

Fővárosi Ítéltábla

2.Kf.27.048/2007/3. szám

A MAGYAR KÖZTÁRSASÁG NEVÉBEN!

A Fővárosi Ítéltábla a Kereskedelmi & Hitelbank Nyrt. (Budapest) felperesnek a Gazdasági Versenyhivatal (Budapest - hivatkozási szám: Vj-33/2005.) alperes ellen versenyügyben hozott közigazgatási határozat felülvizsgálata iránt indított perében a Fővárosi Bíróság 2006. évi november hó 22. napján kelt 3.K.33.236/2005/17. számú ítélete ellen a felperes által 19., az alperes által 18. sorszám alatt előterjesztett fellebbezés folytán az alulírott napon - 2007. évi szeptember hó 26. napján megtartott nyilvános tárgyalás alapján meghozta a következő

ítéletet:

A Fővárosi Ítéltábla az elsőfokú bíróság ítéletét részben megváltoztatja, a felperes keresetét teljes egészében elutasítja, egyebekben helybenhagyja.

Kötelezi a felperest, hogy 15 napon belül fizessen meg az alperesnek 30.000 (azaz harmincezer) forint együttes első-, és másodfokú perköltséget, valamint az államnak - az illetékekben eljáró hatóság külön felhívására - további 8.250 (azaz nyolcezer-kettőszázötven) forint kereseti, és 48.000 (azaz negyvennyolcezer) forint fellebbezési illetéket.

Ez ellen az ítélet ellen további fellebbezésnek nincs helye.

Indokolás

A felperes a K&H megtakarítási betétszámlát (a továbbiakban: megtakarítási betétszámla) érintő banki akciót és betéti kampányát televízióban és internetes honlapján reklámozta, amelyek vizsgálatára az alperes versenyfelügyelete eljárást indított. A versenyhatóság vizsgálata eredményeként megállapította, hogy a felperes megsértette a tisztességtelen piaci

magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény (a továbbiakban: Tpv.) 8.§-a (2) bekezdésének a) és c) pontjait, mert a megtakarítási betétszámla 2005. január 10. és február 13. napja között sugárzott televíziós reklámjaival a fogyasztók megtévesztésére alkalmas tájékoztatást adott az elérhető kamat mértékéről, és az azt befolyásoló körülményekről, elhallgatva a minimálisan 50.000 Ft-os napi záróegyenleg, illetőleg a - legfeljebb két terhelési tranzakció mint feltétel teljesülésének szükségességét. Az interneten a megtakarítási betétszámla általános feltételeiről elhelyezett (a határozat 10. pontja szerinti ismertetőben pedig nem adott tájékoztatást az 50.000 Ft napi záróegyenleg el nem érésének a kamat mértékére gyakorolt hatásáról. A fogyasztók jövőbeni megfelelő tájékoztatása érdekében e magatartás további folytatását a Tpv. 77.§-ának (1) bekezdés f) pontja alapján a határozat kézhezvételétől megtiltotta, az internetes honlapon közzétett hiányos általános tájékoztatás körében. Kiemelte, hogy a jogsértőnek ítélt tájékoztatást csak oly módon alkalmazhatja a felperes a továbbiakban, ha azt kiegészíti annak közzétételével, hogy a kamatveszteség elkerüléséhez a számla napi záróegyenlegének el kell érnie a minimális 50.000 Ft-ot. Ezen túlmenően a Versenytanács 10.000.000 Ft bírság megfizetésére is kötelezte a felperest. Indokolása szerint az olyan reklámokkal szemben, amelyek részletesebb tájékoztatást adnak valamely áru fogyasztókra kedvező, lényeges tulajdonságairól, illetve egy akcióban való részvétel fogyasztókra kedvező feltételeiről (vagyis nem minősülnek a fogyasztók figyelmét valamely szolgáltatás igénybevételére felhívó rövid, ún. figyelemfelhívó reklámnak) elvárás, hogy azok az áru fogyasztókra kedvezőtlenebb tulajdonságait is ugyan úgy közöljék. A televíziós reklámok betéti akcióra vonatkozó tájékoztatásával összefüggésben kiemelte, hogy a hitelintézeteknél elhelyezett betétek lényeges, a fogyasztói döntést befolyásoló alapvető tulajdonsága az elérhető kamat mértéke; illetőleg az ezt befolyásoló körülmények. A fogyasztó a megtakarítást célzó, pénzösszeg elhelyezésére szolgáló különböző termékek közötti választást jellemzően nem egy-két hetes időtartamra ejti meg, hanem ennél hosszabb időre. A kamat mértékéről nyújtott információ akkor teljes és pontos, ha a fogyasztók egyértelműen megállapíthatják azt, hogy az elhelyezett betét után milyen kamatot érhetnek el. Az időlegesen, akciószerűen alkalmazott magasabb kamat nem reklámozható oly módon, hogy a fogyasztó nem kap egyértelmű tájékoztatást arról, hogy az csak egy átmeneti jelleggel elérhető kamat, amelynek mértéke egy előre tudott időponttól csökkenni fog. A felperes jogsértő televíziós reklámja azt az üzenetet közvetítette a fogyasztó számára, hogy a megtakarítási betétszámlával 1 millió forint felett magas, 10% kamat érhető el, amihez nem kell lekötni a számlán lévő pénzt, ahhoz bármikor hozzá lehet nyúlni, és ha a fogyasztó most nyit bankszámlát, akkor ezzel megtakaríthat. A

reklám középpontjába állított 10%-os kamat a felperes által tudottan csak egy időszakos tulajdonsága volt a terméknek: E vonatkozásban nem vehető figyelembe az „akár” szó alkalmazása sem, amelyet egyrészt a reklám olvasható elemei nem tartalmaztak, ez csak szóban hangzott el, másrészt ebből a fogyasztó nem következtethetett arra, hogy a kamat csak néhány hétig lesz 10%. Ezt meghaladóan a reklámfilm nem közölt olyan információt, amely a terméknek a reklámban kiemelt, annak üzenetévé tett előnyös tulajdonságának értelmezéséhez elengedhetetlenül szükséges lett volna. A korlátozás létezésére a fogyasztó nem következtethetett, ugyanis nem szerzett arról tudomást; hogy amennyiben kettőnél több terhelési tranzakciót hajt végre a számla vonatkozásában, illetve annak (a számlának) a napi záró egyenlege nem éri el az 50.000 Ft-ot, akkor a kamat mértéke drasztikusan csökken. A jogsértés a fogyasztók megtévesztésére alkalmas tájékoztatás közreadásával megvalósul meg abban az esetben is, ha utóbb mód van a teljes körű valós információ megismerésére.

Az alperes határozatának 41. pontjában rögzítette a betéti akcióról nyújtott, az interneten közzétett általános tájékoztatással kapcsolatos megállapításait azzal, hogy a felperes internetes honlapján (a határozat 10. pontjában megjelölten) nem ismertette, hogy a kamatveszteség elkerüléséhez a számla napi záró egyenlegének el kell érnie az 50.000 Ft-os minimális betétszámla összegét. Ez a közlés azonban nem ütközött semmilyen akadályba. A fogyasztónak szóló tájékoztatás nem épülhet arra az elvárára, hogy a fogyasztó járjon el ésszerűen, s mintegy kötelezettsége legyen annak ellenőrzése, hogy a vállalkozás által nyújtott tájékoztatás megfelel-e a valóságnak, továbbá, hogy kell-e még valamilyen kiegészítő információ a tájékoztatásban foglaltak helyes értelmezéséhez. Mindez az interneten való megjelenés esetében is irányadó, azaz valamely termék vagy szolgáltatás alapvető tulajdonságának ismertetésére nem kerülhet sor más, azzal szorosan összefüggő tulajdonságok közlésétől elszakítottan, különösen nem a lábjegyzetben, vagy a tovább kattintást igénylő módon. A Versenytanács a jogsértő magatartás megtiltása mellett bírság kiszabását is indokoltnak tartotta a felperessel szemben. A bírság összegének megállapításakor figyelembe vette a felperes piaci helyzetét (részesevése 2005. januárjában a lakossági forint betétek piacán meghaladta a 10%-ot, amellyel a piac jelentős szereplői közzé tartozik); a jogsértő magatartás több hetet felölelő időtartamát (az internet esetén több hónap, a televíziós reklámkampány pedig 2005. január 10. és február 13. között zajlott); a jogsértő tájékoztatásokkal, s különösen az igen intenzív televíziós reklámokkal elért fogyasztók nagy számát. Súlyosbító körülményként értékelte, hogy a felperes számára a Vj-153/2004. számú ügy kapcsán (a határozat 2. pontja tartalmazta a döntést) már a reklámkampány kezdete előtt

egyértelműnek kellett lennie, hogy a . fogyasztók megtévesztése valamely lényeges körülmény elhallgatásával, hiányos tájékoztatással is megvalósítható.

A felperes keresetében elsődlegesen az alperesi határozat megváltoztatását és a versenyfelügyeleti eljárás megszüntetését kérte jogsértő magatartás hiányában. Másodlagos kérelme a versenyhatóság döntésének hatályon kívül helyezésére irányult, míg harmadlagosan a bírság elengedését, vagy annak mérséklését kérte. Álláspontja szerint az alperes tévesen értelmezte a reklámok üzenetét, ezért ellenmondó következtetéseket vont le, ami ellentétes a versenyhatóság eddigi gyakorlatával. Arra hivatkozott, hogy a betéti szolgáltatásokra mint különleges pénzügyi szolgáltatásokra önálló ágazati szabályok vonatkoznak, amelyek figyelembe veszik a szolgáltatás, a termék egyedi jellegzetességeit, s ezeknek megfelelően határozzák meg kötelező érvényűen, hogy mely előírások és szabályok betartásával reklámozhatnak megfelelő módon a szolgáltatók. A jellegükből adódóan figyelemfelkeltő reklámjai az ágazati szabályozásnak megfeleltek.

Utalt arra, hogy a kifogásolt reklámok nem befolyásolhatták tisztességtelenül a fogyasztók döntését, mivel a felmérés, valamint a szakvélemény is egyértelművé tette, hogy a fogyasztó döntését (pénzügyi helyzetét érintően) alapvetően nem a reklámok alapján hozza meg. A pénzügyi szolgáltatás - jellégéből fakadóan. – a magasabb érdekeltségű szolgáltatások közé tartozik, ahol szükségszerű, hogy a fogyasztó a szolgáltatással, termékkel összefüggésben információ-keresést végezzen, és ennek eredményeként határozzon annak igénybevételéről. Sérelmezte, hogy eljárása során az alperes nem tárta fel a szolgáltatás sajátosságait, nem vette figyelembe az ágazati szabályozás követelményeit, illetve nem vizsgálta az érintett szolgáltatást igénybevevő fogyasztók szokásait. Ennek pótlására az elsőfokú eljárásban benyújtotta a Szonda Ipsos 2005. novemberében készített felmérését az érintett piaci fogyasztók döntési mechanizmusának bemutatására, valamint ehhez kapcsolódóan a Marketing Szövetség szakértőjének szakvéleményét. Szakértői bizonyítás elrendelését indítványozta, mert álláspontja szerint a perbeli szolgáltatással kapcsolatos fogyasztói magatartás, és a felmérés szakmai megalapozottsága és következtetéseinek helyessége megítélése marketing szakmai ismereteket igényel, amely alkalmas arra is, hogy az alperes döntésének jogellenességét igazolja. Kifogásolta, hogy a versenyhatóság nem elemezte, hogy a reklám hogyan hatott a fogyasztókra és ezen túlmenően a gazdasági versenyre, az internetes tájékoztatásnál pedig figyelmen kívül hagyta annak interaktív jellegét, az információt kereső fogyasztói magatartást, az ehhez szükséges idő és energia ráfordítást. A szankcióval összefüggésben utalt arra, hogy a bírság eltűzött, annak mértéke nincs összhangban sem az

alperesi gyakorlattal; sem a megállapított jogsértés súlyával. Az alperes nem tett eleget indokolási kötelezettségének sem, ugyanis nem jelölte meg, hogy milyen „vetítési alap” segítségével és mely tényező figyelembevételével állapította meg a bírság összegét, ezért annak kiszámítása is jogellenes.

Az alperes a határozatában foglaltak fenntartása mellett a felperesi kereset elutasítását kérte. Utalt arra, hogy a felperesi magatartás értékelése során nem azt vizsgálta, hogy tiszteletben tartotta-e a betéti kamat, az értékpapírok hozama, és a teljes hiteldíj mutató számításáról és közzétételéről szóló, a betéti kamatláb számítására vonatkozó rendelkezések tekintetében a hitelintézetekre kiterjedő előírásokat vagy sem. A Tpv. rendelkezései alapján hozta meg döntését, tekintetbe véve a saját, valamint a bírói gyakorlatot is, amelynek megfelelően határozta meg a bírság összegét, feltárva az ezzel összefüggésben figyelembevett valamennyi tényezőt. A szakértő kirendelését ellenezte azzal, hogy a felek között fennálló értelmezési vita eldöntése nem szakkérdés.

Az elsőfokú bíróság az alperes határozatát a bírság kiszabására vonatkozó részében hatályon kívül helyezte, illetve a határozat indokolásának 41. pontjában meghatározott jogsértés megállapítását mellőzte, ezt meghaladó részében a felperes keresetét elutasította. Indokolása szerint a kifogásolt televíziós reklámok egy adott termékre vonatkoztak, számos olyan elemet tartalmaztak; amelyek már túlmutattak a figyelemfelhívás körén, egyértelműen tájékoztatás, információ közvetítés céljára szolgáltak. Megtévesztő volt a reklámok vonatkozásában az az elhallgatott körülmény - amit a fogyasztók nem ismerhettek meg -, hogy a felperes már a reklámok közzétételekor tudta, hogy csak igen rövid ideig lesz érvényben az általa jelentős kedvezményként feltüntetett kamatmérték. Egyetértett azzal az alperesi állásponttal, hogy az időlegesen, akciószerűen alkalmazott magasabb kamat nem reklámozható oly módon, hogy a fogyasztó nem kap egyértelmű tájékoztatást arról, miszerint az csak egy átmeneti jelleggel elérhető kamat, melynek mértéke egy előre tudott időponttól csökkenni fog: Miután a szolgáltató részéről utóbb a fogyasztóknak adott magyarázat tartalma nem ismeretes, így a versenyhatóság értelemszerűen csak a reklámok által közvetített tartalmat vehette alapul az értékelésnél. A versenyjogi relevanciával bíró fogyasztói döntés meghozatala egy folyamat, ennek nem csak az egészét, hanem az egyes szakaszait is védi a Tpv. a maga eszközeivel. A versenyjogi megítélés szempontjából irrelevánsnak tartotta a felperes által benyújtott marketing szakértői véleményt, amelyet a felperes saját nyilatkozataként értékelt. Kiemelte, hogy nem lehetett a véleménynek önállóan bizonyító erőt tulajdonítani, mert készítője elsősorban közgazdasági-marketing szempontból végezte az elemzést, ezért az versenyjogi

szempontból releváns értékelést nem tartalmazott. Szükségtelennek ítélte meg szakértő kirendelését a felperes által nyújtott szolgáltatások, az adott piac, illetve a releváns fogyasztói magatartások vizsgálata vonatkozásában hangsúlyozva, hogy egy adott fogyasztói magatartás, a reklámok észlelhető üzenete, annak kihatása, a hétköznapi élettapasztalat, a szavak általános értelmezése, illetve a hosszú idő óta kialakult jogalkalmazói gyakorlat és értelmezés alapján megfelelően értékelhető. Az elsőfokú bíróság az alperesi határozatban foglaltak megisméltése nélkül megállapította, hogy a felperesi televíziós reklámok vonatkozásában a versenyhatóság a tényállást megfelelő módon és a szükséges mértékben feltárta, abból okszerű következtetések révén megalapozottan állapította meg a jogsértést.

Ezt meghaladóan azonban elfogadta a felperes azon érvelését, miszerint az internetes tájékoztató megfelelő volt, miután a fogyasztó gyakorlatilag egy „klikkeléssel” hozzájuthatott a megfelelő információkhoz. Kiemelte, hogy az internetes tájékoztatás jellegéből adódik, hogy a hozzáférés eleve feltételekhez kötött, és amennyiben a fogyasztó ennek birtokában úgy dönt, hogy az internet segítségével informálódik, ennek használatához (belépés, keresés) elenyésző idő- és energiárfordítás szükséges az adott (felkeresett) honlapon böngészni, egy „klikkeléssel” további információhoz jutni. A böngészés, egy több oldalas honlapon történő keresgélés, annak minden részének megtekintése teleológiaiilag egységesnek tekinthető. Nem lehet az információszerzés szempontjából a nyitóoldalt a többi oldaltól - felkeresési-odajutási nehézségeket feltételezve - megkülönböztetni. A reklámhatások szempontjából az internetes információszerzés jóval tudatosabb, mint a televízióon keresztül megvalósuló tájékozódás. Az adott honlapot a fogyasztó célorientáltan arra koncentrálva keresi fel, így az ott beszerzett információk tudatosulása, befolyásoló hatása jóval erősebb. A televíziós reklámok esetében jóval nagyobb a spontaneitás, a reklámok igen nagy száma és a rendkívül intenzív (néha agresszív) megnyilvánulás okán bizonyos érthető immunitás, rezisztencia, figyelmetlenség kísérheti azokat. Nem feltételezhető alappal, hogy az átlagfogyasztó (néző) minden televíziós reklámot alaposan és aprólékosan végignézi (hallgat) és értelmez. Mindezen körülmények alapján az elsőfokú bíróság a felperesi honlapon megjelent tájékoztatást nem ítélte jogsértőnek. A bíróságot ezért mellőzte, mert álláspontja szerint az alperes által megállapított jogsértések közül az egyiket (a hatását tekintve súlyosabbat) nem ítélte megalapozottnak. Értékelte a jogsértéssel elért előny bizonyíthatatlanságát és azt, hogy bár a versenyhatóság hivatkozott e körben hasonló korábbi felperesi jogsértésre, de azon ügy és a perbeli eset közötti olyan releváns összefüggést, ami az ismételt jogsértést valószínűsítene; nem

bizonyított. Álláspontja szerint a Tptv. 77.§-a alapján kiszabható jogkövetkezmények (megállapítás, eltiltás) mind a generális, mind pedig a speciális prevenció szempontjából elegendőek.

A felperes fellebbezésében elsődlegesen az elsőfokú bíróság ítéletének megváltoztatását és a versenyfelügyeleti eljárás megszüntetését kérte. Másodlagos kérelme arra irányult, hogy a Fővárosi Ítéltábla az elsőfokú ítéletet az alperesi határozatot helybenhagyó részében helyezze hatályon kívül és a Fővárosi Bíróságot újabb eljárás lefolytatására és újabb határozat hozatalára utasítsa. Az elsőfokú ítélet alaptalanságát alátámasztó érvként arra hivatkozott, hogy a bíróság tévesen értékelt az alperesnek a tényállás feltárására vonatkozó tevékenységét, abból helytelen következtetéseket vont le a reklámok jellege és üzenete tekintetében, és nem volt helytálló azon megállapítása, hogy a megbízásából készített vélemény versenyjogi szempontból nem releváns. Álláspontja szerint mind a versenyhatóság, mind az elsőfokú bíróság elmulasztotta az érintett piac fogyasztói szokásainak felmérését, és a bizonyítékok önkényes mellőzésével a reklámok üzenetéből csak feltételezésekre hagyatkozó megállapításokat tettek. Kiemelte a fogyasztói információszerzésre vonatkozó döntési mechanizmust befolyásoló tényezőket azzal, hogy a versenyhatóság korábbi gyakorlatát figyelmen kívül hagyva hozta meg döntését, így az ezen alapuló ítélet is hibás végkövetkeztetésekhez vezetett. Utalt arra, hogy minden reklámban megtalálható volt a kamatakción időtartamára vonatkozó felhívás, amely az ágazati jogszabályi előírásoknak való megfelelésen túl annak érdekében került feltüntetésre, hogy a fogyasztó egyértelmű információt kapjon arról, hogy a meghirdetett kamat csak és kizárólag a reklámban meghatározott időtartamban érvényes. A megtakarítási betétszámla magasabb érdekeltégű termék, amelynek megvásárlása körültekintést, megfontoltságot és relatíve hosszú időt igényel, amely jellemzők miatt a becsalógató reklám - mint jelleg - nem működik; ennek a piacra gyakorolt hatás hiánya miatt nincs a versenyre érzékelhető befolyása, ezért a versenyjogi szankció alkalmazása sem indokolt.

Az alperes fellebbezésében az ítélet megváltoztatásával kérte, hogy a Fővárosi Ítéltábla a felperesi keresetet az interneten közzétett tájékoztatás vonatkozásában is utasítsa el, mert álláspontja szerint tévesen jutott az elsőfokú bíróság arra a következtetésre, hogy az interneten kifejtett magatartás súlya nagyobb volt, mint a több száz alkalommal sugárzott jogsértő televíziós reklámok súlya. Kiemelte, hogy az iratokból megállapíthatóan a

megtakarítási betétszámla akció kezdetét követően 8.660 betétszámlát nyitottak, amelyen 56,8 milliárd forint összeget helyeztek el. Hangsúlyozta, hogy határozatának 44. pontjában súlyosító körülményként értékelte, hogy a felperes számára a Vj-153/2004. számú ügy kapcsán a reklámkampány kezdete előtt már egyértelműnek kellett lennie annak, hogy a fogyasztók megtévesztése valamely lényeges körülmény elhallgatásával, hiányos tájékoztatással is megvalósítható. A felperes előtt ismert volt, hogy az általa tartott akcióról a versenyjogi előírások tiszteletben tartásával kell tájékoztatást adni, azonban e követelményt figyelmen kívül hagyva ismételten jogsértést követett el. Megítélése szerint a bíróság kiszabásánál nem csak az vehető figyelembe, ha a vállalkozás teljesen azonos magatartást tanúsít, hanem az is, ha a Tpv. azonos fejezetébe ütköző magatartást követ el, mert ez önmagában jelzi azt, hogy a vállalkozás tevékenységében nem egyedi eset a fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolása, s ez kétségtelenül figyelembe vehető és veendő a bíróság összegének meghatározásakor.

A felperes fellebbezése nem alapos, az alperes fellebbezése alapos.

A Fővárosi Ítéltábla a Polgári perrendtartásról szóló 1952. évi III. törvény (a továbbiakban: Pp.) 253.§-ának (3) bekezdése szerint a felperesi és az alperesi fellebbezések keretei között eljárva megállapította, hogy az elsőfokú bíróság okszerű következtetésre jutott a televíziós reklámmal megvalósult jogsértés tekintetében, azonban nem értett egyet az internetes tájékoztatás, valamint a bíróság mellőzésével kapcsolatos ítéleti okfejtéssel.

A Tpv. 8.§-ának (1) bekezdése szerint tilos a gazdasági versenyben a fogyasztókat megtéveszteni.

A 8.§ (2) bekezdésének a) és c) pontjai értelmében a fogyasztók megtévesztésének minősül, ha az áru ára, lényeges tulajdonsága - így különösen összetétele, használata, az egészségre és a környezetre gyakorolt hatása, valamint kezelése, továbbá az áru eredete, származási helye, beszerzési forrása, vagy módja - tekintetében valótlan tény, vagy valós tény megtévesztésre alkalmas módon állítanak, az árut megtévesztésre alkalmas árujelzővel látják el, vagy az áru lényeges tulajdonságairól bármilyen más, megtévesztésre alkalmas tájékoztatást adnak (a) pont); továbbá ha az áru értékesítésével, forgalmazásával összefüggő, a fogyasztó döntését befolyásoló körülményekről - így különösen a forgalmazási módról; a fizetési feltételekről, a kapcsolódó ajándékokról, az engedményekről, a nyerési esélyről - megtévesztésre alkalmas

tájékoztatást adnak (c)pont). A Tpv. idézett rendelkezései azt a kötelezettséget róják a felperesre, hogy pénzügyi szolgáltatásainak ismertetése során pontos, egyértelmű tájékoztatást adva hasson közre a fogyasztói szándék kialakításában.

Az alperes versenyjogi szempontból értékelte a felperesnek a megtakarítási betétszámlával kapcsolatban megnyilvánult reklámozói magatartását. Ennek eredményeként a részéről szükségesnek tartott vizsgálati körben eljárva a megfelelő mértékben feltárta a tényállást és rögzítette az azt befolyásoló körülményeket, és az ezzel összefüggő információkat nyújtó tájékoztatásokat. Ezek összességét áttekintve vonta le következtetéseit a fogyasztókat érintő üzenetek hatásáról, a Tpv. 9.§-a szerinti értelmezésnek megfelelően értékelve a felperes által a reklámokban alkalmazott megfogalmazási módozatokat, illetőleg a használt kifejezések által hordozott jelentéstartalmat.

A másodfokú bíróság véleménye az, hogy helytálló volt mind az alperesnek, mind az elsőfokú bíróságnak a megtakarítási betétszámlát népszerűsítő televíziós reklámokat értékelő álláspontja, amellyel egyetértve arra a következtetésre jutott, hogy a fogyasztóknak adott nem megfelelő, hiányos és félreérthető tájékoztatás együttesen értékelhető versenyjogsértőnek. A valós tényeket tartalmazó és előnyös tulajdonságot kiemelő tájékoztatás is lehet félrevezető, ha elhallgat olyan adatot, amely a közölt lehetőségek értelmezéséhez elengedhetetlenül szükséges. Ilyen adatnak kell tekinteni a megtakarítási betétszámla tekintetében az elérhető kamat mértékét, annak időszakos jellegét, valamint az annak teljesüléséhez szükséges együttes feltételek fennállásának követelményét. A reklám tartalmáért önállóan felelős felperest nem mentesíti a jogsértés alól az a körülmény, hogy az ágazati szabályozás követelményei nem esnek egybe a versenyjogi megítéléssel továbbá, hogy a piackutatási adatok azt igazolják, miszerint a fogyasztók a pénzügyi döntések meghozatalát megelőzően általánosságban körültekintőbben járnak el a magasabb érdekelttségű banki szolgáltatások során. Amennyiben a fogyasztó a reklámok jellegét tekintve nem ismeri (nem ismerheti) fel a termék vagy szolgáltatás lényeges tulajdonságait, az a döntésének tisztességtelen befolyásolására alkalmasságot megvalósítja. A reklámoknak önmagukban (minden további információ megismerése nélkül) kell hitelesnek, igaznak és pontosnak lenniük, ami a felperesnek a 2005. január 10. és február 13. napja között sugárzott televíziós reklámjaiban nem teljesült. Az ezen magatartással tanúsított jogsértést mind a versenyhatóság, mind pedig az elsőfokú bíróság jogszerűen értékelte, amellyel annak megismétlése nélkül a Fővárosi Ítéltábla egyetért.

Alaptalanul hivatkozott a felperes a televíziós reklámok figyelemfelhívó jellegére. Ezen reklámokban a bankszámla akcióját a megtakarítási betétszámla akcióval összevontan, együttesen reklámozta, miáltal a megtakarítási betétszámlával kapcsolatban ajánlott kiemelten magas kamat egyik jelentős feltételének (50.000 Ft napi záró egyenleg megléte) közzlésére már nem volt mód. Ezt a hiányt róttá az alperes a felperes terhére. Nem tekinthető figyelemfelhívó reklámnak az, ahol objektív, számszaki adatokat közölve tájékoztatják a termékről (szolgáltatásokról) a fogyasztót. A legkedvezőbb adatokról való kiemelt tájékoztatás mellett pedig legalább az annak előfeltételét képező egyik kizáró okot is meg kell jelölni.

Az alperes döntése 41. pontjában rögzítetten a felperes által a megtakarítási betétszámláról az interneten nyújtott általános tájékoztatással kapcsolatosan azt róttá a felperes terhére, hogy a megtakarítási betétszámla szükséges napi minimális záróegyenleg összegéről, valamint ennek a kamatmértékre gyakorolt hatásáról, mint szorosan összefüggő és egymást befolyásoló tényezőkről nem adott tájékoztatást, miáltal a megtakarítási betétszámláról elengedhetetlenül szükséges információt nem szolgáltatott. Az elsőfokú bíróság az internetes általános tájékoztatást nem a megállapított jogsértés feltételeit vizsgálva értékelte, hanem az internet mint információs csatorna technikai használatát elemezte. Ennek eredményeként - elfogadva a felperesi állításokat - arra a téves következtetésre jutott, hogy jogsértés elkövetése azért nem állapítható meg, mert a fogyasztó egy további klikkeléssel megszerezte azt a plusz információt, ami a betétszámla napi záróegyenlegének limitjére vonatkozott. A másodfokú bíróság álláspontja ezzel szemben az, hogy a termékkel (megtakarítási betétszámla) kapcsolatos általános tájékoztatóból sem mellőzhető a napi minimális záróegyenleg összegének közzlése, figyelemmel annak az elérhető kamatra vonatkozó lényeges kihatására.

A felperes sem vonta kétségbe azt, hogy a megtakarítási betétszámla mind általában, mind az akciós időszakban csak akkor biztosítsa az általános, illetve az akciós magasabb kamatot, ha az arról való pénz kivétel a havi 2 alkalmat nem haladja meg, és a betétszámla minimális összege (50.000 Ft) a napi záróegyenleg szerint biztosított. Ezeknek a feltételeknek a hiányában radikális kamatvesztés következik be, mert az éves kamat a felperesi lakossági bankszámla látra szóló betéti kamatával azonos (0,75%).

Az átlagos racionálisan és körültekintően eljáró fogyasztóval szemben a magasabb érdekeltsgű szolgáltatások tekintetében elvárható magasabb mérce az ilyen szolgáltatásokat

(pénzügyi szolgáltatásokat) nyújtó vállalkozásokkal szemben is követelmény. Nem mentesülhet a magasabb mérce követelményeit megsértő vállalkozás a felelősség alól arra alapítottan, hogy a fogyasztóval szemben is magasabb mérce szerinti körültekintés várható el.

A perbeli akcióra tekintettel a honlap akciós oldalán közzétett hiánytalan, illetve jogszerű tájékoztatás nem orvosolja az általános tájékoztatás hiányosságait (az „klikkeléssel” sem pótolható).

Nem mentesíti a felperest az, hogy amennyiben a fogyasztó a rendelkezésre álló és biztosított valamennyi tájékoztatási lehetőséget igénybe veszi (az interneten tovább kattint, vagy a bankfiókot személyesen keresi fel) akkor a kiegészítő jellegű információ birtokában teljes képet kaphat a szolgáltatás tényleges mibenlétéről (mielőtt szerződést kötne). A felperesi szolgáltatást potenciálisan igénybe venni kívánók döntéseit segítő információk versenyjogi szempontból való megfelelőségét, valamint a félreérthetetlen tájékoztatás meglétének hiányát a felperes nem tudta cáfolni, sem a televíziós reklámokat, sem pedig az internetes tájékoztatást illetően.

A Fővárosi Ítéltábla az alperessel egyezően a Tpv. rendelkezései alapján a felperesi magatartást megítélhetőnek találta, erre figyelemmel egyéb bizonyítást nem látott szükségesnek. Az érintett piacon megnyilvánuló általános fogyasztói magatartás (piackutatás), avagy annak elemzése (szakvélemény), és a magasabb érdekeltsgű szolgáltatásokra hozott példák, valamint az alperes által más ügyekben hozott döntések együttes értékelésével sem igazolt a felperes olyan releváns körülményeket, amelyek a jogsértés alóli mentesülését eredményezhették volna.

A jelen ügybeli jogsértés szempontjából meghatározó a tájékoztatás, reklám megjelenítése, illetve az abból adódó megtévesztésre való alkalmasság. A jogsérelem súlyát a gazdasági verseny veszélyeztetettségének foka, a fogyasztói érdekek sérelmének köre, annak kiterjedése alapozza meg. Az alperes határozatának 43. és 44. pontjában rögzítetten a Tpv. 77.§-ának (1) bekezdés f) pontja és a Tpv. 78.§-ának (1) és (2) bekezdése szerinti jogkövetkezményeket alkalmazta. A versenyhatóság határozatában mind a jogsértő magatartástól való eltiltás, mind pedig a bírság szankció és annak összegszerűsége tekintetében részletesen felsorolta mindazokat a tényezőket, amelyeket mérlegelt kiemelve, hogy súlyosító körülményként vette figyelembe az azonos tárgyú (Vj-153/2004: számú) döntésében már megállapított jogsértést:

A mérlegelési jogkörben hozott döntés akkor jogszerű, ha a hatóság a tényállást kellően feltárta, a vonatkozó eljárási szabályokat betartotta, a bizonyítékokat okszerűen mérlegelte és a határozat indokolásából a mérlegelés szempontjai, annak jogszerűsége is megállapítható.

A Fővárosi Ítéltábla álláspontja az, hogy az alperes a szankciók alkalmazása, kiválasztása és az összecszerűség meghatározása során anyagi jogi és eljárásjogi jogsértést nem követett el. Mindezzel szemben az elsőfokú bíróság az alperes részéről felsorolt szempontokat figyelmen kívül hagyta, és szubjektív értékelését tükröző indokolással határozott a bíróság mellőzéséről, rögzítve azt, hogy a jogsértés megállapítása, valamint az eltiltás mind a generális, mind pedig a speciális prevenció szempontjából elegendő. A másodfokú bíróság e körben kiemeli, hogy az elsőfokú bíróság nem adta magyarázatát annak, hogy miért tekintette az internetes tájékoztatást súlyosabb jogsértésnek, miért jutott arra a következtetésre, hogy a jogsértéssel elért előny bizonyítatlan (holott ezt nem is vizsgálta), továbbá, hogy a korábbi alperesi - döntésben megállapított jogsértés miért nem róható a felperes terhére.

Az alperes fellebbezésében az elsőfokú bíróság részéről hiányolt körülmények megfelelő indokát adta (feltárva mind a jogsértéssel elért előny nagyságát, mind pedig a Tpv. III. fejezetébe ütköző magatartás miatti korábbi döntésének a jelen ügygel összefüggő jellegét). Erre tekintettel a másodfokú bíróság a versenyhatósággal egyezően az internetes tájékoztatás jogsértő jellegét is megállapította.

A Fővárosi Ítéltábla álláspontja az, hogy a Tpv. 8.§-ának (2) bekezdés a) és c) pontjaiba ütköző jogsértések jellege és megvalósulási módja folytán az ehhez leginkább igazodó és a jogsértésekkel arányban álló szankciókat alkalmazta az alperes, és ennek teljes körű indokát is adta határozatában.

Mindezek folytán a másodfokú bíróság a Pp. 253.§-ának (2) bekezdése alapján az alperes sikeres fellebbezése folytán az elsőfokú bíróság ítéletét részben megváltoztatta, a felperes keresetét teljes egészében elutasította, egyebekben helybenhagyta.

A sikertelenül fellebbező pereszes felperes a Pp. 78.§-ának (1) bekezdése alapján köteles megfizetni az alperes együttes első- és másodfokú perköltségét, és viselni a 6/1986. (VI. 26.) IM rendelet 13.§-ának (2) bekezdése alapján a tárgyi illetékfeljegyzési jog folytán le nem rótt további kereseti; valamint a reá és a sikerrel fellebbező alperesre eső fellebbezési illetéket.

B u d a p e s t e n, 2007. évi szeptember hó 26. napján