

## Reklam Kurulu, Bazı Kripto Varlık Şirketleri'nin Yanıltıcı Reklamlarına Yaptırım Uyguladı

### A. Giriş

Ticaret Bakanlığı'na bağlı Reklam Kurulu Başkanlığı ("**Kurul**") tarafından, 12 Mart 2026 tarihli ve 367 sayılı toplantısında, başvuru sahiplerinin şikayetleri kapsamında birçok işletme ve kişiler hakkında, internet ortamında yayınladıkları reklamlara ilişkin tespit ve değerlendirmeleri doğrultusunda yaptırımlar uygulanmasına karar verilmiştir. Söz konusu kararlar, Kurul'un basın bülteninde ("**Basın Bülteni**") yayınlanmıştır.

Kurul tarafından yayınlanan Basın Bülteni'ne [buradan](#) ulaşabilirsiniz.

Bu kapsamda, Türkiye'de geniş kullanıcı çevresine ulaşmak amacıyla yoğun reklam ve tanıtım faaliyetlerine başvuran kripto varlık alım satım platformlarına ("**Kripto Varlık Şirketi**"), söz konusu reklam ve tanıtımlarda gerçeği yansıtmayan promosyon ve kampanya açıklamaları, rakiplerle kıyaslamaya dayalı üstünlük iddiaları ve piyasa liderliğine yönelik nitelendirmeleri nedeniyle, 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun ("**Kanun**") ile Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalara İlişkin Mevzuat ("**Mevzuat**") kapsamında uygulanan yaptırımlar özellikle dikkat çekmektedir:

### 1. Promosyon ve Kampanya İçeren Reklamlara İlişkin Hususlar

Şirketlerin reklamlarında promosyon ve kampanyalara yer vermesi halinde, kampanyanın ana görselinde kampanyanın kaç kişi için geçerli olduğu, hangi tarihe kadar devam edeceği ve varsa kampanyadan yararlanma koşulları gibi detayların açıkça belirtilmesi gerekmektedir.

Özellikle kampanyalarda kullanılan, "*Üye olun, şartları yerine getirin 500 TL cüzdanınızda*" ve "*Sınırlı sayıda kişi için geçerlidir.*" ifadelerinde, kampanya şartlarını ve kaç kişi için geçerli olduğuna dair bilgilere yer verilmediği tespit edilmiştir.

Söz konusu reklamlar hakkında; tanıtım ve reklamlarda yer alan ana vaadin esaslı unsurlarının açık ve anlaşılır biçimde olmaması ve kampanya koşullarının, ana vaadin sağladığı avantajları tamamıyla veya büyük ölçüde ortadan kaldıracak nitelikte olması nedenleriyle ilgili Mevzuat hükümlerine aykırı olduğu değerlendirilerek reklam durdurma cezası verilmiştir.

### 2. Üstünlük İçeren veya Karşılaştırmalı Reklamlara İlişkin Yaptırımlar

Kurul, kripto varlık şirketlerinin reklamlarında yer alan "*en iyi fiyat*", "*en avantajlı*", "*Türkiye'nin Lider Kripto Varlık Hizmet Sağlayıcısı*" veya benzeri üstünlük bildiren iddiaların, nesnel, ölçülebilir ve sayısal verilere dayanması gerektiğine dikkat çekerek; karşılaştırmaya konu edilen iddiaların üniversitelerin ilgili bölümlerinden veya akredite ya da bağımsız araştırma kuruluşlarından alınmış bilgi, belge ve raporlar ile kanıtlanması gerektiğini, aksi halde söz konusu tanıtım ve reklamların Mevzuat'a aykırı nitelikte olduğunu değerlendirmiştir.

Kripto varlık şirketlerinin reklamlarında bu nitelikte bir rapor veya veriye dayanmaksızın, söz konusu üstünlük içeren ifadelerle yer verilmesinin, tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu kabul edilmiş olup, ilgili kripto varlık şirketi hakkında reklam durdurma yaptırımını uygulanmıştır.

### 3. Kullanıcı Sayısına İlişkin Reklamlar

Kurul, reklamlarda kullanıcı sayısı gibi istatistiksel verilerin tüketiciyi yanıltıcı veya aldatici şekilde sunulmaması gerektiğini vurgulamıştır. Bu kapsamda, kripto varlık şirketlerinin mevcut kullanıcı sayısını gerçeğe aykırı biçimde yansıtan ya da doğrudan ilgili şirketin kullanıcı sayısını ifade etmediği halde, gerekli açıklamalara yer verilmeden şirketin yüksek kullanıcı sayısına sahip olduğu yönünde algı oluşturan reklamların mevzuata aykırı olduğu değerlendirilmiş ve söz konusu reklamlar hakkında, durdurma yaptırımı uygulanmasına karar verilmiştir.

### B. Sonuç

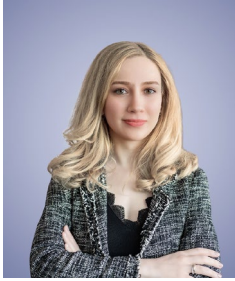
Kurul, 12 Mart 2026 tarihli ve 367 sayılı toplantısında, kripto varlık hizmet sağlayıcıların reklam ve tanıtımlarına yönelik

uyguladığı yaptırımlarda, Kurul'un bu alanda üç temel konuya dikkat ettiği görülmektedir:

1. Kampanya ve promosyon şartları ile istisnalarına ilişkin bilgilerin açık ve anlaşılır şekilde açıklanması,
2. Üstünlük ve liderlik iddialarının bağımsız kuruluşlardan alınmış bilgi, belge ve raporlara dayanması,
3. Kullanıcı sayısı gibi verilerin, gerekli açıklamalara yer verilmeksizin tüketiciyi yanıltacak şekilde kullanılmaması.

Kripto varlık şirketlerinin, reklam stratejilerini ve kampanya içeriklerini, özellikle bu konular doğrultusunda gözden geçirerek uyumluluk değerlendirmesi yapması, olası idari yaptırım risklerini en aza indirmek bakımından büyük önem taşımaktadır.

**Daha fazla bilgi ve destek için bizimle iletişime geçebilirsiniz.**



**Elif Çopur Çelebi**  
Ortak

[e.copur@lbfpartners.com](mailto:e.copur@lbfpartners.com)



**Burak Çelebi**  
Yönetici Avukat

[b.celebi@lbfpartners.com](mailto:b.celebi@lbfpartners.com)



**Sude Gül**  
Stajyer Avukat

[s.gul@lbfpartners.com](mailto:s.gul@lbfpartners.com)