet kurallarına aykırı diğer yollarla ekonomik rekabetin her türlü kötüye kullanımınıdır.

Haksız rekabetin unsurları:

- Bir fiil ile ekonomik serbest rekabet hakkı kötüye kullanılmış olmalıdır.
- Bu kötüye kullanma, iyi niyet kurallarına aykırı bir kötüye kullanma olmalıdır.
- Haksız rekabet teşkil eden fiil dolayısıyla bir başkasının ekonomik yararları zarar görmüş veya zarar görme tehlikesine maruz kalmış olmalıdır.

Türk Ticaret Kanunu' nda örnek kabilinden haksız rekabet hallerinin sayıldığı 57/5. maddesinde iktibas ve iltibas suretiyle haksız rekabet hali düzenlenmiştir. Buna göre ;“..... *hususiyile başkasının haklı olarak kullandığı ad, ünvan, marka, işaret,*

*gibi tanıtma vasıtalarıyla iltibasa meydan verebilecek surette ad, ünvan, marka, işaret gibi tanıtma vasıtaları kullanmak ....” haksız rekabettir.*

TTK 57/5. maddesinde iktibas ve iltibas ayrımı yapılmamış, sadece iltibas kelimesine yer verilmiştir. Kanun koyucunun buradaki muhtemel düşüncesi, aynı türden olan ya da olmayan bütün tanıtıcı işaretler arasında karışıklık olabileceğinden iktibas ve iltibas ayrımı yapmadan, sadece geniş anlamda iltibas kelimesine yer vermek olmuştur. Ayrıca, TTK 57/5. maddesinde iktibas ve iltibasa neden olan hallerin saptanması hususunda hiçbir ölçüt getirilmemiştir. Bu konuda 556 sayılı KHK hükümlerinin uygulanması gerekir.<sup>129</sup>

Tescilli olmayan bir markanın alan adı olarak seçilmesi halinde, şartlar oluşmuşsa, haksız rekabet davası açılabilme imkanı mevcuttur. Burada alan ismi olarak kullanılan ve başkasına ait tescil edilmemiş markanın kullanılması, bir yanılmaya yol açmalıdır veya yanılma tehlikesi bulunmalıdır.<sup>130</sup> Örneğin, ticari işletmelerin, yazışmalarında, reklamlarında, antetli kağıtlarında kendilerinin ticari ünvanlarından başka ticari ünvanlar kullanması veya tescilli markalarından başka markaları belirtmesi, açık bir haksız rekabet hali teşkil edebilmektedir. Haksız rekabetin varlığını tesbitte, alan adı olarak başkası adına tescil edilmemiş markanın kullanılmasının yanılığa yol açması için alan adının tümü göz önünde tutulmalıdır.

---

<sup>129</sup> CENGİZ, Dilek, **Türk Hukukunda İktibas veya İltibas Suretiyle Marka Hakkına Tecavüz**, İstanbul 1995, s.16

<sup>130</sup> MEMİŞ, Yrd.Doç.Dr.Tekin, **İnternet Ortamında Haksız Rekabet Halleri ve Türk Hukuku**, İnternet ve Hukuk, Bilişim Hukuku Üzerine Yazılar , (Derleyen: Yrd.Doç.Dr.Yeşim ATAMER), Ocak 2004 İstanbul, s.104

Alan adı olarak kullanılan isimlerin işyeri hakkında yanlış ve yanıltıcı nitelikte olması durumu da haksız rekabet hali olabilir. Özellikle, Haksız Rekabete Karşı Kanun' un ilgili maddesinde, kendi şahsi durumu, ticari işletmesi, ticari unvanı, malları, iş mahsulleri, faaliyetinin sonuçları, fiyatları, stokları ve işleri hakkında yanlış veya yanıltıcı bilgiler veren, yahut bu tür beyanlarla üçüncü şahısları, rakiplerine nazaran üstün duruma getiren, kimsenin dürüstlüğü aykırı davranmış olacağı ifade edilmiştir. Alan adlarının işyeri, mallar ve hizmetler hakkında yanlış yönlendirmesine şu örnekler verilebilir: “.org” üst düzey alan adını bir ticaret şirketinin alan adında kullanması, eğitim kurumlarına ayrılmış olan “.edu” alan adının ticari bir bilgi bankası tarafından kullanılması, tamamen bölgesel çapta bir faaliyet gösteren şirketin Avrupa' yı ifade eden “.euro” ismini alan adında kullanması gibi. Bu durumda, “.edu.tr” ve “.gov.tr” gibi uzantılı sunumlarda haksız rekabete ilişkin hükümlerin uygulanıp uygulanmayacağı sorunu da gündeme gelmektedir. Ancak, bu üst düzey alan adları, devlete ve eğitim kurumlarına ait birimleri simgelediğinden ve haksız rekabetin söz konusu olabilmesi için ekonomik rekabet halinin mevcut olması gerektiğinden, bu hallerde haksız rekabete ilişkin hükümler uygulanamayacaktır. Çünkü, haksız rekabet açısından önemli olan faaliyetin içeriğidir ve markanın veya diğer ticari isimlerin alan adı olarak kullanılmasının ticari amaçla olması gerekmektedir.<sup>131</sup>

---

<sup>131</sup> MEMİŞ, Yrd.Doç.Dr.Tekin, **İnternet Ortamında Haksız Rekabet Halleri ve Türk Hukuku**, İnternet ve Hukuk, Bilişim Hukuku Üzerine Yazılar , (Derleyen: Yrd.Doç.Dr.Yeşim ATAMER), Ocak 2004 İstanbul, s.104-105



Yine bir diğer tanınmış şirketi veya ürünü karalayıcı alan adının alınması halinde haksız rekabet söz konusu olacaktır. Örneğin “*Karaca*” markasına ilave yaparak “*Çürük Karaca*” alan adının kullanılması gibi.<sup>132</sup>

Markaların alan adı olarak gayrı ticari amaçla kullanılması halinde 556 sayılı Markaların Korunması Hakkında KHK'nın hükümlerinin uygulanması mümkün olmamaktadır. Haksız rekabete dayana bir korumanın söz konusu olabilmesi için haksız rekabetin şartlarının varlığı gerekir. Haksız rekabet açısından önemli olan da faaliyetin içeriğidir. Uygulamada en çok görüldüğü şekilde başkasına ait ad ve işaretin ününden faydalanmak amacıyla aynı işaretin alan adı olarak kullanılması hem dürüstlük kuralına aykırılık hem de haksız rekabet oluşturur. Bu hallerde, Türk Ticaret Kanunu'nun 58. maddesinde gösterilmiş olan davalar açılabilir, özellikle alan adının kullanılmasının men'i amacıyla alan adının iptali dava edilebilir.<sup>133</sup> Ancak haksız rekabet fiilini işleyen kimseye karşı TTK. madde 58' de öngörülen davalardan birinin açılabilmesi için, yalnızca, ekonomik ve serbest rekabet hakkının kötüye kullanılması, bu kötüye kullanmanın iyi niyet kurallarına aykırı olması ve bu fiil dolayısıyla başkasının (marka hakkı sahibinin) ekonomik yararlarının zarar görmüş veya zarar görme tehlikesine maruz kalmış olması gerekmektedir. Bunun

---

<sup>132</sup> MEMİŞ, Yrd.Doç.Dr.Tekin, **İnternet Ortamında Haksız Rekabet Halleri ve Türk Hukuku**, İnternet ve Hukuk, Bilişim Hukuku Üzerine Yazılar , (Derleyen: Yrd.Doç.Dr.Yeşim ATAMER), Ocak 2004 İstanbul, s.105

<sup>133</sup> NOMER, Yrd.Doç.Dr.Fusun, **İnternet Alan Adının Hukuki Niteliği ve Marka ve Ticaret Ünvanı Gibi Ayırt Edici Ad ve İşaretler ile Arasında Benzerlik Bulunması Sebebiyle Doğabilecek Hukuki Sorunlar**, Hayri DOMANIÇ'e Armağan, İstanbul 2001, s.407

dışında, haksız rekabet fiilini işleyen kimse ile haksız rekabete maruz kalan arasında rekabet ilişkisinin varlığı gerekli değildir.<sup>134</sup>

## **B) TESCİLSİZ MARKA SAHİBİNİN HAK VE YETKİLERİ**

TTK' da haksız rekabet teşkil eden eylemlere karşı hukuki sorumluluk halleri 58-63. maddelerinde düzenlenmiştir. TTK' da düzenlenmiş bulunan bu yaptırımlar, haksız rekabet eyleminin tespiti davası, haksız rekabetin men' i davası, haksız rekabetin sonucu olan maddi durumun ortadan kaldırılması davası, maddi ve manevi tazminat davası ile ihtiyati tedbir talebidir.

*“Madde 58 - Haksız rekabet yüzünden müşterileri, kredisi, mesleki itibarı, ticari işletmesi veya diğer iktisadi menfaatleri bakımından zarar gören veya böyle bir tehlikeye maruz bulunan kimse:*

*a) Fiilin haksız olup olmadığının tesbitini;*

*b) Haksız rekabetin men'ini;*

*c) Haksız rekabetin neticesi olan maddi durumun ortadan kaldırılmasını, haksız rekabet yanlış veya yanıltıcı beyanlarla yapılmışsa bu beyanların düzeltilmesini;*

*d) Kusur varsa zarar ve ziyanın tazminini;*

*e) Borçlar Kanununun 49 uncu maddesinde gösterilen şartlar mevcutsa manevi tazminat verilmesini; isteyebilir. Davacı lehine ve (d) bendi hükmünce*

---

<sup>134</sup> MEMİŞ, Yrd.Doç.Dr.Tekin, **Alan İsmi Etrafında Ortaya Çıkan Hukuki Sorunlar**, <http://www.teknoturk.org/docking/yazilar/tt000116-yazi.htm> (04.01.2006)

*tazminat olarak hakim, haksız rekabet neticesinde davalının elde etmesi mümkün görülen menfaatin karşılığına dahi hükmedebilir.’’*

Haksız rekabetin tespiti, men' i ve haksız rekabetin sonucu olan maddi durumun ortadan kaldırılmasını talep edebilmek için davalının kusurlu olması gerekmez. Zira, haksız rekabet oluşturan eylemin en önemli unsuru objektif iyiniyet kurallarına aykırılık oluşturmastır.<sup>135</sup> Ancak, maddi ve manevi tazminat davalarının açılabilmesi için kusurun aranması gerekir.

İnternet alan adı olarak kullanma yoluyla marka hakkı ihlal edilen kişinin, dava açması ve karar alabilmesi uzunca bir süre alacaksa ve bu zaman içinde marka hakkı internet alan adı olarak kullanılmak suretiyle veya o alan adı altındaki web sayfasının içeriği nedeniyle çeşitli şekillerde ihlallere maruz kalacak ve bu nedenle markanın itibarı zedelenecek veya alan adı sahibi markanın itibarından haksız olarak ticari kazanç elde edecekse vs. ve bu değişiklikler sonucu mahkeme kararının icrası mümkün olmayacaksa mahkemenin kesin hükmüne kadar geciktirilmesi tehlikeli olan veya önemli bir zarara neden olacağı anlaşılan durumlarda tehlikeyi önlemek amacıyla TTK m.63 hükmü ile ihtiyati tedbir kurumu getirilmiştir.

*Madde 63: ‘‘Dava açmak hakkını haiz olan kimsenin dilekçesi üzerine mahkeme, mevcut vaziyetin olduğu gibi muhafaza edilmesine, 58 inci maddenin birinci fıkrasının (b) ve (c) bentlerinde yazılı olduğu veçhile haksız rekabetin neticesi olan maddi durumun ortadan kaldırılmasına, haksız rekabetin men'ine ve yanlış*

---

<sup>135</sup> CENGİZ, Dilek, **Türk Hukukunda İktibas veya İltibas Suretiyle Marka Hakkına Tecavüz**, İstanbul 1995, s.153

*veya yanıltıcı beyanların düzeltilmesine ve lüzumlu diğer tedbirlerin alınmasına Hukuk Muhakemeleri Usulü Kanununun ihtiyati tedbir hakkındaki hükümlerine göre karar verebilir.’’*

Burada kanun koyucu, haksız rekabet eylemlerinin niteliğini ve bu eylemlerden doğan ve giderilmesi zor ve zaman alıcı ve hatta imkansız sonuçları düşünerek, sanki dava sonucunda karar verir gibi, yargılamadan önce ve geçici surette haksız rekabetin men’ ini ve haksız rekabetin sonucu olan maddi durumun ortadan kaldırılmasını ihtiyati tedbir yoluyla talep edilebilmesini mümkün kılmıştır.

Dava açmak hakkına sahip olan kişinin talebi üzerine mahkeme, Hukuk Usulü Muhakemeleri Kanunu’ nun ihtiyati tedbire ilişkin 101-113.maddelerine göre şu kararları verebilir:<sup>136</sup>

- Mevcut vaziyetin olduğu gibi muhafaza edilmesine,
- Haksız rekabet neticesi olan maddi durumun ortadan kaldırılmasına,
- Haksız rekabetin men’ ine,
- Yanlış veya yanıltıcı beyanların düzeltilmesine,
- Lüzumlu görülen diğer tedbirlerin alınmasına.

Tescilsiz bir markanın alan adı olarak kullanılması ile ihlalinin tespitini talep edebilmek imkanını da TTK m.58/1 ile getirilmiştir. Marka hakkı sahibi, açacağı tespit davası ile davalı alan adı sahibinin, dava konusu markanın aynısının veya

---

<sup>136</sup> NOYAN, Erdal, **Marka Hukuku** 1.Basım, Ankara 2003, s.276

iltibas yaratacak kadar benzerini alan adı olarak tescil ettirmesinin haksız rekabet eylemi oluşturup oluşturmayacağını tespitini talep eder.

Haksız rekabetin men' i davası, önleyici özelliği olan bir davadır ve haksız rekabet eyleminin gerçekleştiği ve devam etmekte olduğu hallerde veya haksız rekabet eyleminin henüz doğmadığı ancak doğmasının kuvvetle muhtemel olduğu hallerde ve yahut sona ermiş bir haksız rekabet eyleminin tekrarlanması ihtimali halinde, haksız rekabet eyleminin veya olasılığının önlenmesi ve son verilmesi talebini içeren bir davadır.<sup>137</sup>

Haksız rekabetin neticesi olan maddi durumun ortadan kaldırılması veya haksız rekabet, yanlış veya yanıltıcı beyanlarla yapılmışsa bu beyanların düzeltilmesi talebi alan adı yoluyla marka hakkının ihlali halinde, markanın aynının veya ayırt edilemeyecek kadar benzerinin alan adı olarak kullanılmasına son verilmesi yani alan adının tescilinin terkininin veya marka hakkı sahibi üzerine devrinin sağlanması veya alan adında ve web sayfasının içeriğinde marka sahibi kişi veya kuruluş ile ticari ve idari bağlantı izlenimi uyandıracak ibarelerin silinmesi veya bu alan adı altında yapılan ticari olsun olmasın faaliyetin marka sahibi kişi veya kuruluşla ilgisinin olmadığı biçiminde düzeltilmesi şeklinde olacaktır. Marka hakkı sahibi bu dava ile, haksız rekabet eyleminden önceki durumun sağlanmasını isteyecektir.

---

<sup>137</sup> CENGİZ, Dilek, **Türk Hukukunda İktibas veya İltibas Suretiyle Marka Hakkına Tecavüz**, İstanbul 1995, s.155 vd.

Haksız rekabet eylemi nedeniyle maddi zarara<sup>138</sup> uğrayan kişi, haksız eylemde bulunanın kusurlu olması koşuluyla uğradığı maddi zararın tazminini talep edebilecektir. Haksız rekabet davalarında talep edilecek olan tazminat taleplerinde önemli olan hem davacının zararının tatmin edilmesi hem de rekabet ortamının dengelenmesidir.<sup>139</sup>

Haksız rekabet nedeniyle zarara uğrayan kişilerin zararlarını kanıtlayabilmeleri oldukça zor olduğundan, bir zarar oluştuğunda veya zarar doğmamış olmakla beraber doğabileceği tehlikesi oluştuğunda ya da hiçbir zarar söz konusu olmamasına rağmen hakka tecavüz eden kişi kazanç elde ettiğinde dahi hakkı tecavüze uğrayanın tazminat hakkı doğar. Çünkü, zararın kanıtlanması mümkün olsa da, sadece uğranılan zararın esas alınarak tazminata hükmedilmesi tatmin edici olmayacaktır. Bu nedenle ve özellikle bu çalışmanın konusu olması nedeniyle, tescilli ya da tescilsiz markanın itibar ve şöhretinden haksız biçimde faydalanarak veya kötüye kullanarak alan adı olarak tescil ettiren kişiler eylem veya eylemlerinin sonuçları devam ettiği sürece marka hakkı sahibinin emeği ile ortaya koymuş olduğu değerlere dayanarak büyük karlar elde etmekte ve genellikle bu karlar marka hakkı sahibinin zararından daha fazla olmaktadır. Dolayısıyla, TTK 58/1.maddesi sayesinde davalının haksız rekabet eylemi nedeniyle elde etmesi mümkün görülen menfaatin karşılığına hükmedilmeli ve tazminat miktarının belirlenmesinde

---

<sup>138</sup> Kişinin maddi varlığında onun isteği ve iradesi dışında bir eksilme meydana getirildiğinde veya maddi varlığının artması önlendiğinde maddi zarara uğramış demektir. Ayrıntılı bilgi için bkz.EREN, Prof.Dr.Fikret, **Borçlar Hukuku**, Cilt.I, İstanbul 1998, s.486 vd.

<sup>139</sup> CENGİZ, Dilek, **Türk Hukukunda İktibas veya İltibas Suretiyle Marka Hakkına Tecavüz**, İstanbul 1995, s.156; KARAYALÇIN, Prof.Dr.Yaşar, **Ticaret Hukuku I**, Ankara 1968, s.470

davalının haksız rekabet eylemi yapmasa idi elde edemeyecek olduğu çıkarlar dikkate alınmalıdır.<sup>140</sup>

Haksız rekabet eylemlerine karşı, Borçlar Kanunu' nun 49 .maddesindeki koşullar mevcut olduğu takdirde manevi tazminata hükmedilebilir. BK.49.maddesi kişilik haklarını korumaya yönelik bir madde olup haksız rekabet hallerinde uygulanması halinde iktisadi kişilik haklarına bir saldırı olması hali dikkate alınacaktır. Özellikle, ticaret unvanı, marka, işletme adı gibi ticari ve mesleki şöhret, itibar taşıyan işaretlerin iktisadi kişilik haklarının zarara uğraması yaygındır. Markanın alan adı olarak kullanılması ile, bu alan adı altındaki web sayfasının içeriği yoluyla kötülenmesi, markanın ilişkin olduğu mal ve hizmetlerin niteliksiz gösterilmesi, markanın ait olduğu kişi ya da kuruluş üzerine tescilli alan adı ve web sayfası olduğu yönünde müşterinin yanıltılması, markanın ve marka sahibinin itibarının web sayfasında verilen bilgiler, görüntüler, yapılan ticari faaliyet vb. sarsılması ve bu gibi nedenlerle müşterilerin azalması manevi tazminatın talep edilebilmesi için yeterlidir.

Haksız rekabet eylemlerinin tamamen önlenmesi ve sonuçlarının ve zararlarının ortadan kaldırılması için TTK 58.maddenin son fıkrası ile, bir kimse aleyhine 58.maddenin ( b) ve (c) bentleri gereğince verilen hükmün, haksız rekabete konu malları elde etmiş kişiler hakkında da uygulanacağı ve bu şekilde markaya

---

<sup>140</sup> CENGİZ, Dilek, **Türk Hukukunda İktibas veya İltibas Suretiyle Marka Hakkına Tecavüz**, İstanbul 1995, s.158 vd.; NOYAN, Erdal, **Marka Hukuku** 1.Basım, Ankara 2003, s.274 vd.

tecavüzün önlenmesine ilişkin kararın söz konusu hukuka aykırılığı bilmeden ticari amaçla olsun ya da olmasın elde etmiş kişiler için de uygulanacağı düzenlenmiştir.

*“ Madde 58/ son: Birinci fıkranın b ve c bentleri gereğince bir kimse aleyhine verilmiş olan hüküm, haksız rekabete mevzu olan malları, doğrudan doğruya veya dolayısıyla ondan elde etmiş olan şahıslar hakkında da icra olunur.”*



## SONUÇ

İnternetin bilgi ve teknoloji toplumunda önemi ve etkinliği arttıkça kişilerin ve kurumların önünde yeni imkanlar yaratmıştır. Şirketler veya kişiler kendi tanıtımlarını, reklamlarını, ürünlerini internette kendi alan adları altında yapmak istemektedirler. Ancak, bu çalışmaya da konu olduğu üzere, kişi veya kurumlar bu amaçla alan adı almak istediklerinde, kendi alan adlarının daha önceden başkası tarafından tescil edildiği sürprizi ile karşılaşmışlardır. Ancak, bu çalışmanın da konusunu oluşturması nedeniyle özellikle markaların alan adları karşısında nasıl korunması gerektiği incelendiğinde, dünyada ve Türkiye’ de yeni bir hukuk alanı olması nedeniyle hukuki boşluklar bulunmaktadır. Bu nedenle alan adları ve alan adlarının marka hakkı üzerindeki etkisi etrafında yoğunlaşan tartışmalar devam etmekte olup, bu konuda yeterli ve etkili hukuksal düzenlemeler henüz yapılmamıştır. ICANN Tahkim Usulü özellikle domain grabbing<sup>141</sup> karşı etkili bir yöntem olmakla birlikte tüm alan adı ve marka hukuku ihlallerini kapsamına almaması nedeniyle de yetersiz kalmıştır.<sup>142</sup> ICANN Tahkim Usulü’ ne karşı mevcut olan bu eleştirilere rağmen, tahkim usulünün hem çabuk işlemesi hem de dava masraflarının nispeten düşük olması ve uyuşmazlığın çözüm sürecinde tarafların hazır bulunmaları gerekliliğini ortadan kaldırması nedeniyle başvuruları arttırmış ve

---

<sup>141</sup> Bkz.Bölüm III, s.47

<sup>142</sup> ICANN Tahkim Usulüne başvurabilmek için gereken şartlardan biri de markanın tescilli olmasıdır. Bu nedenle ‘ common law trademarks’ in tescilsiz marka olarak dikkate alınması haksız kararlara sebep olmuştur. Bkz. BOZBEL, Savaş, Domain, **Domain Names ve ICANN Tahkim Usulü**, Prof.Dr.Ömer Teoman’ a 55.Yaş Günü Armağanı, Cilt 1, İstanbul 2002, s.253 vd.

bu sayede alan adları yoluyla marka hakkı ihlallerinde büyük oranda azalma olmuştur.

Ancak, doktrinde, bu kuruluşların verdiği kararlara karşı mahkemelere gitme yolunun açık bırakılması, tarafların kararları haklı bulmadıkları her durumda olayı mahkemeye taşımaları ile zorlu ve masrafları bir yargılama aşamasının daha başlamasına sebep olması bakımından eleştirilmiştir.

Ülkemizde alan adlarının tescilini yapan kuruluş olan ODTÜ' nün diğer ülkelerde aynı görevi yapan kuruluşlara kıyasla tescilde sıkı şartlar araması, verilen alan adlarının başkalarının haklı olarak kullandığı marka, ticaret unvanı, işletme adı vb. gibi ayırt edici ad ve işaretlere benzerlik sebebiyle doğacak uyuşmazlıkları önlemiştir. ODTÜ' nün alan adlarını tescil ederken uyguladığı katı kurallar anılan uyuşmazlıkları daha doğmadan engellemesi bakımından olumlu olarak değerlendirilirken, kişi ve kurumların alan adı olarak sadece haklı olarak kullandıkları marka veya ticaret unvanını alan adı olarak tescil ettirebileceklerine ilişkin kural, alan adları tescillerini yurt dışına kaçırması ve bu alanda oluşabilecek içtihadları dolaylı olarak engellemesi, ilginç ve yeni alan adlarının doğmasını engellemesi açısından da eleştirilmiştir. Gerçekten de Türkiye' de sırf bu kural nedeniyle kişi veya kuruluşlar .com ekli veya ülke kodu taşıyan alan adlarını almaktan kaçınmakta ve özellikle bu tür şartlar istemeyen yabancı kuruluşlardan alan adı alma yoluna gitmektedirler.

Ayrıca, ODTÜ' nün bu katı kuralı uygulamasındaki muhtemel çözümsüzlük düşüncesi de doğru değildir. Zira, marka hakkı sahibine ait olan markanın alan adı olarak kullanılması halinde, öncelikle uygulanabilecek hüküm olan Türk Ticaret Kanunu' nun haksız rekabeti düzenleyen 56 vd. maddeleri ile ayrıca tescilli markaların korunmasına ilişkin Markaların Korunması Hakkında 556 sayılı KHK' nın 9. ve 61. maddeleri ile marka hakkı korunmasız kalmayacaktı. Yine alan adı olarak kullanılan isimler üzerinde Medeni Kanun' un 24. ve 25 .maddeleri ile isimleri haksız olarak kullanılan gerçek ve tüzel kişilerin isim hakkının korunması sağlanmıştır. Sonuç olarak, markaların ve benzeri ayırt edici ad ve işaretlerin alan adları karşısında korunması hususunda ortaya çıkan ihtilaflar marka hukuku, haksız rekabet hukuku ve medeni hukuk çerçevesinde ve uluslararası kuruluşların çözümlerinden de faydalanmak suretiyle çözüme kavuşturulacaktır.

ODTÜ' nün yapılan eleştiriler karşısında uyguladığı yöntem ve politikaları yumuşatması yanı sıra, alan adı veren bu kurumun denetlenmesi ve hukuki bir düzenlemeye konu olması tavsiye edilmekle birlikte, yabancı ülkelerden alınan alan adlarının önüne geçebilmek için bu konuda idari yaptırımlar getirilmesi ve böylelikle sadece Türkiye' de faaliyet gösteren bir firmanın başka ülkelerden alan adı almasının engellenmesi tavsiye edilmektedir.

Yine yürürlükteki hukukumuz bakımından İSS' lerin sorumluluğuna ilişkin bir düzenleme mevcut olmadığından, yapılacak bir düzenleme ile İSS' ler için sınırları belli, muğlak ifadelerden arınmış ve kesin ve belirgin bir sorumluluk getirilmelidir.İSS' ler bu düzenleme çerçevesinde, ihlalden haberdar olduğunda bu

durumu yetkili birime ihbar etmeli ve buradan gelen talep üzerine bu alan adı ile sunulan yayını sunumdan kaldırma veya durdurma gibi gerekli tüm yardım ve işbirliğini yapmalıdır.

## KAYNAKÇA

- ANIK, Gülgün .....İnternet Alan Adı, FMR, cilt 5,  
sayı 2005/4
- ARIKAN, Dr. Ayşe Saadet .....İnternetin Fikri ve Sınai Haklar  
Üzerindeki Etkisi, Uluslararası  
İnternet Hukuku Sempozyumu,  
21-22 Mayıs 2001, İzmir 2002
- ARIKAN, Av. Fahri Murat .....Markaların Alan Adlarına Karşı  
Korunması, İBD(2000), Cilt 74  
sayı 7-8-9
- ARKAN, Prof.Dr.Sabih .....Marka Hukuku, Cilt I,  
Ankara 1998
- ARKAN, Prof.Dr.Sabih .....Marka Hukuku, Cilt II,  
Ankara 1998
- ARKAN, Prof.Dr.Sabih .....Ticari İşletme Hukuku,  
Ankara 1999
- ARKAN, Prof.Dr.Sabih .....Yabancı Markaların Türkiye' de  
Korunması, BATİDER, Cilt XX,  
sayı 1, Haziran 1999
- BOZBEL, Savaş .....Domain Names ve ICANN  
Tahkim Usulü Prof.Dr.Ömer  
Teoman' a 55.Yaş Gün Armağanı,  
Cilt 1, İstanbul 2002

- CENGİZ, Dilek .....Türk Hukukunda İktibas veya  
İltibas Suretiyle Marka Hakkına  
Tecavüz, İstanbul 1995
- DERİCİOĞLU, M. Kaan .....Görüş Mart 2000  
[www.tusiad.org.tr/yayin/gorus/42/  
08derici.pdf](http://www.tusiad.org.tr/yayin/gorus/42/08derici.pdf)
- DİRİKKAN, Dr.Hanife .....Tanınmış Markanın Korunması  
Ankara 2003
- EKŞİ, Doç.Dr.Nuray .....Türk Mahkemelerinin Milletler  
Arası Yetkisi, İstanbul Şubat 2000
- EREN, Prof.Dr. Fikret .....Borçlar Hukuku, Cilt I  
İstanbul 1998
- EROĞLU, Yrd.Doç.Dr.Sevilay .....Marka Hakkını Kurucu ve  
Koruyucu Olarak İnternette  
İşaretten Yararlanma  
Kemal OĞUZMAN' a Armağan  
İstanbul 2002
- ESİNOĞLU, Av. Birant .....www.marmarapatent.com.tr  
(09.12.2005)
- GÜNDAY, Metin .....İdare Hukuku, Ankara 2002
- KARAMEHMET Erdoğan
- YALÇINER Uğur G. ....Marka Tescilinin Temel İlkeleri ve  
Uygulamaları, Türk Patent  
Enstitüsü Yayınları, Ankara 1999

- KARAN, Av.Gülay (çev.) .....Dünya Fikri Mülkiyet Teşkilatı  
Kararı (Nokia Corporation v.Nick  
Holmes Kararı) Ankara Barosu  
Fikri Mülkiyet ve Rekabet  
Hukuku Dergisi, Yıl 2,Cilt 2,sayı3
- KARAN, Dr.Hakan/KILIÇ, Mehmet .....Markaların Korunması 556 Sayılı  
KHK Şerhi ve İlgili Mevzuat,  
Ankara 2004
- KARAYALÇIN, Prof.Dr.Yaşar .....Ticaret Hukuku I, Ankara 1968
- KIRCA, DoçDr.İsmail .....Tescilli Markanın Alan Adı  
Olarak Kullanılması,Prof.Dr.  
Ömer Teoman'a 55.Yaş Günü  
Armağanı, İstanbul 2002
- MEMİŞ, Yrd.Doç.Dr.Tekin .....İnternette Cins Ve Meslek  
İsimlerinin Alan İsmi Olarak  
Kullanılması Ve Ortaya Çıkan  
Hukuki Sorunlar, Erzincan Hukuk  
Fakültesi Dergisi sayı:1-2, 2000
- MEMİŞ, Yrd.Doç.Dr.Tekin .....Bilgi Toplumu ve Hukukçu, e-  
akademi, sayı 1, paragraf 30-31,  
www.e-akademi.org, Mart 2002

- MEMİŞ, Yrd.Doç.Dr.Tekin .....İnternet Ortamında Haksız  
Rekabet Halleri ve Türk Hukuku,  
Bilişim Hukuku Üzerine  
Yazılar,İnternet ve Hukuk  
(Derl:Yrd.Doç.Dr.Yeşim  
ATAMER) İstanbul 2004
- MEMİŞ, Yrd.Doç.Dr.Tekin .....Alan İsmi Etrafında Ortaya Çıkan  
Hukuki Sorunlar (04.01.2006)  
[http://www.teknoturk.org/docking  
/yazilar/tt000116-yazi.htm](http://www.teknoturk.org/docking/yazilar/tt000116-yazi.htm)
- MERAN, Necati .....Marka Hakları ve Korunması  
Ankara 2004
- NOMER, Yrd.Doç.Dr.Füsun .....İnternet Alan Adının Hukuki  
Niteliği ve Marka ve Ticaret  
Ünvanı Gibi Ayırt Edici Ad ve  
İşaretler ile Arasında Benzerlik  
Bulunması Sebebiyle Doğabilecek  
Hukuki Sorunlar, Hayri  
DOMANIÇ'e Armağan,  
İstanbul 2001
- NOYAN, Erdal .....Marka Hukuku 1.Basım,  
Ankara 2003



Orta Doğu Teknik Üniversitesi

- Bilgi İşlem Daire Başkanlığı ..... “.tr Altında Yer Alan İnternet Alan Adlarının (Domain Names) Belirlenmesinde İzlenen Politikalar, Yöntemler ve Kurallar”’ <http://dns.metu.edu.tr>
- ÖZDİLEK, Av. Ali Osman ..... Alan Adlarında Uyuşmazlık Çözüm Mekanizmaları; Örnekler ve Türkiye Montreal Mayıs 2003
- SEVİ, Ar. Gör. Nüket Evrim ..... İnternet Servis Sağlayıcılarının Hukuki Sorumluluğu, BATİDER, cilt XXII, sayı 3, Haziran 2004
- ŞANAL, Osman ..... Markanın Hükümsüzlüğü, Ankara 2004
- TEKİNALP, Prof. Dr. Ünal ..... Markanın Üçüncü Kişi Tarafından Kullanılması, Prof. Dr. Oğuz İMREGÜN’ e Armağan, İstanbul 1998
- ÜNLÜ, Av. Selma Toplu ..... Domain Names (İnternet Alan Adları) İnternet Üzerinde Marka Tecavüzü ve Haksız Rekabet [www.mehmetgun.com.tr/Domainnames.htm](http://www.mehmetgun.com.tr/Domainnames.htm) (29.11.2005)

YILDIRIM, Yrd.Doç.Dr Mustafa Fadıl .....	İnternet Alan İsimlerini Tescil Eden Kuruluşların Sorumluluğu, Prof.Dr.Fahiman TEKİL'in Anısına Armağan, İstanbul 2003
<a href="http://www.iana.org/cctld/cctld-whois.htm">www.iana.org/cctld/cctld-whois.htm</a> .....	(09.12.2005)
<a href="http://www.icann.org/homepage">www.icann.org/homepage</a> .....	(09.12.2005)
<a href="http://www.icann.org/tlds">www.icann.org/tlds</a> .....	(09.12.2005)
<a href="http://www.icann.org/udrp/udrp-rules">www.icann.org/udrp/udrp-rules</a> .....	Usul Kuralları-RUDRP
<a href="http://www.icann.org/udrp/udrp-policy">www.icann.org/udrp/udrp-policy</a> .....	Yeknesak Kurallar- UDRP
<a href="http://www.istanbulpatent.com.tr">www.istanbulpatent.com.tr</a> .....	(09.12.2005)
<a href="http://www.kurul.ubak.gov.tr">www.kurul.ubak.gov.tr</a> .....	tr alan adları uyuşmazlıkları çözüm önerileri-taslak
<a href="http://www.online-recht.de/OLGFrankfurt970213.htm">www.online-recht.de/OLGFrankfurt970213.htm</a> ..	(09.12.2005)
<a href="http://www.wipo.org">www.wipo.org</a> .....	(09.12.2005)