

MARKALARIN KORUNMASI HAKKINDA K.H.K Madde 7:

KHK Madde 7'de 11 bent halinde mutlak ret sebepleri sayılmaktadır. Mutlak red sebepleri olarak kabul edilen aşağıdaki işaretler hiçbir şekilde marka olarak tescil edilemezler:

1- KHK Madde 5 kapsamına girmeyen işaretler:

KHK Madde 5'te markanın içereceği işaretler açıklanmaktadır. Bu madde kapsamında markanın içereceği işaret diğer mal veya hizmetlere göre ayırt edici nitelikte olması kaydıyla kişi adları dahil olmak üzere sözcükler, şekiller, harfler, sayılar, malların biçimi veya ambalajları gibi çizimle görüntülenebilen veya benzer biçimde ifade edilebilen, baskı yoluyla yayınlanabilen ve çoğaltılabilen her türlü işaret olabilir. Sayılan koşulları sağlamayan bir işaretin marka olarak tescil edilmesi KHK Madde 7'ye göre mümkün değildir. Bu madde ile, uluslararası uygulamalara paralel olarak, marka kavramına sınırlama getirilmemiş ve marka kavramının doğrudan tanımlamasından kaçınılmış; markanın kapsayacağı işaretler ele alınarak yeni marka kullanım şekillerinin kapsam dışı kalması önlenmiştir.

2- Aynı veya aynı türdeki mal veya hizmetle ilgili olarak tescil edilmiş veya daha önce tescil için başvurusu yapılmış bir marka ile aynı veya ayırt edilemeyecek kadar benzer markalar:

Bu durumun uygulanmasında önem arz eden husus usule uygun olarak aynı veya aynı türdeki mal veya hizmetlerle ilgili olarak önceki bir tarihte tescil işleminin ya da tescil başvurusunun yapılmış olmasıdır.

3- Ticaret alanında cins, çeşit, vasıf, kalite, miktar, amaç, değer, coğrafi kaynak belirten veya malların üretildiği, hizmetlerin yapıldığı zamanı gösteren veya malların ve hizmetlerin diğer karakteristik özelliklerini belirten işaret ve adlandırmaları münhasıran veya esas unsur olarak içeren markalar:

Yargıtay 11. Hukuk Dairesi'nin 07.09.1999 tarihli E.3535/K.6593 sayılı kararında da belirtildiği üzere, tasviri işaretler olarak kabul edilip sayılan bu işaretler markada asıl unsur ise mutlak red sebebi olarak kabul edilecektir. Ancak; bu işaretlerin markada yardımcı unsur olarak kullanılması mutlak red sebebi oluşturmayacaktır.

4- Ticaret alanında herkes tarafından kullanılan veya belirli bir meslek, sanat veya ticaret grubuna mensup olanları ayırt etmeye yarayan işaret ve adları münhasıran veya esas unsur olarak içeren markalar:

Bu bendin mutlak red sebebi olarak sayılmasının sebebi; sayılan durumlarda markanın esas unsuru olan ayırt edici olma özelliğini taşımayışıdır. Örneğin; sarraf, banka, kasap işaretleri gibi işaret ve adlar.

Yargıtay 11. Hukuk Dairesi'nin 7.2.200 tarihli E.1999/9814, K. 2000/829 sayılı kararında, Pet Hospital davasında, İngilizce olsa bile "Pet Hospital" markasının süs hayvanları hastanesi anlamına geldiğinden bir meslek, sanat ve ticaret grubuna mensup olanları ayırt etmeye yarayan deyimlerden olduğuna hükmetmiştir.

5- Malın özgün doğal yapısından ortaya çıkan şeklini veya bir teknik sonucu elde etmek için zorunlu olan, kendine malın şeklini veya mala asli değerini veren şekli içeren markalar:

Örneğin; otomobil lastiği, yastık, bardak, kaşık, çatal, ceket, pantolon, çorap, uçak, otomobil, gemi, vana, cam, ayakkabı, klozet, çeşme, saksı, sandalye, cüzdan, bilgisayar ve hesap makinesi şekli gibi tamamıyla fonksiyonları ifade eden kamuya mal olmuş şekillerin tescili mümkün değildir ve tescil başvurusu reddedilmelidir.

6- Mal veya hizmeti niteliği, kalitesi veya üretim yeri, coğrafi kaynağı gibi konularda halkı yanıltacak markalar:

Bu işaretler markanın esas unsuru olmamakla birlikte yardımcı unsur olarak tescil edilebilirler; meğerki bu işaretler yan unsur olarak halkı yanıltıcı nitelikte olsun. “ekstra”, “süper” ya da “lüks” gibi sıfatların markanın içinde yer alması durumunda bu yasak kapsamında kabul edilip edilmeyeceği doktrinde tartışmalı olmakla birlikte, bu konu ağırlıklı olarak haksız rekabet hukukuna ilişkindir.

Yargıtay 11. Hukuk Dairesi'nin 22.12.1992 tarihli E.1991/4992, K.1992/11613 sayılı kararında bu tarz ibarelerin reklamlarda kullanılmasının haksız rekabet oluşturmayacağına; buna karşılık doğru verilere dayanmamaları, yanlış olmaları veya yanıltıcı nitelikte karşılaştırmaları ve abartı ifadeleri içermeleri halinde haksız rekabet oluşturacağı görüşündedir.

7- Yetkili mercilerden kullanmak için izin alınmamış ve dolayısıyla Paris Sözleşmesi'nin 2'nci mükerrer 6'ncı maddesine göre reddedilecek markalar:

Paris Sözleşmesi'nin 2'nci mükerrer 6'ncı maddesine göre birlik ülkelerine ve bunların üyesi oldukları milletlerarası kuruluşlara ait işaretlerin, kullanmak için yetkili mercilerden izin alınmamışsa tescil talebi reddedilecektir. Örneğin; Türk Bayrağı, Cumhurbaşkanlığı Arması, TSE, NATO, BM gibi kısaltmalar ve bunlara ait arma ve amblemler.

8- Paris Sözleşmesi'nin 2'nci mükerrer 6'ncı maddesi kapsamı dışında kalan ancak kamuyu ilgilendiren, tarihi, kültürel değerler bakımından halka mal olmuş ve ilgili mercilerin tescil izni vermediği diğer armalar, amblemler veya nişanlar içeren markalar:

Bu işaretler toplumun ortak mirası olup, tüm toplum bu işaretleri kullanma hakkına sahiptir. Örneğin; Osmanlı padişahlarına ait tuğralar, Ayasofya Camii, vb.

9- Sahibi tarafından izin verilmeyen Paris Sözleşmesi'nin 2'inci mükerrer 6'ncı maddesine göre tanınmış markalar:

Yargıtay 11. Hukuk Dairesi'nin 13.3.1998 tarihli E.1997/5647, K.1998/17044 sayılı kararına göre tanınmış marka, bir kişi veya teşebbüse sıkı bir şekilde bağlı; garanti, kalite, kuvvetli reklam ve yaygın dağıtım içeren; müşteri, akraba, dost ve düşman ayrımı yapılmaksızın, coğrafi sınır, kültür ve yaş farkı gözetilmeksizin aynı çevredeki insanlar tarafından refleks halinde ortaya çıkan bir çağırıştır.

Dünyaca tanınmış marka sahibine tanınmış bu hak aynı markanın aynı veya benzer ürünler veya hizmetler üzerinde tescil edilmesi halinde geçerlidir. Ayrıca, KHK ile getirilen bu koruma sadece Türkiye'de tescil edilmiş veya başvurusu yapılmış markalar için geçerlidir.

10- Dini değerleri ve sembolleri içeren markalar:

Bu işaretlere örnek olarak Kâbe resmi veya Peygamber, Tanrı, İncil kelimeleri vb. gösterilebilir. Bu işaretler halk üzerinde dini sömürü etkisi yarattığından KHK kapsamında marka olarak tescil edilemezler.

11- Kamu düzenine ve genel ahlaka aykırı markalar:

Yargıtay 11. Hukuk Dairesi'nin 8.2.2000 tarihli E.1999/7314, K. 2000/1195 sayılı kararında suça teşvik edici, insan haklarına, demokratik düzene aykırılık ve bölücülük içeren unsurları taşıyan markalar kamu düzenine; aile nizamı ve yerleşik örf ve adetlere aykırı unsur taşıyan markalar da ahlaka aykırı sayılmalıdır.

KHK Madde 7'nin 2. Fıkrasına göre; bir marka tescil tarihinden önce kullanılmış ve tescile konu mallar ve hizmetlerle ilgili olarak bu kullanım sonucu ayırt edici bir nitelik kazanmış ise yukarıda sayılan 1., 3. ve 4. hallerde markanın tescili red edilmez. Bu sebeple bu durumda açılacak markanın hükümsüzlüğü davasında, mahkeme tarafından markanın hükümsüzlüğüne karar verilmeyecektir.