



GAZDASÁGI  
VERSENYHIVATAL

## **Megtévesztően hirdette életjáradék konstrukcióit az FHB**

**Két egymástól lényegesen különböző életjáradék konstrukciót hirdetett ugyanazokkal a szlogenekkel az FHB Életjáradék Zrt., ami megtévesztő volt a fogyasztók számára – mondta ki a Gazdasági Versenyhivatal (GVH). A pénzügyi szolgáltatónak emiatt 19 millió forintos bírságot kell fizetnie.**

Az FHB Életjáradék Zrt. 2006 novemberében jelent meg a piacon két, időskorúaknak szánt konstrukcióval: az FHB Életjáradékkal és az FHB Időskori Jelzálogjáradékkal. Az FHB Életjáradék termék esetében egy "lakásért életjáradék" típusú szolgáltatásról van szó. A lakásért életjáradék konstrukciók lényege az, hogy egy pénzügyi intézmény megszerzi az időskorú ingatlanát, cserébe az eladó haláláig minden hónapban egy adott összeget (életjáradékot) folyósít. Az eladó az ingatlanban maradhat, vagyis az ingatlana tulajdonjogát átadja, de azon holtig tartó hasznélvezeti joga marad fenn. A járadékos nem csak havi járadékban, hanem a szerződéskötést követően egy alkalommal nagyobb összegű kifizetésben is részesülhet, amelynek mértéke az ingatlan értékének 45-50 százalékáig terjedhet. Minél nagyobb azonban az egyösszegű kifizetés, annál alacsonyabb a havi járadék összege. Magyarországon ilyen típusú konstrukciót nyújt 2005 óta a Hild József Örökjáradék Zrt. és 2006 novemberét, illetve decemberét követően az FHB Életjáradék Zrt. és az OTP Életjáradék Zrt.

Az FHB Időskori Jelzálogjáradék (a továbbiakban: Jelzálogjáradék) esetében más változatról van szó. Ebben az esetben továbbra is a járadékos marad az ingatlan tulajdonosa. A szolgáltató jelzálogot jegyez be az ingatlanra. Az ügyfél tartozásának összege a kedvezményezettnek történő kifizetésekkel, a kamatokkal és a szerződéstől függően, különböző költségekkel folyamatosan nő. A kedvezményezettnek életében a kölcsönt nem kell visszafizetnie. Az utolsó kedvezményezett halála után a szolgáltató elszámol az ingatlan tulajdonát öröklés jogcímén megszerző örökösökkel. Az örökös az alábbi lehetőségek közül választhat:

- visszafizeti a felhalmozott tartozást, ezáltal tehermentessé válik az ingatlan;
- a felhalmozott tartozást normál jelzáloghitelre váltja, s folyamatosan törleszti;
- az ingatlant a szolgáltató az örökösrel egyeztetve értékesíti, s a felhalmozott tartozással csökkentett összeget kapja meg az örökös.

Ezen terméket kizárólag az FHB értékesíti a magyar piacon, 2006. novemberi piacra lépésétől kezdődően.

Az FHB a két terméket 2006 végétől kezdődően széles körben reklámozta. A GVH azt vizsgálta, hogy ezek a hirdetések megtévesztőek voltak-e a fogyasztók számára. Kiderült, hogy a két, eltérő tartalmú konstrukció a reklámokban nem különül el egyértelműen egymástól. Bár az egyes reklámokban felbukkan az életjáradék és a jelzálogjáradék

elnevezés a fogyasztókban olyan kép alakul ki a két – hasonló előnyökkel bíró, azonos élethelyzetre megoldást kínáló – konstrukció kapcsán, hogy a hirdetett tulajdonságok mindkét termékre vonatkoznak. Az ügyfelek számára a más piaci szereplők termékeivel való összehasonlítást jelentősen megnehezítheti, hogy az FHB egy nem szabályozott piacú életjáradék terméket és egy kölcsönterméket ugyanazon kampányban szerepeltet.

A vizsgálat megállapította azt is, hogy a reklámokban több a fogyasztók megtévesztésére alkalmas állítás is szerepelt. Az FHB azt állította életjáradéki termékéről, hogy az „egyedülállóan biztonságos”. Az állítás azon alapul, hogy az ezt választó ügyfelek ingatlanára elidegenítési és terhelési tilalmat jegyeznek be, cserébe azok inflációkövető járadékot kapnak. A GVH szerint azonban ha nem jegyzik be az elidegenítési tilalmat, a bejegyzett használati jog és az életjáradéki jog akkor is kellő védelmet biztosít a tulajdonosnak. Ezeket a jogokat ugyanis a tulajdonjog megszerzője is köteles tiszteletben tartani. Nem befolyásolja a termék biztonságosságát az sem, ha a járadék összege inflációkövető. Ha az ügyfél fix összegű járadékot választ, akkor az FHB terméke semmiben sem különbözik a többi hasonló szolgáltatást nyújtó vállalkozásáétól. Ha viszont inflációkövető járadékot választja a fogyasztó, akkor más tartalmú jogviszonyba lép ugyan az FHB-vel, de maga a szolgáltatás nem lesz ettől biztonságosabb.

A reklámokban elhangzik az az állítás is, hogy „nem kell lemondanunk semmiről”, „miénk marad a lakásunk”. Ez az állítás csak a Jelzálogjáradék konstrukció esetében igaz, az Életjáradékra nem. Az FHB hirdetéseiben következetesen „13. havi járadék”-ot emleget. Ez a kijelentés azt a képzetet kelti a fogyasztóban, hogy többletjuttatáshoz juthat. Ám csak arról van szó, hogy az éves járadékot 13 részletben kapja meg, azaz nem többet kap, hanem többször egyenként kevesebbet. A hirdetésekből nem egyértelműen szerepel, hogy az ügyfelek egyösszegű kifizetés maximális mértékére (45 százalék) csak akkor számíthatnak, ha egy bizonyos életkort elértek. Megtévesztőnek bizonyult a „járadék követi az inflációt és nem romlik a pénzünk” szlogen is, hiszen a reklámok nem tettek különbséget az Életjáradék és a Jelzálogjáradék nevű termékek között. Márpedig csak az utóbbi esetben van arra lehetőség, hogy a járadék összege az inflációt kövesse. Több reklám is tartalmazza azt az állítást, hogy „a lakás értékének 45 százalékát most, a többi részletben” kifizetik. Ez a kijelentés azt sugallja a fogyasztónak, hogy a lakásuk teljes értékét megkapják, azaz a havonta fizetendő járadékok együttes összege a lakás teljes értékére egészíti ki a szerződés megkötése után folyósított 45 százalékot. Csakhogy a lakás értékének „többi” része akkor sem kerül teljes mértékben kifizetésre, ha az ügyfél élettartama ezt lehetővé tenné.

Mindezek miatt a GVH 19 millió forint bírságot szabott ki az FHB Életjáradék Zrt-re. A bírság összegének meghatározásakor a versenyhatóság súlyosbító körülményként értékelte, hogy a megtévesztő hirdetések a fogyasztók széles köréhez jutottak el, a reklámok hatására hosszú távú szerződések kötöttek, a megcélzott fogyasztók pedig idős emberek voltak, akik sokszor az átlagosnál alaposabb tájékoztatásra szorulnak. A GVH tekintetbe vette továbbá, hogy a reklámok hosszú időn keresztül elérhetőek voltak, a kommunikáció kihathatott a piaci viszonyokra, ráadásul a vállalkozás összhangba hozhatta volna tevékenységét a versenyjogi követelményekkel. Enyhítő körülménynek bizonyult ugyanakkor, hogy az FHB a reklámok kialakításakor törekedett a jogszerű magatartásra, kommunikációja új termékre vonatkozott, a versenyfelügyeleti eljárás megindulása előtt önként változtatott reklámjain, az eljárás során együttműködött a hatósággal. A GVH értékelte, hogy az FHB vállalásokat is tett. Például ezentúl a „13 részletben folyósított járulékat” szlogent fogja használni, elkülöníti egymástól a termékeket és a szolgáltatásokat, valamint részletes magyarázó cikket tesz közzé a konstrukcióról.

Az ügy hivatali nyilvántartási száma: **Vj-47/2008**.

Budapest, 2008. szeptember 18.

Gazdasági Versenyhivatal  
Kommunikációs Csoport

További információ:

Mihálovits András

Gazdasági Versenyhivatal

cím: 1054 Budapest, V. ker. Alkotmány u.5.

levél: 1245 Budapest, 5. Pf. 1036

tel: +36-30 618-6618

email: [Mihalovits.Andras@gvh.hu](mailto:Mihalovits.Andras@gvh.hu)

<http://www.gvh.hu>