

BÜLTEN

26 Eylül 2025

DİSTRİBÜTÖRLÜK SÖZLEŞMELERİ: HUKUKİ ÇERÇEVE, RİSKLER VE UYGULAMA REHBERİ



Distribütörlük ilişkileri, hem yerel hem de uluslararası ticaretin önemli yapı taşlarından biridir. Ancak bu ilişkiler, tarafların hak ve yükümlülüklerini etkileyen ve çoğu zaman ciddi mali sonuçlar doğurabilen çeşitli riskleri de beraberinde getirir. Uygulamada, özellikle yazılı bir sözleşmenin bulunmadığı durumlarda, taraflar arasında güvenin zedelenmesine, ticari ilişkinin bozulmasına ve uzun süren hukuki süreçlere yol açabilecek pek çok sorun ortaya çıkmaktadır.

MÜNHASIRLIK İHLALİ: En sık karşılaşılan sorunların başında münhasırlık ihlali gelir; bu, taraflardan birinin sözleşmede belirlenen bölge veya müşteri grubu dışına çıkarak yetkisiz satış yapması şeklinde görülür.

MARKA İHLALLERİ: Marka ihlalleri, ürünlerin izinsiz şekilde yeniden markalanması, marka unsurlarının veya markanın yanlış kullanılmasıyla ortaya çıkar ve marka değerine doğrudan zarar verir.

SATIŞ HEDEFLERİNİN TUTTURULAMAMASI: Tedarikçinin beklenen ticari performansı elde edememesine ve sözleşmenin feshedilmesine sebep olabilir.

ÖDEME GECİKMELERİ: Hem nakit akışını bozar hem de taraflar arası güveni zedeler

KALİTE STANDARTLARININ İHLALİ: Markanın imajını olumsuz etkileyerek pazar payında kayba yol açar.

YETKİSİZ ALT DİSTRİBÜTÖRLÜK: Sözleşmeye aykırı olarak başka firmalara yetki verilmesiyle ortaya çıkar ve kontrol mekanizmasını zayıflatır.

HAKSIZ FESİHLER: Bunun yanında haksız fesih, yani haklı sebep olmaksızın sözleşmenin sonlandırılması, ciddi tazminat yükümlülükleri doğurabilir.

HAKSIZ REKABET: Distribütörün rakip ürünleri pazarlamasıyla ortaya çıkar ve sadakat yükümlülüğünü ihlal eder.

STOK YÖNETİMİNİN YAPILAMAMASI: Pazar taleplerinin karşılanamamasına ve müşteri memnuniyetsizliğine neden olur.

Bu sorunların her biri, distribütörlük ilişkisinin sürdürülebilirliğini tehdit eder ve tarafların ticari itibarı üzerinde uzun vadeli olumsuz etkiler yaratır. Dolayısıyla, tarafların bu riskleri önceden öngörerek sözleşmelerini dikkatle düzenlemeleri, hem hukuki hem de ticari açıdan hayati önem taşır.

2. Distribütörlük Sözleşmesinin Önemi ve Sözleşmede Bulunması Gereken Hususlar

Distribütörlük sözleşmesi, tarafların hak ve yükümlülüklerini netleştirir, olası uyuşmazlıkların önüne geçer ve hukuki güvence sağlar. Yargıtay kararlarında da sözleşmesiz yürütülen ilişkilerin ispat ve yorum sorunları nedeniyle taraflardan birine ciddi zarar verdiği görülmektedir. Yapılan araştırmalarda; yazılı sözleşme yapılmayan durumlarda taraflar arasındaki uyuşmazlık oranı %40'a kadar yükselmektedir.

Distribütörlük sözleşmesi yapılmadığında tarafların görev ve sorumlulukları netleşmediğinden hak ve yükümlülük belirsizlikleri doğar, bu da yorum farklılıklarına ve ispat güçlüğüne yol açar. Fiyat, ödeme ve teslim koşullarının belirlenmemesi mali kayıplar yaratırken, fesih şartlarının düzenlenmemesi haksız talepleri beraberinde getirir. Marka ve ticari sırların korunmaması fikri mülkiyet ihlallerine, sınırların net olmaması rekabet sorunlarına ve bölge çakışmalarına sebep olur. Teslimat şartlarının belirsizliği lojistik aksaklıklar doğurur; satış sonrası hizmetlerin düzenlenmemesi müşteri memnuniyetini zedeler. Son olarak, yazılı sözleşme bulunmaması uzun vadeli yatırım ve pazarlama planlarını olumsuz etkiler.

Distribütörlük Sözleşmesinde;

1. Sözleşmenin Konusu ve Tanımlamaların Yapılması:

Marka, ürün, bölge, müşteri tanımları açık olmalı, sözleşmenin amacı; ürünlerin hangi bölgede hangi koşullarda satılacağı belirtilmelidir.)

2. Tarafların Hukuki Statüsü:

Distribütörün bağımsız tacir olduğu, acenta, vekil, ortak olmadığı özellikle belirtilmelidir.

3. Bölge ve Yetki:

3.1. Distribütörün faaliyet göstereceği bölge sınırları açıkça yazılmalı.

3.2. Münhasırlık varsa belirtilmeli, münhasırlık yoksa da şirketin başkaca distribütörler atama hakkı saklı tutulmalıdır.

4. Sipariş-Satış-Stok:

4.1 Siparişin nasıl yapılacağı belirtilmelidir. (Matbu form, e-posta, sistem vasıtası ile)

4.2 Asgari alım yükümlülükleri, yıllık ve aylık satış hedefleri sözleşmede belirtilmelidir.

4.3 Stok bulundurma, depolama ve sevkiyat şartları sözleşmeye eklenmesi gereken hususlardandır.

5. Fiyatlandırma ve Ödeme:

Ürün fiyatlarının belirleme yetkisinin kimde olacağı, ödeme vadeleri, gecikme faizi, çek/senet kabul koşulları, tahsilat primi, iskontolar, kampanya katılım şartları vs. belirtilmesi gerekir.

6.Tanıtım ve Reklam:

Distribütörün, markayı tanıtımında hangi sınırlar içinde hareket edeceği, Şirket onayı olmadan reklam/tanıtım yapamayacağı düzenlenmelidir.

7. Rekabet Yasağı ve Gizlilik:

Distribütörün rakip ürünleri satıp satamayacağı, şirketin ticari sırlarını koruma yükümlülüğü, alt bayilerin çalışma kuralları yazılmalıdır.

8.Sigorta ve Teminat:

Banka teminat mektubunun verilmesi, malların sigortalanması ve riskin kime ait olduğunun sözleşmede açıkça belirtilmesi gerekir.

9.Denetim ve Raporlama:

Şirketin, distribütör depolarını ve kayıtlarını denetleme hakkı olması ve distribütörün düzenli satış, stok ve müşteri raporları verme yükümlülüğünün bulunması.

10. Sözleşmenin Süresi ve Feshi:

10.1 Belirli veya belirsiz oluşu, otomatik yenilenme şartları,

10.2 Haklı nedenle derhal fesih sebepleri; (İflas, borç ödememe hali, rekabet ihlali)



3. Distribütörlük Sözleşmesinde Fikri Mülkiyet Hükümleri

1. Marka ve Logo Kullanımı

- 1.1 Distribütör, şirketin markasını, logosunu, ambalajını sadece sözleşme kapsamında ve şirketin yazılı izniyle kullanabilir.
- 1.2 Kendi adına veya üçüncü kişiler için markayı tescil ettiremez, değiştirerek kullanamaz.
- 1.3 Şirketin marka ve ticari itibarını zedeleyecek kullanım yasaktır.

2. Telif Hakları ve Tanıtım Materyalleri

- 2.1 Broşür, katalog, reklam görseli, yazılım, tanıtım videoları gibi tüm içerikler şirketin fikri mülkiyetindedir.
- 2.2 Distribütör bunları çoğaltamaz, değiştiremez, sadece şirketin izin verdiği şekilde kullanabilir.

3. Patent ve Tasarım Hakları

- 3.1 Ürünlerin ambalajı, tasarımı, patentli teknolojileri tamamen şirkete aittir.
- 3.2 Distribütör bu ürünleri taklit edemez, ettiremez, benzerlerini üretemez.

4. Ticari Sırlar ve Know-How

- 4.1 Şirketin dağıtım sistemi, müşteri bilgileri, fiyatlama stratejileri ticari sır sayılır. Ticari sırlar; şirketin dağıtım sistemi, müşteri bilgileri, fiyatlama stratejileri gibi belge ve bilgilerdir.
- 4.2 Distribütör bunları üçüncü kişilerle paylaşamaz ve sadece sözleşme kapsamında kullanabilir.
- 4.3 Bu yükümlülük sözleşme sona erse bile süresiz devam etmelidir

4. Uygulamada Sık Karşılaşılan Fesih Sebeplerine Örnekler

- » Satış hedeflerinin arka arkaya dönemler boyunca tutturulamaması.
- » Sürekli ve tekrarlayan ödeme gecikmeleri.
- » Rakip ürünlerin aynı bölgede pazarlanması.
- » Markanın düşük kalite kampanyalarla itibarsızlaştırılması.
- » Yetkisiz alt-distribütör ataması veya yetki devri.



5. Distribütörlük İlişkisinin Sağlıklı İlerlemesi için Neler Yapılmalıdır?

- 1. Performans Takibi:** Düzenli raporlamalar ve hedef takip sistemleri ile satış performansının izlenmesi.
- 2. Zamanında Ödeme:** Otomatik ödeme talimatları ve finansal planlama ile gecikmelerin önlenmesi.
- 3. Sözleşme Eğitimi:** Distribütör çalışanlarının sözleşme hükümleri konusunda periyodik olarak bilgilendirilmesi.
- 4. Düzenli İletişim:** Taraflar arasında açık iletişim kanallarının oluşturulması ve düzenli toplantılar yapılması.
- 5. Uyarı Mekanizması:** İhlallerin tespitinde yazılı ihtar gönderilmesi ve kayıt altına alınması.
- 6. Ara Çözümler:** Sorun büyümeden önce arabuluculuk veya müzakere yöntemlerinin devreye sokulması.

6 . Yurtiçi ve Yurtdışı Distribütörlük Sözleşmeleri

Yurtiçinde yapılan distribütörlük sözleşmeleri, özellikle Türk Borçlar Kanunu ve Türk Ticaret Kanunu hükümlerine tabidir. Bu sözleşmelerde, tarafların yetki alanı, ürün gamı, satış hedefleri, ödeme planları, teslim şartları ve garanti yükümlülükleri açıkça belirlenmelidir. Türkiye pazarında bölgesel dağıtım ağları, lojistik imkanlar, rekabet yoğunluğu ve tüketici davranışları sözleşmenin hazırlanmasında dikkate alınması gereken unsurlardır.

Uluslararası distribütörlük anlaşmaları, farklı ülke mevzuatlarının, ticari geleneklerin ve kültürel farklılıkların bir arada değerlendirildiği karmaşık ticari ilişkiler içerir. Bu nedenle, sözleşmenin hazırlanması sürecinde yalnızca ticari beklentiler değil, aynı zamanda uluslararası özel hukuk kuralları, gümrük ve vergi mevzuatı, ithalat-ihracat düzenlemeleri, döviz kurlarındaki dalgalanmalar, lojistik maliyetler ve siyasi riskler de göz önünde bulundurulmalıdır.



7. Sık Sorulan Sorular (SSS)

Distribütörlük ile acentelik arasındaki fark nedir?

Distribütör, ürünleri kendi adına ve hesabına satın alıp yeniden satarken; acente, üretici veya sağlayıcı adına aracılık yapar. Bu fark, Türk Ticaret Kanunu'ndaki düzenlemeler ve Borçlar Kanunu'ndaki vekalet hükümleri çerçevesinde hukuki sorumluluk ve risk paylaşımını doğrudan etkiler.

Distribütörlük sözleşmesi yazılı olmak zorunda mı?

Kanunen yazılı şekil şartı bulunmamakla birlikte, ispat yükü ve delil kolaylığı açısından yazılı sözleşme yapılması kritik önemdedir. HMK uyarınca 6102 sayılı TTK ve 6098 sayılı TBK hükümlerine atıf yapılmalıdır.

Distribütör tek yetkili olabilir mi?

Münhasırlık hükmü konulabilir ancak 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun çerçevesinde pazarın kapatılması veya hakim durumun kötüye kullanılması yasaktır. RK Kurulu kararları bu konuda yol göstericidir.

Sözleşme süresi dolmadan fesih yapılabilir mi?

Haklı sebep mevcutsa (ağır sözleşme ihlali, ödeme temerrüdü, marka ihlali vb.) fesih mümkündür. Aksi takdirde haksız fesih halinde tazminat yükümlülüğü doğar.

Distribütör kendi fiyatını belirleyebilir mi?

Dikey anlaşmalarda yeniden satış fiyatının belirlenmesi rekabet hukuku açısından yasaktır. Ancak tavsiye fiyat listeleri serbesttir.

Hedef satış rakamlarına ulaşamamanın hukuki sonucu nedir?

Sözleşmede performans yükümlülüğü açıkça düzenlenmişse, bu yükümlülüğün ihlali haklı fesih sebebi olabilir.

Distribütör, ürünleri kendi markası ile satabilir mi?

Marka tescil sahibinin izni olmadan satış yapılamaz. Bu durum hem marka hakkı ihlali hem de haksız rekabet oluşturur.

Uluslararası distribütörlükte hangi hukuk uygulanır?

Sözleşmede hukuk seçimi yapılmalı; yapılmamışsa 5718 sayılı MÖHUK hükümleri uyarınca bağlantı noktaları dikkate alınır.

Taraflar arasındaki ödeme anlaşmazlıklarında hangi yollar izlenir?

Öncelikle sözleşmede öngörülen tahkim veya arabuluculuk yolu izlenir; aksi takdirde genel mahkemeler yetkilidir.

Sözleşme sona erdiğinde elde kalan stok ne olur?

Sözleşmede stokların iade, imha veya indirimli satış usulleri net olarak düzenlenmelidir. Aksi halde ciddi değer kaybı ve uyuşmazlıklar doğabilir.

8. Sonuç ve Genel Değerlendirme

Distribütörlük ilişkileri, modern ticaretin en önemli iş birliklerinden biri olarak hem yerel hem de uluslararası pazarlarda büyük bir rol oynamaktadır. Ancak bu iş birliği modeli, doğru kurgulanmadığında ve yeterli hukuki altyapı ile desteklenmediğinde taraflar açısından ciddi hukuki, ticari ve finansal riskler barındırır. Bu nedenle, distribütörlük sözleşmeleri yalnızca ticari bir mutabakat olarak değil, aynı zamanda tarafların hak ve menfaatlerini koruyan kapsamlı bir hukuki güvence olarak değerlendirilmelidir.

Bu kitapçıkta, uygulamada sık karşılaşılan sorunlardan başlayarak distribütörlük sözleşmesinin önemi, fesih süreçleri, yurtiçi ve uluslararası sözleşmelerde dikkat edilmesi gereken unsurlar, metod ve strateji önerileri, uyuşmazlık çözüm mekanizmaları ve risk yönetimi konuları detaylı biçimde ele alınmıştır. Her bir başlık, hem hukuki hem de pratik ticari bakış açısıyla hazırlanmış olup, iş dünyasındaki gerçek vakalardan ve yargı kararlarından esinlenmiştir.

Distribütörlükte başarının temel unsurları arasında; taraflar arası şeffaf iletişim, düzenli performans denetimi, ticari hedeflerin gerçekçi belirlenmesi, rekabet ve fikri mülkiyet korumasının sağlanması, uyumlu lojistik planlama ve hukuki danışmanlık desteği yer almaktadır. Özellikle uzun vadeli ve uluslararası boyutlu iş birliklerinde, sözleşmelerin düzenli olarak gözden geçirilmesi ve değişen piyasa koşullarına uyulanması hayati önem taşır.

Hukuki perspektiften bakıldığında, distribütörlük sözleşmesi; tarafların hak ve yükümlülüklerini belirleyerek belirsizlikleri ortadan kaldırır, olası uyuşmazlıkların çözümüne ilişkin net prosedürler ortaya koyar ve riskleri yönetilebilir hale getirir. Ticari açıdan ise, düzenli ve öngörülebilir bir iş akışı sağlayarak markanın pazar konumunu güçlendirir.

Sonuç olarak, distribütörlük ilişkilerinde hukuki ve ticari disiplinin birlikte yürütülmesi, sürdürülebilir bir iş modeli oluşturma en güvenilir yoldur. Bu rehberin amacı, distribütörlük sürecinde yer alan tüm taraflara kapsamlı, uygulanabilir ve stratejik bilgiler sunarak, olası hataların önüne geçmek ve iş birliklerini daha verimli, kârlı ve uzun ömürlü hale getirmektir.

Kaynakça

Arkan, Sabih. Ticari İşletme Hukuku. Ankara: Banka ve Ticaret Hukuku Araştırma Enstitüsü Yayınları, 2020.

Karahasan, Mustafa Reşit. Türk Ticaret Kanunu Şerhi. İstanbul: Beta Yayınları, 2021.

Tekinalp, Ünal. Rekabet Hukuku. İstanbul: Vedat Kitapçılık, 2019.

Eriş, Gönen. Milletlerarası Ticaret Hukuku. İstanbul: On İki Levha Yayıncılık, 2018.

Yılmaz, Ejder. "Distribütörlük Sözleşmelerinin Hukuki Niteliği ve Uygulamadaki Sorunlar." Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, Cilt 68, Sayı 4 (2019): 945-980.

Çekin, Mesut. "Uluslararası Distribütörlük Sözleşmelerinde Hukuk Seçimi ve Tahkim." Marmara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Hukuk Araştırmaları Dergisi, Cilt 25, Sayı 2 (2020): 123-156.

Şanlı, Cemal. "Türk Hukukunda ve Milletlerarası Hukukta Distribütörlük Sözleşmeleri." İstanbul Üniversitesi Hukuk Fakültesi Mecmuası, Cilt 77, Sayı 1 (2019): 1-40.

