

# İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ .....	VII
İKİNCİ BASIYA ÖNSÖZ .....	IX
TEŞEKKÜR .....	XI
İÇİNDEKİLER .....	XIII
KISALTMALAR .....	XIX
GİRİŞ .....	1

## BİRİNCİ BÖLÜM

### MARKA KAVRAMI, FONKSİYONLARI, UNSURLARI ve MARKA OLABİLECEK İŞARETLER

I. MARKA KAVRAMI VE FONKSİYONLARI .....	3
A. Marka Kavramı .....	3
B. Markanın Fonksiyonları .....	5
1. Ayırt Etme Fonksiyonu .....	5
2. Kaynak Gösterme Fonksiyonu .....	7
3. Garanti ve Kalite Fonksiyonu .....	8
4. Reklâm ve İtibar Fonksiyonu .....	10
II. MARKANIN UNSURLARI .....	11
A. İşaret .....	12
B. İşaretin Açık ve Kesin Olarak Sicilde Gösterilmesi .....	12
C. Mal ve / veya Hizmet .....	14
D. Ayırt Edicilik .....	14
1. Ayırt Edicilik Kavramı .....	14
2. Ayırt Ediciliğin Tespitinde Esas Alınabilecek Kriterler .....	16
a. İşaretin Bütünlüğü .....	16
b. İşaretin Malın Zorunlu Bir Parçası Olmaması .....	18
c. İşaretin Kullanılacağı Mal / Hizmetler Yönünden Tanımlayıcılığı .....	19
d. İşaretin Anlamsal Gücü .....	20
e. İşaretin Karıştırılma İhtimali .....	20
3. Soyut ve Somut Ayırt Edicilik .....	21
a. Soyut ve Somut Ayırt Edicilik Kavramları .....	21
b. Soyut Ayırt Ediciliğin Kullanımla Kazanılmaması .....	23
4. Ayırt Ediciliği Belirlemede Esas / Yardımcı / Tâîf Unsur .....	25
a. Esas Unsur .....	26
b. Yardımcı ve Tâîf Unsur .....	27
III. MARKA OLABİLECEK İŞARETLER .....	28
A. Kişi Adları .....	28
1. Kişi Adı Kavramı .....	28
a. Ön Adların Marka Olarak Tescili .....	31
b. Soyadların Marka Olarak Tescili .....	32

c. Ön Ad ve Soyadların Ticaret Unvanında Kullanılması Hâlinde Marka Olarak Tescili .....	33
2. Kişi Adlarının Marka Olarak Tesciline İlişkin Kararlar ve Görüşler .....	35
a. Kişi Adlarının Tescilinde Gözetilen Dürüstlük İlkesi .....	36
b. Ön Ad/Aynı Ön Ad–Farklı Soyadı Kararlarında Ayırt Edicilik .....	37
c. Tanınmış Ön Ad / Soyadlarda Ayırt Edicilik .....	39
d. Aynı Ön Ad- Farklı Soyadı Kararlarında Ayırt Edicilik .....	41
e. Farklı Ön Ad- Aynı Soyadı Kararlarında Ayırt Edicilik .....	41
f. Soyad/Ön Ad ve Aynı Soyad Kararlarında Ayırt Edicilik .....	43
B. Sözcükler .....	44
1. Genel Olarak .....	44
2. Sözcük Markalarında Anlamsal İçerik .....	44
3. Sözcük Markasının Coğrafi Yer Adı Olması .....	46
4. Sözcük Markasının Şekil Unsuruyla Birleşmesi .....	48
C. Harfler, Sayılar ve Kombinasyonlar .....	48
1. Genel Olarak .....	48
2. Harf ve Sayılarda Soyut ve Somut Ayırt Edicilik .....	49
3. Harf Kombinasyonları .....	51
D. Şekiller .....	52
1. Genel Olarak .....	52
2. Sembol ve Noktalama İşaretleri .....	53
3. Şekil ve Sözcük Kombinasyonları .....	54
E. Üç Boyutlu Şekiller .....	55
1. Genel Olarak .....	55
2. Üç Boyutlu Şeklin Ayırt Edicilik Tespitinde Dikkat Edilmesi Gereken Hususlar .....	57
a. Şeklin Standarttan Farklı Olması .....	58
b. Şeklin Teknik Zorunluluk ve Doğal Yapıdan Kaynaklanmaması .....	60
c. Ambalajın Bilinen ve Geleneksel Şekilden Oluşmaması .....	63
3. Mimari Formların Üç Boyutlu Şekil Olarak Değerlendirilmesi .....	63
F. Renkler .....	65
1. Genel Olarak .....	65
2. Renk ve Marka İlişkisi .....	66
3. Marka Tescilinde Soyut/Somut Renk Ayrımı .....	70
a. Türk Hukukunda Soyut Renk Tescili .....	70
aa. Doktrin Görüşü .....	70
bb. Yargıtay Görüşü .....	72
cc. TPMK Görüşü .....	73
b. Türk Hukuku Dışında Soyut Renk Tescili .....	73
4. Renk Markalarına İlişkin İlkeler ve Verilen Kararlar .....	75
a. Soyut Rengin Grafikselsel Temsili .....	75
b. Soyut Rengin Tek Başına Kullanımının Aranmaması .....	78
c. Soyut Rengin Ürünün Fonksiyonuna İlişkin Olmaması .....	80
d. Soyut Rengin Kaynağı Olan İşletmeyi İşaret Etmesi .....	81
G. Sesler .....	82
1. Genel Olarak .....	82

2. Ses Markalarının Tesciline İlişkin Görüşler.....	84
3. Ses Markalarına İlişkin Dikkate Alınan İlkeler ve Verilen Kararlar.....	86
a. Ses İşaretinin Grafikselleşmesi Olarak Temsil Edilebilmesi.....	86
b. Sunulan Sonogramın Objektif Olarak Anlaşılabilmesi.....	88
c. Sesin Ürün Fonksiyonuna Ait Olup Olmadığının Tespiti.....	89
H. Kokular.....	90
1. Genel Olarak.....	90
2. Kokunun Marka Olarak Tescili.....	91
a. Türkiye Uygulaması.....	91
b. AB Uygulaması.....	93
c. ABD Uygulaması.....	95
3. Parfümlerin Marka Olarak Tescili.....	98
I. Tatlar.....	99
İ. Sloganlar.....	101
1. Genel Olarak.....	101
2. Sloganların Ayırt Edici Olabilmesi İçin Gerekli Kriterler.....	101
a. Herkesin Kullanabileceği Sıradan Bir Slogan Olmaması.....	102
b. Sloganın Aldatıcı, Yanıltıcı ve Dürüstlük Kuralına Aykırı Olmaması.....	103
c. Sloganın Tanımlayıcı Nitelikte Olmaması.....	103
J. Hareket Markaları.....	104

## İKİNCİ BÖLÜM

**MUTLAK RET NEDENLERİ BAKIMINDAN AYIRT EDİCİLİK ve AYIRT EDİCİLİĞİN  
KULLANIM YOLUYLA KAZANILMASI**

I. MUTLAK RET NEDENLERİ BAKIMINDAN AYIRT EDİCİLİK.....	107
A. Genel Olarak.....	107
B. Marka Olamayacak İşaretler.....	108
C. Herhangi Bir Ayırt Edici Niteliğe Sahip Olmayan İşaretler.....	109
D. Tanımlayıcı İşaretler.....	110
1. Tanımlayıcı İşaret Kavramı.....	110
a. Hükmün Düzenlenme Amacı.....	112
b. İşaretin Tanımlayıcı Olarak Kabulü İçin Gereken Kıstaslar.....	112
2. SMK'da Sayılan Tanımlayıcı İşaretler.....	114
a. Cins ve Çeşit Belirten İşaretler.....	114
b. Kalite, Değer Belirten İşaretler.....	116
c. Miktar, Amaç, Zaman Belirten İşaretler.....	118
d. Coğrafi Kaynak Belirten İşaretler.....	120
3. Tanımlayıcılık Kapsamında Değerlendirilen Hâller.....	122
a. Sözcük Markalarına İlişkin Tanımlayıcılık Hâlleri.....	123
aa. Yabancı Dildeki Sözcükler.....	123
bb. Birleşik sözcükler.....	125
cc. Çok Anlamlı Sözcükler.....	127
dd. Sloganlar.....	129
b. Şekiller.....	131

c. Renk Adları .....	133
d. Bitki Çeşitleri Adları .....	133
4. Tanımlayıcı İşaret Olmaktan Kaçınma Hâlleri .....	134
a. Belirli bir Form ile Yazılmış Tanımlayıcı Sözcükler .....	135
b. Gramatik Eşdeğerler .....	136
c. Kısaltmalar, Akronimler .....	139
E. Aynı veya Ayırt Edilemeyecek Kadar Benzer Olan Markalar .....	141
1. Genel Olarak .....	141
2. Hükmün Uygulama Şartları .....	141
a. Markaların Aynı veya Ayırt Edilemeyecek Kadar Benzer Olması .....	142
aa. Markaların Aynı Olması .....	142
bb. Markaların Ayırt Edilemeyecek Kadar Benzer Olması .....	144
b. Aynı veya Ayırt Edilemeyecek Kadar Benzerliğin Aynı veya Aynı Türdeki Mallar / Hizmetlerde Olması .....	147
aa. Sınıflandırma Kavramı .....	148
bb. Aynı veya Aynı Tür Mal / Hizmetler .....	149
(i) Aynı Mal/Hizmetler .....	149
(1) Tam Ayniyet .....	149
(2) Kısmi Ayniyet .....	150
(ii) Aynı Tür Mal / Hizmetler .....	150
3. Benzerlik Değerlendirmesinde Mutlak ve Nisbi Ret Farkı .....	151
a. Genel Olarak .....	151
b. Benzerliğe İlişkin Nisbi Ret Hükmü .....	156
aa. Aynı veya Benzer Markalar .....	156
bb. Aynı ya da Benzer Mal / Hizmetler .....	156
(i) İlişkili-Bağlantılı Sınıf Kavramı .....	157
(ii) Malların Bir Araya Getirilmesi Sınıfı Kapsamında Benzerlik Değerlendirmesi .....	159
cc. Karıştırılma (İltibas) Tehlikesi .....	161
(i) Karıştırılma (İltibas) Kavramı .....	161
(ii) Karıştırılma Tehlikesi Doğurabilecek Hâller .....	164
(1) Markaların Aynı- Mal/Hizmetlerin Benzer Olması .....	165
(2) Markaların Benzer- Mal / Hizmetlerin Aynı Olması .....	165
(3) Markaların ve Mal / Hizmetlerin Benzer Olması .....	165
(iii) İlişkilendirme - Çağırıştırma İhtimali .....	166
(iv) Karıştırılma Ölçütü .....	167
c. Benzerlik Değerlendirmesinde Dikkate Alınan Kriterler .....	169
aa. Görsel Benzerlik .....	170
(i) Genel Olarak .....	170
(ii) TPMK Değerlendirmesi .....	171
(iii) OHİM Değerlendirmesi .....	174
bb. İşitsel Benzerlik .....	175
cc. Anlamsal Benzerlik .....	177
4. Benzerliğe İlişkin AB Düzenlemesi .....	179
F. Ticaret Alanında Herkes Tarafından Kullanılan İşaretler .....	181
G. Malın Doğal Yapısından veya Teknik Zorunluluktan Doğan İşaretler .....	183

1. Malın Doğal Yapısından Ortaya Çıkan Şeklini veya Bir Başka Özelliğini İçeren İşaretler .....	184
2. Teknik Bir Sonuç Elde Etmek İçin Gerekli Şekiller .....	185
3. Mala Asli Değerini Veren Şekli veya Bir Başka Özelliğini İçeren İşaretler.....	186
II. KULLANIM YOLUYLA AYIRT EDİCİ NİTELİK KAZANMA .....	187
A. Kullanım Yoluyla Ayırt Edici Nitelik Kazanma Kavramı .....	187
B. Kullanım Yoluyla Ayırt Edicilik Kazanılmasında Dikkate Alınan Kriterler .....	189
1. Markasal Kullanım .....	189
a. Markasal Kullanım Kavramı .....	189
b. Markasal Kullanıma Nitelik Kazandırma Araçları .....	192
aa. Yoğun Kullanım .....	192
bb. Tanıtım .....	193
cc. Emek .....	194
2. Kullanım Süresi .....	194
3. Ayırt Ediciliğin Kazanıldığı Coğrafi Alan .....	196
4. İlgili Çevre .....	197
5. Benimsenme Oranı .....	198
C. Kullanım Yoluyla Ayırt Edicilik Kazanmanın Tespiti .....	200
D. Kullanım Yoluyla Ayırt Edici Hâle Gelme İddiasının Hangi Tarih İtibariyle İnceleneceği Hususu .....	202
1. Ayırt Ediciliğin Tescil Tarihinden Önce Kazanılması .....	202
2. Ayırt Ediciliğin Tescilden Sonra Kazanılması .....	205

### ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

#### MARKANIN AYIRT EDİCİ KARAKTERİNİN ZEDELLENMESİ

I. AYIRT EDİCİ KARAKTERİN ZEDELLENMESİ KAVRAMI .....	209
A. Ayırt Edici Karakterin Zedelenmesine İlişkin Nisbi Ret Hükümünün Kapsamı.....	209
1. Tanınmışlık Düzeyine Ulaşmış Marka .....	212
a. Tanınmışlık Düzeyine Ulaşmış Marka Kavramı .....	212
b. Paris Sözleşmesi'ndeki Tanınmışlıkla İlişkisi .....	216
c. Markanın Tanınmışlık Düzeyine Ulaşmış Sayılabilmesi İçin Gözetilecek Kriterler.....	220
aa. Objektif Kriterler .....	221
(i) İlgili Coğrafi Alan.....	221
(ii) Markanın Başka Ülkelerde Tescili .....	222
(iii) Yetkili Makamlar Tarafından Verilen Kararlar .....	222
bb. Subjektif Kriterler.....	223
(i) Toplumun İlgili Kesimi .....	223
(ii) Tanınmışlık Düzeyi.....	224
(iii) Markanın Ayırt Edici Niteliği .....	226
(iv) Tanıtım Faaliyetleri.....	227
(v) Markanın Ekonomik Değeri ve Diğer Faktörler .....	228
d. Markanın Türkiye'de Tanınmışlık Düzeyine Ulaştığının Tespiti.....	229
e. Türkiye'de Tanınmışlık Düzeyine Ulaşan Markanın Savunma Markası Olarak Tescili.....	233
aa. Savunma Markası Kavramı.....	233

(i) Markanın Kullanılması .....	234
(ii) Markanın Kullanılmış Sayılma Hâlleri.....	234
(1) Markanın Ayırt Edici Karakterini Değiştirmeden Kullanma .....	235
(2) Ciddi Kullanım .....	238
(3) Haklı Sebep.....	239
bb. Tanınmışlık Düzeyine Ulaşmış Markanın Savunma Markası Olduğu Sınıflarda İptali .....	240
(i) Savunma Markalara İlişkin İptal Davaları Hakkında Görüşler .....	241
(ii) Savunma Markalarının İptalinde Gözetilen Hususlar.....	244
(1) Hukuki Menfaat.....	244
(2) Kötüniyet.....	246
2. Haklı Sebep Kavramı .....	247
II. AYIRT EDİCİ KARAKTERİN ZEDELLENMESİ VE SULANDIRMA İLİŞKİSİ.....	249
A. ABD Hukukunda Sulandırma .....	250
1. ABD Hukukunda Sulandırma Kavramı .....	250
2. ABD Hukukunda Sulandırma Hâlleri.....	252
a. Tanınmış Markanın İtibarına Zarar Verilmesi (Tarnishment) .....	253
b. Tanınmış Markanın Ayırt Edici Karakterinin Zedelenmesi (Blurring).....	253
B. AB Hukukunda Sulandırma .....	254
1. AB Hukukunda Sulandırma Kavramı.....	254
2. AB Hukukunda Sulandırma Hâlleri .....	255
a. Tanınmış Markanın Ayırt Edici Karakterinin Zedelenmesi (Blurring).....	255
b. Tanınmış Markanın İtibarına Zarar Verilmesi (Tarnishment) .....	256
c. Tanınmış Markadan Haksız Yarar Sağlanması (free-riding) .....	256
III. TÜRK HUKUKUNDA AYIRT EDİCİ KARAKTERİN ZEDELLENMESİ .....	256
IV. TÜRK VE AB HUKUKUNDA AYIRT EDİCİ KARAKTERİN ZEDELLENMESİNE İLİŞKİN İLKE VE KARARLAR.....	258
A. Türk Hukukunda Ayırt Edici Karakterin Zedelenmesine İlişkin İlke ve Kararlar .....	258
1. Somut Delil Sunulması .....	258
2. Ciddi Bir Tehlikenin Varlığı .....	260
3. Tanınmış Markanın Ayırt Ediciliği .....	260
4. Mal ve Hizmet Sınıflarının Ayır Ayır Tespiti .....	261
5. Markalar Arası Benzerlik .....	263
B. AB Hukuku'nda Ayırt Edici Karakterin Zedelenmesine İlişkin İlke ve Kararlar .....	264
1. Adidas – Yassin Kararı .....	264
2. Swatch- Swatchball Kararı.....	265
3. Intel- CPM Kararı (Intel-Intelmark).....	267
4. Wolf Kararı .....	269
<b>SONUÇ.....</b>	<b>271</b>
<b>KAYNAKÇA.....</b>	<b>277</b>

## GİRİŞ

Sanayi Devrimi sonrası tarıma ve zanaata dayalı bir ekonomi sisteminden, makine üretiminin egemen olduğu bir sisteme geçiş süreci ister istemez tüm ülkeleri yeni pazarlar arama ve bulma yoluna sevk etmiştir. Teknolojinin ilerlemesiyle birlikte söz konusu süreçte, mal ve hizmetler arasındaki farkın gün geçtikçe azalmasıyla, mal ve hizmetler arasındaki farklılığı sağlayan unsur olarak marka kavramı öne çıkmıştır.

Günümüzde marka en önemli ekonomik güçlerden biri olarak; üretim, pazarlama, satış ve tanıtım aşamalarının ayrılmaz bir parçası hâline gelmiştir. Mevcut piyasa koşullarında çok sayıda mal ve hizmet bulunduğundan teşebbüsler, marka ile mal ve hizmetlerine bir kimlik kazandırmaya ve diğer kimliklerden ayrılabilmek için stratejiler yaratmaya çalışmaktadırlar. Bu noktada, markanın ayırt edici niteliğinin önemi ortaya çıkmaktadır. Markanın ayırt ediciliği sadece başvuru tescil safhasında gözetilmesi gereken bir önkoşul değil; markanın var olduğu süre boyunca diğer mal ve hizmetlerle karıştırılmada, ihlâl ve itirazlara konu olma süreçlerinde de göz önüne alınması gereken bir unsurdur.

Bu çalışmanın amacı, markadaki ayırt edicilik tespitlerinin subjektif temeller yerine objektif görüş ve ilkeler çerçevesinde değerlendirilmesine katkıda bulunarak, marka ile ilgili kişilerin eşit işlem ilkesinden yararlanmalarının önünü açmaktır. Anılan ilkeler, söz konusu işlemlerin keyfi uygulamalar ya da kararlarla güvensizlik yaratmalarının önüne geçebilmek ve marka hukukunun her aşamasında ayırt ediciliğin ne şekilde saptanabileceğini gösterebilmek için; AB, ABD, yabancı ülkelerin iç hukuk düzenlemeleri, ülkemiz mevzuatıyla irdelenerek belirlenmeye ve ulusal-uluslararası yargı ve patent- marka ofis kararları ile tasniflendirilmeye çalışılmıştır.

Ayrıca ülkemiz mevzuatı, 1995 yılından günümüze kadar olan süreçte yürürlükte olan 556 sayılı Kanun Hükmündeki Kararname ile 10.01.2017 tarihli Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren

6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu kapsamında karşılaştırılmalı olarak aktarılmaya çalışılmış, anılan hükümler arasındaki farklılıklar ve aynen korunan düzenlemeler belirtilmiştir.

Bu çalışma üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde; marka kavramı, markanın fonksiyonları, unsurları ve marka olabilecek işaretler açıklanmış; ikinci bölümde ise ayırt edicilik hususu mutlak ret nedenleri bakımından incelenmiştir. Ayırt edicilikle ilişkilendirilemeyen mutlak ret nedenleri ise konu kapsamı dışında bırakılmıştır. Ayrıca mutlak ret nedenlerine ilişkin hükümde düzenlenen kullanım yoluyla ayırt edicilik kazanılması konusuna da yer verilmiştir. Üçüncü ve son bölümde ise, ayırt edici karakterin zedelenmesi kavramı açıklanmış, bu kavram için bir önkoşul olan tanınmışlık düzeyine ulaşılma kavramı üzerinde durulmuş, ayırt edicilik ile ayırt edici karakterin zedelenmesi arasındaki ilişki vurgulanarak, söz konusu duruma ilişkin örnek kararlar aktarılmaya çalışılmıştır.



## KAYNAKÇA

- ADIGÜZEL, Burak: Tescil Edilmiş Tanınmış Markanın Kullanmama Nedeniyle Kısmen Hükümsüzlüğü, Dokuz Eylül Üniversitesi Hukuk Fakültesi, Prof. Dr. M. Polat Soyer'e Armağan, 2013, s. 1019-1044.
- AKIN, Sadettin: Tanınmış Markalar, TPE Uzmanlık Tezi, Ankara 2001.
- AKINTÜRK, Turgut: Medeni Hukuk, İstanbul 2016.
- AKİPEK, Jale G./ AKINTÜRK Turgut: Türk Medeni Hukuku Başlangıç Hükümleri-Kişiler Hukuku, 4. Basım, İstanbul 2015.
- ARKAN, Sabih: Marka Hukuku, C. 1, Ankara 1997.
- ARKAN, Sabih: Marka Hakkına Tecavüz – İşaretin Markasal Olarak Kullanılması Zorunluluğu, BATİDER 2000, C.XX, S. 3 (Kullanılma Zorunluluğu).
- ARKAN, Sabih: Yabancı Markaların Türkiye'de Korunması, BATİDER 1999, C. XX, S. 1, s. 5-17 (Yabancı Markalar).
- ARSEVEN, Haydar: Nazari ve Tatbiki Alameti Farika Hukuku, İstanbul 1951.
- AYHAN, Rıza/ ÇAĞLAR, Hayrettin: Ticari İşletme Hukuku Genel Esaslar, Ankara 2017.
- AYTEMİZ ÖZÜNEL, Ayşe: Marka Hukukunda Kullanım Sonucu Ayırt Edicilik Kazanılması ve Ayırt Ediciliğin Kaybedilmesi, Uzmanlık Tezi, Ankara 2010.
- BAHATTİN, Hatice; Tüketicinin Satın Alma Kararı Üzerinde Ambalaj Renklerinin Önemi ve Grafik Tasarım Öğrencilerinin Konu Üzerindeki Farkındalığının Ölçülmesi, Yüksek Lisans Tezi, Ankara 2013.
- BAILEY, Andrew: Trademark Functions and Protection for Marks With a Reputation, journal of IP Law and Practice, 2013/8, No. 1.
- BAINBRIDGE, David: Intellectual Property, Eight Edition, 2010.
- BATTAL, Ahmet: Türk Patent Enstitüsünün Markalarda İltibasın Önlenmesine İlişkin Yetkisi Yönünden Mutlak ve Nisbi Ret Nedenleri, Gazi Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, 2001/3.
- BENTLY Lionel / SHERMAN Brad: Intellectual Property Law, Third Edition, 2008.
- BİLGİLİ, Fatih: Marka Hakkının Kötüye Kullanılması, Ankara 2006 (Kötüye Kullanma).
- BİLGİLİ, Fatih: Avrupa Topluluğu Uygulamasında Yeni Marka Çeşitlerinin Hukuki Koruma Şartları, Ergun Özsunay'a Armağan, İstanbul 2004 (Koruma Şartları).

- BİLGİLİ Fatih; Yargıtay Kararları Uygulamasında 556 Sayılı Markaların Korunması Hakkında KHK'ya Göre Tescilli Markanın Kullanılması Zorunluluğu, TBB Dergisi, S.74, Ankara 2008 (Kullanılma Zorunluluğu).
- BOUCHOUX, Deborah: Intellectual Property: The Law of Trademarks, Copyrights Patents and Tradeseecrets, USA 2009.
- BOZBEL, Savaş: Fikri Mülkiyet Hukuku, İstanbul 2015.
- BOZGEYİK, Hayri: Tescilli Markanın Kullanılması ve Kullanmamaya Bağlı Sonuçlar, Prof. Dr. Fırat Öztan'a Armağan, C.I, Ankara 2010.
- BURTON, Helen: The UK Trade Marks Act 1994: An Invitation To An Olfactory Occasion, 17(8) European Intellectual Property Review (1995), s. 378-384
- CAMCI, Ömer: Marka Davaları, İstanbul 1999 (Marka Davaları).
- CAMCI, Ömer: Haksız Rekabet Davaları I, İstanbul 2002 (Rekabet Davaları).
- CENGİZ, Dilek: Türk Hukukunda İktibas ve İltibas Suretiyle Marka Hakına Tecavüz, İstanbul 1995.
- CHUROVICH, Douglas, D. : Scents, Sense Or Cents?; Something Stinks In The Lanham Act, 20 Saint Louis University Public Law Review (2001), s. 293-318.
- ÇAĞAN, Mehmet: Sizin Renkleriniz, Birharf Yayınları, İstanbul, Ekim 2005.
- ÇAĞLAR, Hayrettin: Marka Hukuku Temel Esaslar, Ankara 2015.
- ÇAĞLAR, Hayrettin: Tescilli Markanın Farklı Şekilde Kullanılması, FMR S.2,C. 7, 2007 (Kullanılma).
- ÇAMPINARLI, Duygu: Avrupa Birliği ve Türk Hukuku Açısından Markanın Sulandırılması Kavramının İncelenmesi, Türk Patent Enstitüsü Markalar Dairesi Başkanlığı, Uzmanlık Tezi, Ankara 2014.
- ÇELİK, Metin: Reklamda Tüketicinin Yönlendirilmesi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Radyo-Tv Ve Sinema Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul 2000.
- ÇOLAK, Uğur: Türk Marka Hukuku, İstanbul 2016.
- ÇOLAK, Uğur: Paris Sözleşmesi 6bis Maddesi Anlamında Tanınmış Markalar, FMR 2004, S. 2, s. 23-70 (Tanınmış Marka).
- DİLMAÇ, Şule: Uluslararası Metinlerde Tanınmış Marka ve Markanın Sulandırılması, Ankara 2014.
- DİRİKKAN, Hanife: Tanınmış Markanın Korunması, 2003.
- DİRİKKAN, Hanife: Tescilli Markayı Kullanma Külfeti, Oğuz İmregün'e Armağan, İstanbul 1998,s. 219-280. (Külfet)

- DOĞAN, Beşir Fatih: Soyut Renklerin Marka Olarak Tescil Edilebilirliği, FMR 2005/4, s. 37-64 (Soyut Renkler).
- DOĞAN, Beşir Fatih: Türk Alman ve AB Hukukuna Göre Marka Olmayacak İşaretlerin Kullanım Sonucu Ayırt Edici Nitelik Kazanarak Tescil Edilebilirliği Sorunu, FMR 2006/3 (Tescil Edilebilirlik Sorunu).
- DOĞAN, Beşir Fatih: Marka Hukukunda Kullanım Sonucu Ayırt Edici Güç Kazanma, BATİDER, Haziran 2007, CXXIV, S. 1, s. 219-237 (Ayırt Edici Güç).
- DOĞAN, Beşir Fatih: Marka Hukukunda Kullanım Sonucu Ayırt Edici Gücün Kazanılma Anı, FMR 2008/4, s. 11-22 (Güç Kazanılma Anı).
- DÖNMEZ, İrfan: Markalar ve Haksız Rekabet Davaları, Ankara 1987.
- DURMAZ, Ömer: Hızlı Tüketim Ürünlerinin Ambalaj Tasarımlarında Çağrışımsal Öğrenme İle Renk Kararları, Yüksek Lisans Tezi, İzmir 2009.
- EPÇELİ, Sevgi: Marka Hukukunda Karıştırılma İhtimali, İstanbul 2006.
- ER, Turan Hakkı: Markanın Doğuşu, Kurumsallaşması ve Yeni Marka Formları, Fikri Mülkiyet Hukuku Yıllığı, 2010.
- EROĞLU, Sevilay: Soyut Renk, Ses ve Üç Boyutlu İşaretlerin Marka Olarak Tescili, DEÜHFD, C. V, S.1, 2003.
- FHIMA, Ianah Simon: Trademark Dilution in Europe and United States, Oxford University Press 2011.
- FHIMA, Ianah Simon: Dilution in the United States and European Union (and Beyond) Part II: Testing for Blurring, Journal of Intellectual Property Law & Practice, 1 (10), 2006.
- GÜNEŞ, İlhami: Marka Hukukunda Önceye Dayalı Haklar ve Ayırt Edici İşaretler, İstanbul 2015.
- GÜRCAN, Necmettin Şevket: Ürün Teşhir Standlarında Renk Etkisi: Süpermarkette Bir Deney, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul 2008.
- GÜRZUMAR, Osman Berat: Yeni Markalar Kanunu Işığında İsviçre Marka Hukukunda Meydana Gelen Gelişmeler, Yargıtay Dergisi, 1994, C. XX, S. 4, s. 501-524.
- HAMMERSLEY, Faye M, 'The smell of success: trade dress protection for scents marks', 2 Marquette Intellectual Property Law Review (1998).
- İŞGÖR, Tülay: Sanayide ve Ticarete Markanın yeri ve Önemi, TPE Uzmanlık Tezi, Ankara 2001.
- JACOB, Sir Robin/ ALEXANDER, Daniel/LANE, Lindsay: A Guidebook to Intellectual Property Patents, Trade Marks, Copyright and Designs, 5th Edition, London, Sweet&Maxwell 2004.

- KARAAHMET, Erdoğan/ YALÇINER, Uğur: Marka Tescilinin Temel İlkeleri Ve Uygulamaları, Ankara 2011.
- KARADENİZLİ, Başak: Marka Tescilinde Ayırt Edicilik, Tanımlayıcılık ve Yanıltıcılık Değerlendirmelerinin Türkiye ve Yurt Dışındaki Uygulamaları ile Bunların Karşılaştırılması, Uzmanlık Tezi, Ankara 2008.
- KARADENİZLİ, Hasan Tolga: Yeni Marka Türleri ve Tescil Edilebilirlikleri, Uzmanlık Tezi, Ankara 2008.
- KARAHAN, Sami: Yeni Marka Hukukumuz ve İlgili Mevzuat, Konya 1996 (Mevzuat).
- KARAHAN, Sami: Ticari İşletme Hukuku, Konya 2015.
- KARAN, Hakan/ KILIÇ, Mehmet; Markaların Korunması 556 Sayılı KHK Şerhi ve İlgili Mevzuat, Ankara 2004.
- KARASU, Rauf: Ses Markaları, FMR 2007,C.7, S.7, s. 29-59 (Ses Markaları).
- KARASU, Rauf: Üç Boyutlu Biçim ve Hareket Markaları, BATİDER 2008, C. XXV. S. 3. (Hareket Markaları)
- KARAYALÇIN, Yaşar: Ticaret Hukuku Dersleri- Ticari İşletme, 3. Baskı, Ankara 1968.
- KASEKE, Elson: Trademark Dilution: A Comparative Analysis, University of South Africa, 2006.
- KAYA, Aslan: Marka Hukuku, İstanbul 2006.
- KENDİLGELİN, Abuzer: Hukukî Mütalâalar (Mahkeme Kararları ile Birlikte), Cilt V, İstanbul 2006.
- KESER, Yıldırım: Marka Hukuku'nda Kullanım Sonucu Ayırt Edicilik Kazandırma, Doktora Tezi, İstanbul 2014, s. 13.
- KURT, Emre: Karşılaştırmalı Açından Marka Hukukunda Haksız Avantaj Sağlama, Sulandırma ve İtibara Zarar Verme Kavramları, Legal Fikri ve Sınai Haklar Dergisi, 8 (30), 2012, s. 113-158.
- KURU, Baki: Medeni Usul Hukuku, Ankara 2016.
- KÜÇÜKALİ, Canan: Marka Hukukunda Karıştırma Tehlikesi, Ankara 2009.
- MARTEL, Chislaine: Ben Enerjyim, Arion Yayınevi, İstanbul 1995.
- MEMİŞ Tekin: Örneklerle Zayıf Marka Kavramı, Fikri Mülkiyet Yıllığı, Ankara 2013, s. 385-422 (Zayıf Marka).
- MEMİŞ, Tekin: Mutlak Ret Nedenleri, Fikri Mülkiyet Hukuk Yıllığı Ankara 2012, s. 161-194 (Mutlak Ret Nedenleri).

- MILLER, Arthur/DAVIS, Michael: Intellectual Property Patents, Trademarks and Copyright In a Nutshell, West Group St. Paul, Minn., 2000.
- MURATÇAVUŞOĞLU, Hasan: OHİM'e Karşı Procter&Gamble Company, FMR 2002/1, C. 2, s. 137-153.
- MUTLUOĞLU, Tarık: Markanın Kullanım Sonucu Ayırt Edicilik Kazanması, Yüksek Lisans Tezi, Ankara 2010.
- NOMER ERTAN, Fusun: Tanınmış Marka: NIKE, Prof. Dr. Erdoğan Moroğlu'na 65. Yaş Günü Armağanı, İstanbul 1999.
- NOYAN, Erdal: Marka Hukuku, Ankara 2015.
- NUHOĞLU, Rana: Rengin Tüketici Satın Alma Davranışlarına Etkisi, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul 2006.
- OCAK, Nazmi: "Markalarda Tescilin Sağladığı Korumanın Kapsamı", Prof. Dr. Ali Bozer'e Armağan, Ankara, 1998.
- OĞUZMAN, Kemal/SELİÇİ, Özer/OKTAY, Saibe: Kişiler Hukuku, İstanbul 2013.
- OKUTAN NILSONN, Gül: Sesler, Renkler ve Kokular Marka Olarak Tescil Edilebilir mi? Milletlerarası Hukuk ve Milletlerarası Özel Hukuk Bülteni, Prof. Dr. Gülören Tekinalp'e Armağan, S. 1-2, 2003, s. 579-598.
- OMAG, Merih Kemal: Marka Hukuku İle Rekabet Hukuku Açısından Marka ve Korunması, M.Ü. Hukuk Araştırmaları Dergisi, 1991, C. 6, S. 1-3, s. 5-14.
- ORHAN, Ali: Yargıtay Kararları Işığında Markalar, İstanbul 2007.
- OYTAÇ, Kutlu: Karşılaştırmalı Markalar Hukuku, İstanbul 2002.
- ÖÇAL, Akar: Türk Hukukunda Markaların Himayesi, Ankara 1967.
- ÖZARMAĞAN, Müge: Marka Hakkının Kullanmama Nedeniyle Sona Ermesi, İstanbul 2008.
- ÖZDAL, Şule: Marka Olarak Tescil Edilebilecek İşaretler, İstanbul, 2005.
- ÖZSUNAY, Ergun: Türk Hukukunda Takma Adın Korunması, Prof. Dr. Selahattin Sulhi Tekinay'ın Hatırasına Armağan, İstanbul 1999, s. 479-480.
- ÖZTEK, Selçuk: İlaç Markaları, Kazancı Hukuk Dergisi, S. 4, Aralık 2004.
- PEKCANITEZ Hakan/ATALAY Oğuz/ÖZEKES Muhammed: Medenî Usul Hukuku, Ankara 2016.
- POROY, Reha /YASAMAN, Hamdi: Ticari İşletme Hukuku, İstanbul 2012.
- SERT, Selin: Markanın Kullanılması Yükümlülüğü, Ankara 2007.

- SNOWDEN David: Intellectual Property Dissertation The Registration Of Colours And Scents As Trademarks, April 2002.
- STEPHENS, Katharine/HARRISON, Rebecca: Trade marks: Olfactory Application, 29 (11) CIPAJ 2000.
- SULUK Cahit/ KARASU Rauf/ NAL, Temel: Fikri Mülkiyet Hukukunun Esasları, Ankara 2017.
- STIM, Richard: Trademark Law, West Ligal Studies, Canada 2000.
- ŞAHİN, Şerife: Sınai Haklarda Ayırt Edici Nitelik, Yüksek Lisans Tezi, 2010.
- ŞENOCAK, Kemal: Soyut Renk Markaları, Prof. Dr. Turgut Kalpsüz'e Armağan, Ankara 2003 (Renk Markaları).
- ŞENOCAK, Kemal/ HANEDAN, Refik Cemal: Telefon Zil Seslerinin Fikri ve Marka Hukuku Açısından Değerlendirilmesi, Prof. Dr. İrfan Baştuğu Anısına Armağan, Dokuz Eylül Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, Cilt:7, Özel Sayı İzmir 2005, s. 283-305 (Zil Sesleri).
- ŞENOCAK, Kemal: Toplumda Tanınmışlık Düzeyine Erişmiş Markanın Farklı Mal veya Hizmetlere İlişkin Korunması (556 sayılı KHK m.8/IV), BATİDER, Haziran 2009, C.XXV, S.2, s. 133-176 (Korunma).
- ŞUA, Mehmet Fethi: Üç Boyutlu Markaların Hukuki Korunması, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul 2014.
- TAYLAN ÇAMLİBEL, Esin: Marka Hakkının Kullanımıyla Paralel İthalatın Önlenmesi, Ankara 2001.
- TEKİNALP, Ünal: Fikri Mülkiyet Hukuku, İstanbul 2012.
- TEKİNALP, Ünal: "Ayırt Edici Nitelik Kazanma", Prof. Dr. Fahiman Tekil'in Anısına Armağan, İstanbul 2003 (Ayırt Edici Nitelik).
- TEKİNALP, Ünal: Markanın Üçüncü Kişi Tarafından Kullanılması, Prof. Dr. Oğuz İmregün'e Armağan, İstanbul 1998, s. 633-644 (Kullanılma).
- TRITTON, Guy: "Distinctiveness And Acquired Distinctiveness: The Approach And Territorial Aspects", Era Forum C:13, S:2, 2012 s. 227-239.
- ÜLGEN, Hüseyin / HELVACI, Mehmet / KENDİGELEN, Abuzer / KAYA, Arslan / NOMER ERTAN, Füsun: Ticari İşletme Hukuku, İstanbul 2015.
- VURAL, Fatih: Markaların Efendisi Caner Tunaman, İstanbul 2015.
- YASAMAN, Hamdi: Marka Hukuku, İstanbul 2004.
- YASAMAN, Hamdi: Tanınmış Markalar, Ord. Prof. Dr. Halil Arslanlı'nın Anısına Armağan, İstanbul 1978. (Tanınmış Markalar)

- YASAMAN, Hamdi: Kırmızı Rengin Marka Olarak Alınması Konusunda AB Temyiz Mahkemesi'nin Bir Kararı Üzerine Düşünceler, Marka Hukuku ile ilgili Makaleler, Hukukî Mütalâalar, Bilirkişi Raporları IV, İstanbul 2012 (Kırmızı Renk).
- YASAMAN, Hamdi: Marka Olabilecek İşaretler, 1. İstanbul Fikri Mülkiyet Sempozyumu, 5-6 Mayıs 2005 İstanbul Ticaret Üniversitesi Yayınları, 2005 (Sempozyum).
- YASAMAN, Hamdi: Marka Hukuku ile ilgili Makaleler-Hukuki Mütalaa-lar-Bilirkişi Raporları II, Beta Yayınları, İstanbul, 2004 (Bilirkişi Rapor-ları).
- YILMAZ, Lerzan: Marka Olabilecek İşaretler ve Mutlak Tescil Engelleri, İstanbul 2008.
- YILMAZ, Alper Çağrı: Türk Marka Hukuku Ve Avrupa Birliği Hukukunda Mutlak Tescil Engelleri, Ankara 2008.
- YÜNLÜ, Levent: Tanınmış Markalar ve Korunması, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli 2001.

**İNTERNET KAYNAKLARI**

- <http://www.ab.gov.tr>, Türkiye Cumhuriyet AB Bakanlığı
- <http://www.bailii.org>, İngiltere ve İrlanda Yasal Bilgiler Enstitüsü
- <http://curia.europa.eu>\_ABAD Kararları
- <https://cyber.harvard.edu>, Harvard Üniversitesi Berkman Klein Araştırma Merkezi
- <http://www.ecta.org>, Avrupa Toplulukları Ticari Marka Derneği
- <http://eur-lex.europa.eu>, Avrupa Birliği Resmi Gazetesi.
- <http://www.inta.org>, Uluslararası Marka Derneği
- <https://iprgezgini.org>, Fikri Mülkiyet Bilgi Aktarım Platformu
- <http://www.kazanci.com/>, Kazancı İçtihat Bilgi Bankası
- <http://www.kararara.com>\_Yargıtay Kararları
- <http://law.justia.com>, Uluslararası Kanun Araştırma Portalı
- <https://euipo.europa.eu>, Avrupa Birliği Fikri Mülkiyet Ofisi
- <http://www.teknolojitransferi.gov.tr>\_Teknoloji Transfer Platformu
- <http://www.tpe.gov.tr>, Türk Patent Enstitüsü
- <http://tr.wikipedia.org>, İnternet Ansiklopedisi
- <http://iprgezgini.org>, Fikri Mülkiyet Hukuku Bilgi Aktarım Platformu
- <http://uk.trademarkdirect.co.uk>, İngiltere Marka Tescil ve Araştırma Sitesi
- <http://www.uspto.gov>, ABD Marka ve Patent Ofisi

**KILAVUZLAR**

- Backer& Mckenzie Intellectual Property Guide, Australia 2010.
- Guidelines For Examination In The Office For Harmonization In The Internal Market on Community Trade Marks, Part C, Opposition Section, 2014.
- Guidelines For Examination In The Office For Harmonization In The Internal Market On Community Trade Marks, Part B Examination Section 4, Absolute Grounds For Refusal, 2016.
- Guidelines For Examination In The The Office For Harmonization In The Internal Market On Community Trade Marks, Part C Opposition Section 2, Identity And Likelihood Of Confusion, 2014.
- Guidelines For Examination In The The Office For Harmonization In The Internal Market On Community Trade Marks, Opposition Guidelines, Part 2, Chapter 2C, Likelihood of Confusion-Similarity of Signs, 2014.
- Guidelines For Examination In The The Office For Harmonization In The Internal Market On Community Trade Marks, Opposition Guidelines Part 5 Trademarks With Reputation Article 8(5), 2014 .
- İngiltere Fikri Mülkiyet Ofisi Marka İnceleme Kılavuzu, 2008.
- TPE Marka İnceleme Kılavuzu, 2015.