

Reklam Kurulu Kararları Işığında Gizemli Kutu Akımı

A. Giriş

Tüketicilerde büyük bir merak uyandıran ve satın alma isteğini artıran “gizemli kutu” ve “sürpriz paket” gibi satış yöntemleri, elektronik ticaret platformlarında giderek yaygınlaşmakta ve satıcılar tarafından sıklıkla tercih edilmektedir. Ancak bu yöntemler, teslim edilen ürünlerin beklentileri karşılamaması ve kutu veya paket içeriği hakkında herhangi bir bilgilendirme yapılmaması gibi önemli hukuki sorunları beraberinde getirmektedir.

Reklam Kurulu (“**Kurul**”) bu hukuki sorunları mercek altına almış ve yaptığı değerlendirme ve incelemeler neticesinde 11 Eylül 2025 tarihli ve 361 sayılı toplantısında söz konusu satış yöntemlerine ilişkin e-ticaret sektörü için emsal niteliğinde kararlar almıştır.

İlgili 11.09.2025 tarihli ve 361 sayılı Reklam Kurulu Toplantısı Basın Bülteni’ne [buradan](#) ulaşabilirsiniz.

B. Kutu İçeriğine İlişkin Bilgilendirme Yükümlülüğü ve Belirlilik İlkesi

6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun (“**Kanun**”) ve Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği (“**Yönetmelik**”) hükümleri uyarınca; malın niteliği, miktarı ve özellikleri hakkında tüketiciye eksik veya yanıltıcı bilgi verilmesi dürüst rekabet ilkelerine aykırı olup, haksız ticari uygulama teşkil etmektedir.

Bu kapsamda Kurul, “*Elektronik Sürpriz Kutusu*”, “*Gizemli Takı Kavanozu*”, “*Sürpriz Kozmetik Kutusu*” veya “*Sürpriz Forma Paketi (Avrupa Takımları)*” gibi ifadelerle pazarlanan ürünlerde, kutu içeriğine dair herhangi bir açıklama yapılmamasının, mesafeli satışa konu mal veya hizmetin muhteviyatına ilişkin belirsizlikler bulunmasının ve tüketicinin ne satın aldığını bilememesinin, tüketicileri normal

şartlar altında taraf olmayacakları bir işleme yönlendirebileceğini değerlendirmiştir.

Kurul, “*Sürpriz Hediye Kutusu Gizemli Kutu, Genelde Elektronik Ürünler Çıkmaktadır*”, “*Sürpriz Kozmetik*”, “*Gizemli Takı Kavanozu 20 Adet Bijuteri Set*” gibi genel kategori isimlerinin yer aldığı başlıkların yanı sıra “*Sürpriz Forma Paketi Gizemli Forma Şansına Ne Çıkarsa (Avrupa Takımları)*” gibi özelleştirilmiş ifadelerin bulunduğu tanıtımların dahi mevzuatın aradığı belirliliği sağlamada yetersiz olduğunu vurgulamıştır.

Kurul tarafından bahsi geçen ticari uygulamaların haksız olduğu, dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği ve Kanun ile Yönetmelik hükümlerini ihlal ettiği gerekçesiyle içeriği belirsiz ürün satışı yapan firmalar hakkında anılan reklamları durdurma cezası uygulanmasına karar verilmiştir.

C. Yanıltıcı İfadeler ve Zaman Baskısı

Kurul kararlarına konu olan ve ihlalin boyutunu artıran bir diğer önemli husus, reklam ve tanıtımlarda akıllı telefon, laptop ve bilgisayar, oyun konsolu, kulaklık ve hoparlör gibi ürün görsellerine yer verilmesine rağmen bu ürünlerin kutudan çıkma oranlarına ilişkin tüketicilerin açıkça bilgilendirilmemesidir.

Kurul, bu tür görsellerin kutudan değerli ürün çıkacağı beklentisi yarattığını, ancak bu beklentinin karşılanmamasının tüketiciyi yanıltıcı nitelik taşıdığını ifade etmiş ve bu nedenle bu yanıltıcı satış stratejilerini Yönetmelik’in 7’nci maddesinde düzenlenen doğruluk ve dürüstlük ilkesine aykırı olduğuna kanaat getirmiştir.

Ayrıca Kurul, “*İndirimin bitmesine kalan süre, bu fırsatı kaçırmayın!*” gibi başlıklar altında sahte geri sayım sayaçlarına yer verildiğini tespit etmiş ve tüketicileri zaman baskısı altına alarak acele karar vermeye zorlayan ve iradelerini

sakatlayan bu tür uygulamaları “aldatıcı ticari uygulama” olarak nitelendirmiştir.

Kurul, bu tür ağır ihlallerin bulunduğu mecralar için sadece reklam durdurma cezası ile yetinmemiş, yapılacak bildirimle rağmen 24 saat içinde aykırılık teşkil eden içeriğin kaldırılmaması halinde kullanıcı hesaplarına veya internet sitelerine erişimin engellenmesine de karar vermiştir.

D. Sonuç

Reklam Kurulu kararları ışığında; “gizemli kutu” ve “sürpriz paket” adı altında yapılan satışların hukuka uygun kabul edilebilmesi için

kutu içerisindeki ürünlerin niteliği, niceliği ve özellikle vaat edilen ürünlerin kutudan çıkma olasılıkları konusunda tüketicinin şeffaf bir şekilde bilgilendirilmesi gerekmektedir.

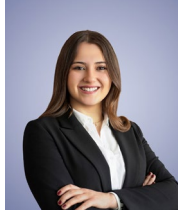
Ticaret Bakanlığı, konuya ilişkin yapmış olduğu 10 Kasım 2025 tarihli duyurusunda denetimlerin devam edeceğini ve e-ticaret platformlarına da bu konuda önleyici tedbirler alması yönünde uyarılar gönderildiğini kamuoyuna duyurmuştur. Aksi takdirde reklam durdurma cezalarının yanı sıra erişim engelleme gibi daha ağır yaptırımlar söz konusu olabilecektir.

Daha fazla bilgi ve destek için bizimle iletişime geçebilirsiniz.



Elif Çopur Çelebi
Ortak

e.copur@lbfpartners.com



Ece Özçelik
Avukat

e.ozcelik@lbfpartners.com



Nurcan Denizyol
Stajyer Avukat

n.denizyol@lbfpartners.com