İsmail Hakkı ADA

MÜKTESEP HAK VE KARIŞTIRILMA İHTİMALİ BAĞLAMINDA SERİ MARKALAR

onikilevha

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ VII
KISALTMALAR XV
GİRİŞ 1
I. KONUNUN TAKDİMİ 1
II. İNCELEME PLANI 2

BİRİNCİ BÖLÜM
SERİ MARKANIN KAVRAMSAL ÇERÇEVESİ, DEĞERLENDİRİLME ŞARTLARI VE BENZER KAVRAMLARDAN AYIRT EDİLMESİ

I. SERİ MARKA KAVRAMI 5
A. Genel Açıklamalar 5
B. Tanımı ve Örnekleri 9
C. Seri Markaların Oluşturulmasındaki Amaç 12
1. Ortak İşletme Vurgusu 13
2. Markanın Gençleştirilmesi 14
3. Kaynak Markanın Korunması 15
D. Seri Markanın Fonksiyonları 16
1. Ayırt Etme Fonksiyonu 17
2. Kaynak Gösterme Fonksiyonu 18
3. Reklam Fonksiyonu 18
4. Kaliteyi Garanti Fonksiyonu 19
II. SERİ MARKA OLARAK DEĞERLENDİRİLMEDE YARGITAY TARAFINDAN ARANILAN ŞARTLAR 20

A. Kaynak Marka Kullanımının Haklı Nedene Dayanması.....21
1. Kullanımın Haklı Nedene Dayanması Ölçütü 21
2. Kullanımın Haklı Nedene Dayandığı Haller 24
a. Tescil İlkesi - Gerçek Hak Sahipliği İlkesine Dayanan Kullanım.....24
b. Müktesep Hak Sahipliği İlkesine Dayanan Kullanım.....28
B. Kaynak Marka Kullanımının Uzun Süreli Olması.....29
1. Kaynak Markanın Tescil Tarihinin Önemi 29
2. Kaynak Markanın Kullanım Süresinin Önemi.....30
3. Kullanım Süresini Etkileyebilecek Başlıca Faktörler.....33
a. Kaynak Markanın Ayırt Edicilik Düzeyi 33
b. Kaynak Markanın Kullanıldığı Mal ve Hizmet 34
c. Reklam ve Tanıtım 35
C. Ortak Unsura Sahip Markaların Varlığı 36
1. Kök Unsurun Korunması 36
2. Kök Unsurun Bağımsız Olarak Tescili 39
3. Kök Unsur - Çatı Marka İlişkisi.....40
D. Ortak İşletme Anlayışının Sürdürülmesi.....41
1. Markaların Birbiriyle İlişkilendirilebilmesi.....41
2. Yeterli Marka Sayısının Varlığı 44
E. Mal ve Hizmet Sınıfının Genişletilmemesi.....46
F. Yeni Markaların Seri Oluşturma Amacı Taşıması ve Üçüncü Kişilerin Haklarını İhlal Etmemesi 49
III. SERİ MARKANIN BENZER KAVRAMLARDAN AYIRT EDİLMESİ 52
A. Ortak Marka ve Grup (Holding) Markaları 52
B. Garanti Markası 54
C. Savunma Markaları 55
D. Yedek Markalar 58
E. Marka Serileri (*Series of Marks*) 59

İKİNCİ BÖLÜM
MÜKTESEP HAK KAVRAMI VE MÜKTESEP HAKKA DAYALI SERİ MARKA BAŞVURUSU

I. MÜKTESEP HAK KAVRAMI 61
A. Genel Açıklamalar 61
1. Hak Kavramı ile İlişkisi 61
2. Tanımı 63
3. Korunması 65
B. Marka Hukukunda Müktesep Hak 65
1. Türk Hukukundaki Uygulama 66
2. Avrupa Birliği Hukukundaki Uygulama 68
a. Markaların Barış İçinde Birlikte Var Olması (*Peaceful Coexistence*) 68
b. Markaların Birlikte Var Olmasının Yeni Başvurular Üzerindeki Etkisi 69
3. Amerika Birleşik Devletleri Hukukundaki Uygulama 73
a. Başvuru Sahibinin Önceki Tescillerinin Etkisi 73
b. Morehouse Savunması (*Morehouse Defence*) 75
II. MÜKTESEP HAKKA DAYALI SERİ MARKA BAŞVURUSU 78
A. Genel Açıklamalar 78
B. Yargıtay'ın Konu ile İlgili Emsal Kararları 79
1. Ece Kararı 79
2. Ülker Donut Kararı 80
C. Uygulanma Şartları 81
1. Mükerrer Tescilli Markanın Varlığı 82
a. Marka Hukukunda Tek Sahiplik İlkesi 82
b. Tek Sahiplik İlkesine Getirilen İstisnalar 84
aa. Önceki Tarihli Marka Sahibinin Muvafakati 85
aaa. Genel Açıklamalar 85
bbb. Muvafakat Verilmesinin Sonuçları 86
bb. Sessiz Kalma Yoluyla Hak Kaybı 87

aaa. Genel Açıklamalar 87
bbb. Sessiz Kalma Yoluyla Hak Kaybının Sonuçları ... 89
2. Mükerrer Tescilli Markanın Çekişme Konusu Olmaktan Çıkmış Olması 90
a. Markanın Hükümsüzlük Tehdidi Altında Bulunmaması ... 90
b. Markanın Çekişme Konusu Olmaktan Çıkmış Sayılması İçin Gerekli Süre 92
aa. Kural: Hükümsüzlük Davasında Hak Düşürücü Süre .92
bb. İstisna: Çelişkili Davranış Yasağı Nedeniyle Hak Düşürücü Sürenin Beklenilmesine Gerek Olmayan Haller 94
aaa. Markanın Devredilmesi 94
bbb. Önceki Marka Sahibinin Muvafakat Vermesi 96
3. SMK m. 5/1-ç ve m. 6/1 Dışındaki Tescil Şartlarına Uygunluk 97
4. Seri Marka Olarak Değerlendirilme Şartlarını Karşılama 100

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM
SERİ MARKALARIN KARIŞTIRILMA İHTİMALİ BAKIMINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ

I. KARIŞTIRILMA İHTİMALİ KAVRAMI 103
A. Genel Açıklamalar 103
B. Görünüm Şekilleri 105
1. Doğrudan Karıştırılma İhtimali 105
2. Dolaylı Karıştırılma İhtimali 106
C. Karıştırılma İhtimali Değerlendirmelerinde Dikkate Alınacak İlgili Çevre 107
II. SERİ MARKALARIN KARIŞTIRILMA İHTİMALİNE KARŞI KORUNMASI 108
A. Genel Açıklamalar 108

B. Seri İçerisindeki Her Bir Markanın Bireysel Olarak Korunması . 111
1. Aynı veya Benzer Markaların Varlığı 112
a. Markaların Karşılaştırılması Hakkında 112
b. Marka Benzerliğinin Derecelendirilmesi..... 113
aa. Markalar Arasında Ayniyet..... 113
bb. Markalar Arasında Benzerlik..... 114
cc. Benzerliğin Görünüm Şekilleri..... 115
aaa. Görsel Benzerlik..... 115
bbb. İşitsel Benzerlik..... 116
ccc. Kavramsal Benzerlik..... 117
2. Aynı veya Benzer Mal veya Hizmetin Varlığı..... 119
a. Mal ve Hizmet Karşılaştırmasında Sınıfların Önemi..... 119
b. Mal ve Hizmet Benzerliğinin Derecelendirilmesi 120
aa. Mal ve Hizmet Arasında Ayniyet 120
bb. Mal ve Hizmet Arasında Benzerlik 121
3. Benzerliklerin Karıştırılmaya Neden Olması 123
C. Serinin Bir Bütün Olarak Korunması..... 124
1. Seri Markalar Arasına Sızma 124
2. Yargıtay ve Avrupa Birliği Adalet Divanı'nın Konuya Yaklaşımı 126
3. Korumanın Şartları 128
a. Seri Markaların Piyasada Kullanılması 128
aa. Seri Marka Algısının Oluşumunda Kullanımın Önemi..... 128
bb. Kullanımın İspatı ve Değerlendirme Ölçütleri..... 130
cc. Markaların Kullanıldığı Mal veya Hizmetin Niteliği. 132
dd. Seri Markaların Kullanımı ile Tescilli Markaların Kullanım Zorunluluğunun Karşılaştırılması 134
b. Ortak Karakteristik Özelliğe Sahip Markaların Varlığı.... 136
aa. Markalar Arasında İlişkilendirilmeyi Sağlayacak Karakteristik Özellik..... 136

bb. Kök Unsurun Zayıf Ayırt Edici Nitelikte Olmasının Markaların İlişkilendirilmesine Etkisi..... 138

SONUÇ 143

KAYNAKÇA 149