



1054 Budapest, Alkotmány u. 5.

Levélcím: 1391 Budapest 62 Pf. 211

Telefon: (06-1) 472-8865, **Fax:** (06-1) 472-8860

Ügyszám: Vj/59/2013.

Iktatószám: Vj/59-253/2013.

Betekinthető!

A Gazdasági Versenyhivatal eljáró versenytanácsa a dr. E. Á. ügyvéd (Erős Ügyvédi Iroda/Squire Sanders (US) LLP, 1051 Budapest, Széchenyi István tér 7-8.) és a dr. W. L. ügyvéd által képviselt **Nielsen Közönségmérés Kft.** (1146 Budapest, Hermina út 57-59) eljárás alá vont vállalkozással szemben gazdasági erőfölénnyel való visszaélés tilalmának feltételezett megsértése miatt indult versenyfelügyeleti eljárásban – tárgyaláson kívül meghozta az alábbi

v é g z é s t .

I. Az eljáró versenytanács az eljárást megszünteti az eljárás alá vont által vállalt kötelezettségek egyidejű elfogadásával.

II. Az eljáró versenytanács a Nielsen Közönségmérés Kft. számára az alábbi kötelezettségvállalások teljesítését írja elő:

A) Az árazást érintő vállalások

1. A Nielsen Közönségmérés Kft. (továbbiakban: Nielsen) vállalja, ha egy vagy több adatbázisát az Arianna szoftverrel együtt, csomagban értékesíti, akkor nem nyújt árkedvezményt az adatbázisok árából az Arianna szoftverrel történő csomagban értékesítésre tekintettel.
2. A Nielsen vállalja, hogy az adatbázisokat a jövőben is értékesíti az Arianna szoftver nélkül is.
3. A Nielsen vállalja, hogy ha egy vagy több adatbázisát az Arianna szoftverrel együtt értékesíti, akkor mind az adatbázis, mind a szoftver tekintetében külön ár és külön árengedmény rendszer kerül alkalmazásra és feltüntetésre. Ha az ügyfél az adott csomagot Arianna szoftver nélkül kívánja megvásárolni, akkor az érintett csomag ára (automatikusan) csökken az Arianna szoftver eredeti ajánlatban feltüntetett árával.
4. A Nielsen vállalja, hogy az Arianna szoftver árát a vállalás teljesítését kötelezővé tevő GVH döntés közlésének időpontjában az azonos főbb jellemzőkkel rendelkező ügyfélkör tekintetében érvényesülő átlagos árszinthez képest csak akkor és annyiban módosítja, amennyiben azt a szoftver piaci értékének esetleges változása illetve a versenyképes árazás indokolja.
5. Az 1. és a 3-4. pontban meghatározott vállalást 2016. január 1.-től kezdődően kell alkalmazni, az ezen időpont utáni időszakra hatályos szerződésekkel kapcsolatos ajánlatokra.

A határozatlan idejű szerződések esetében a Nielsen vállalja, hogy 2016. január 30.-ig ajánlatot tesz a szerződés módosítására a jelen vállalásokkal való összhang megteremtése céljából.

Ha az ügyfél az ajánlatot nem fogadja el, a Nielsen nem köteles a szerződést ebből az okból felmondani.

Az olyan határozott idejű szerződések esetében, melyek rendelkeznek a határozott időtartam meghosszabbításának eljárásáról, a Nielsen ennek az eljárásnak a keretében köteles úgy eljárni, mint a határozatlan idejű szerződések esetében.

A 2. pont a vállalás teljesítését kötelezővé tevő GVH döntés közlésének napját követő napon lép hatályba.

6. Az 1-5. pontok szerinti vállalásokról a Nielsen a vállalás teljesítését kötelezővé tevő GVH döntés közlésének napját követő 30 napon belül közvetlenül és egyedileg értesíti az ügyfeleit.
7. A vállalások hatálya nem terjed ki a közbeszerzési eljárásokban tett ajánlatra, ha az a közbeszerzési eljárást megindító felhívásban meghatározott bármely előírással, feltétellel összeütközésbe kerülve megakadályozhatná, hogy a Nielsen érvényes ajánlatot tegyen az adott közbeszerzési eljárásban; továbbá nem vonatkozik a vállalás a közbeszerzési eljárásban megengedett ajánlat módosításokra sem.
8. A Nielsen vállalja, hogy vállalások ellenőrizhetősége érdekében megküldi a Gazdasági Versenyhivatal számára
 - az 5. pont hatálya alá eső ajánlatokat, legkésőbb 2016. március 31.-ig, illetve ha a szerződéskötési folyamat eddig az időpontig nem zárul le, legkésőbb 2016. június 30.-ig, egyéb esetben az egyeztetések lezárását követő 30 napon belül;
 - a 2016. évre megkötött, a kötelezettségvállalás hatálya alá eső szerződéseket legkésőbb 2016. március 31.-ig, illetve ha a szerződéskötési folyamat eddig az időpontig nem zárul le, legkésőbb 2016. június 30.-ig, egyéb esetben a szerződéskötést követő 30 napon belül;
 - a 6. pontban rögzített egyedi értesítések másolatát a 6. pontban előírt határidő előírt határidő leteltét követő 15 napon belül.

B) Az adatbázis külső szoftverfejlesztő részére való hozzáférhetővé tételével kapcsolatos vállalások

1. A Nielsen vállalja, hogy feltétel nélkül engedélyezi, hogy bármely adatbázisában foglalt adatokat az ezeket megvásárló ügyfele külső, harmadik személy (a továbbiakban: szoftverfejlesztő) által az ügyfél rendelkezésére bocsátott szoftverrel kezelje, feldolgozza, feltéve, hogy a szoftveres adatkezelés során az adatok az ügyfél birtokából nem kerülnek át a szoftverfejlesztő birtokába.

Az adatok abban az esetben kerülnek át a szoftverfejlesztő birtokába, ha a szoftverfejlesztő - az ügyfél közreműködésével és ellenőrzésével vagy anélkül - képes az adatokhoz való hozzáférésre, azok lemásolására illetve többszörözésére.

A Nielsen vállalja, hogy e megoldás esetében a szükséges technikai támogatást megadja ahhoz, hogy a szoftverfejlesztő szoftvere az adatbázisokat kezelni tudja. E támogatás azonban nem járhat a Nielsen védelem alatt álló szellemi tulajdonjogai sérelmével. A Nielsen a támogatást az ügyfél kérelmére és számára, a szolgáltatással arányos díj

ellenében, külön írásbeli megállapodás alapján nyújtja. A támogatás a következőket foglalja magában:

- a Nielsen az adatbázisokat elemi (text) formátumban elérhetővé teszi az ügyfél számára;
 - az ügyfél számára adatletöltés biztosítása a Nielsen saját szoftverével, vagy az adatoknak az ügyfélhez tartozó e-mail címre történő küldésével;
 - a Nielsen az adatszerkezetről (az elemi adatokról a leírást) a szükséges dokumentációt az ügyfél kérése alapján rendelkezésére bocsátja a Nielsen által meghatározott tartalommal és formában, angol vagy magyar nyelven; a dokumentációt az ügyfél kizárólag az általa használt szoftver megfelelő beállítása érdekében átadhatja a szoftverfejlesztőnek;
 - Nielsen az ügyfél részére az adatbázis átalakításáról írásbeli tájékoztatást ad;
 - a Nielsen vállalja a szoftverfejlesztő számára legfeljebb 2 heti adatbázis átadását (tesztadat), amely adatokat a szoftverfejlesztő kizárólag az általa fejlesztett szoftver megfelelő beállítására csak az adott ügyfél javára/érdekében használhat fel;
 - adategyeztetés, adatellenőrzés.
2. A Nielsen vállalja, hogy engedélyezi azt, hogy az adatbázisában foglalt adatokat az ezeket megvásárló ügyfele olyan módszerrel kezelje, dolgozza fel szoftverfejlesztő által az ügyfél rendelkezésére bocsátott szoftverrel, melynek során az adatok az ügyfél birtokából átkerülnek a szoftverfejlesztő birtokába, illetve az ügyfél kérése alapján az adatokat közvetlenül a Nielsen adja át a szoftverfejlesztőnek. Ezt az engedélyt a Nielsen azonban csak akkor adja meg, ha az adatai jogosulatlan felhasználásának megakadályozását megfelelő eszközök biztosítják.

Megfelelő eszköznek az alábbiak minősülnek:

a) a szoftverfejlesztő

aa) kizárólag Nielsen ügyfelek részére nyújt szoftverszolgáltatást és

ab) nem végez olyan kapcsolódó tevékenységet, melynek keretében az adatokat más célra is hasznosítani tudná;

vagy

b) a szoftverfejlesztő hatékony műszaki intézkedéssel biztosítja, hogy az általa kezelt Nielsen adatokhoz csak az a Nielsen ügyfél férhessen hozzá, akár a szoftveren keresztül, akár egyéb módon, aki az ő számára az adatokat átadta, illetve akire tekintettel az adatokat a Nielsen az ő számára átadta;

vagy

c) a szoftverfejlesztő biztosítja, hogy folyamatosan vizsgálható legyen az ügyfélköre, illetve az ügyfeleivel kötött szerződéseinek tartalma azt ellenőrizendő, hogy nem nyújt-e olyan tartalmú szolgáltatást a szoftverfejlesztő, melynek keretében a Nielsen adatok átadásra kerülhetnek olyan ügyfél számára, illetve melynek keretében a Nielsen adatok felhasználásra kerülhetnek olyan ügyfélnek nyújtandó egyéb szolgáltatáshoz, aki nem vásárlója a Nielsen adatoknak.

3. A 2.aa) pont alkalmazásában Nielsen ügyfélnek az tekintendő, aki annak a Nielsen adatbázisnak a vásárlója, amelynek adatait a szoftver feldolgozza. Ha a szoftver Ariannával előállított adatot használ input adatként, akkor az is szükséges, hogy az ügyfél Arianna vásárló is legyen.
4. A 2.ab) pont szerinti tevékenységnek a következők minősülnek:
- televíziós tartalomszolgáltatás
 - műsorkészítés
 - internetes tartalomszolgáltatás
 - televíziós tartalom disztribútori szolgáltatás
 - hirdetésszervezés, hirdetésközvetítés, média vásárlás és kampányértékelés
 - értékesítőház tevékenység
 - média tanácsadás, konzultáció
 - média auditor tevékenység
 - média ügynökségi tevékenység
 - marketing, kommunikáció, PR
 - olyan egyéb tevékenység, melynek alapvető eleme a Nielsen adatbázisok, illetve adatok felhasználása
5. A 2.a) pont alkalmazásában szoftverfejlesztőn érteni kell a szoftverfejlesztő vállalkozáscsoportjába tartozó vállalkozásokat is, valamint azokat a vállalkozásokat, melyeknek a szoftverfejlesztő természetes személy tulajdonosának közeli hozzátartozója a tulajdonosa, továbbá azokat a vállalkozásokat, melyeknek a szoftverfejlesztő vezető tisztségviselője szintén vezető tisztségviselője vagy tulajdonosa.
6. Amennyiben a Nielsen ügyfele a 2. pontban meghatározott módon kíván szoftverfejlesztőt bevonni az adatok kezelésébe, és a 2.a) pontban leírt eszközt kívánja alkalmazni, a jogosulatlan adatfelhasználás megakadályozására a Nielsen vállalja, hogy engedélyezi az adatok szoftverfejlesztő részére való továbbítását, ha az alábbi feltételek teljesülnek:
- a) az ügyfél vállalja, hogy a szoftverfejlesztővel olyan tartalmú szerződést köt, melyben
- aa) a szoftverfejlesztő vállalja a 2.a) pontban meghatározott feltételek teljesítését,
 - ab) a szoftverfejlesztő vállalja, hogy az ügyfél számára negyedévente megküldi az általa kezelt bármely Nielsen adatbázisra épülő, azok felhasználásához kapcsolható termékeinek ügyféllistáját és az adott ügyfele részére nyújtott szolgáltatása megnevezését;
 - ac) az aa)-ab) pont szerinti vállalások megszegése esetére kötbért köt ki, melynek minimális összege az ügyfél részére szolgáltatott Nielsen adatbázisok éves nettó díjának 100%-a;
- b) az ügyfél vállalja, hogy a szoftverfejlesztő által az ab) pont alapján megküldött ügyféllistát összeveti a Nielsen által rendelkezésére bocsátott Nielsen ügyféllistával, és ha az előbbiben olyan vállalkozás szerepel, mely a Nielsennek nem ügyfele, erről a Nielsent 5 napon belül értesíti, anélkül azonban, hogy a szoftverfejlesztő ügyfeleinek nevét feltárná a Nielsennek;
- c) az ügyfél vállalja, hogy ha a szoftverfejlesztő által az ab) pont alapján megküldött listán szereplő szolgáltatás a 4. pont alá esik, erről 5 napon belül értesíti a Nielsent; ha ezt az ügyfél nem tudja megállapítani, e kérdésben nyilatkoztatja a szoftverfejlesztőt;

d) az ügyfél elfogadja, hogy a b) vagy c) pont szerinti értesítés esetén, továbbá akkor is, ha a Nielsen ilyen értesítésektől függetlenül tudomást szerez a 2.a) pont megszegéséről, a Nielsen jogosulttá válik a szoftverfejlesztő részére történő adattovábbítás azonnali beszüntetésére;

e) az előírt értesítések 15 napot meghaladó, ki nem mentett késedelme esetében ügyfél köteles kötbért fizetni, melynek összege az ügyfél részére szolgáltatott adatbázis árának legfeljebb 10%-a.

7. A 6. pont ab) es b-e) alpontjaiban írt feltételek mellőzendők, ha a szoftverfejlesztő a Nielsen írásbeli tájékoztatása mellett legalább három éve folyamatos szoftverszolgáltatást nyújt legalább 3 Nielsen ügyfél számára, és ez idő alatt a Nielsen egyetlen esetben sem kezdeményezett írásban egyeztetést jogosulatlan adatfelhasználás gyanúja miatt, sem a szoftverfejlesztővel sem az ügyféllel.
8. A Nielsen vállalja, hogy amennyiben az ügyfél és a szoftverfejlesztő ezt közösen indítványozza, a 6. pont szerinti feltételek értelemszerű alkalmazásával közvetlenül a szoftverfejlesztővel köt szerződést, feltéve, hogy a szoftverfejlesztő éves nettó árbevétele az előző két év mindegyikében elérte az ügyfél részére szolgáltatott Nielsen adatbázisok nettó éves díjának 100%-át.
9. Amennyiben a Nielsen ügyfele a 2. pontban meghatározott módon kíván szoftverfejlesztőt bevonni az adatok kezelésébe, és a 2.b) pontban leírt eszközt kívánják alkalmazni a jogosulatlan adatfelhasználás megakadályozására, a Nielsen a 2. pont szerinti engedélyét akkor adja meg, ha a 2.b) pont szerinti hatékony műszaki intézkedés megfelelőségében a három érintett fél írásban rögzítetten egyetért, és a szoftverfejlesztő vállalja ennek alkalmazását. A felek egyetértésének minősül, ha a felek által közösen kijelölt szakértő dönt a megfelelőségről és ezt írásban rögzíti. Ha a felek 90 napon belül nem jutnak egyetértésre a megfelelőség kérdésében, vagy nem jelölik ki a megfelelőségről dönteni jogosult szakértőt, akkor a választottbíráskodásról szóló 1994. évi LXXI. törvény szerinti eljárásban jelölik ki azokat a személyeket, akik kiválasztják azt a szakértőt, aki dönt a megfelelőségről. A megfelelőségről döntő szakértő díjazásához a Nielsen nem köteles hozzájárulni, azonban az a szakértő kiválasztásával kapcsolatos eljárás költségeit a felek közösen viselik.

A megfelelő műszaki intézkedés alkalmazásáról a szoftverfejlesztő a Nielsent folyamatosan tájékoztatni köteles. Ha az alkalmazással felhagy, vagy a tájékoztatást elmulasztja, a Nielsen az engedélyt visszavonhatja. Ha bármelyik fél álláspontja szerint valamely körülmény változása miatt a műszaki intézkedés módosítása szükséges, az előző bekezdés megfelelő alkalmazásával kell eljárni.

10. Amennyiben a Nielsen ügyfele a 2. pontban meghatározott módon kíván szoftverfejlesztőt bevonni az adatok kezelésébe, és a 2.c) pontban leírt eszközt kívánják alkalmazni a jogosulatlan adatfelhasználás megakadályozására, a Nielsen a 2. pont szerinti engedélyét akkor adja meg, ha a szoftverfejlesztő vállalja a 2.c) pont teljesítését, és a 2.c) pont szerinti ellenőrzés elvégzésére a felek közösen kijelölnek egy független, megfelelő szakértelemmel rendelkező személyt, illetve meghatározzák az ellenőrzés eljárásrendjét. Ha a felek 90 napon belül nem jutnak egyetértésre a kijelölés vagy az eljárásrend kérdésében, akkor a választottbíráskodásról szóló 1994. évi LXXI. törvény szerinti eljárásban jelölik ki azokat a személyeket, akik kiválasztják az ellenőrzést végző személyt és meghatározzák az eljárásrendet. Az ellenőrzést végző személy díjazásához a Nielsen nem köteles hozzájárulni, azonban a kiválasztásával kapcsolatos eljárás költségeit a felek közösen viselik.

Ha a szoftverfejlesztő a 2.c) pont szerinti ellenőrzési lehetőséget nem biztosítja, vagy az ellenőrzéshez szükséges együttműködést nem tanúsítja, illetve ha az ellenőrzést végző személy a 2.c) pontban meghatározottakat állapítja meg, a Nielsen az engedélyt visszavonhatja.

11. A Nielsen vállalja, hogy az 1-10. pontok szerinti vállalások teljesítése során együttműködően, a jóhiszeműség és tisztesség követelményének [Ptk. 1:3. §) megfelelően jár el.
12. Az 1-11. pont szerinti vállalások szerint jár el a Nielsen a vállalat teljesítését kötelezővé tevő GVH döntés közlésétől kezdődően minden szerződéskötési folyamat során. A vállalat teljesítését kötelezővé tevő GVH döntés közlésének napján hatályos szerződések esetében is alkalmazásra kerülnek a vállalások, ha az ügyfél ezt kéri.
13. Az 1-12. pontok szerinti vállalásokról a Nielsen a vállalat teljesítését kötelezővé tevő GVH döntés közlésének napját követő 30 napon belül közvetlenül és egyedileg értesíti az ügyfeleit.
14. Nielsen vállalja, hogy vállalat ellenőrizhetősége érdekében megküldi a Gazdasági Versenyhivatal számára a 13. pontban rögzített egyedi értesítések másolatát a 13. pontban előírt határidő elteltét követő 15 napon belül.
15. A Nielsen vállalja, hogy az 1-2. pontban rögzített vállalások ellenőrizhetősége érdekében rendszeresen (két alkalommal) beszámol a Gazdasági Versenyhivatal számára a vállalatok teljesítéséről. A beszámoló tartalmazza a Nielsen által a vállalatok végrehajtása érdekében tett intézkedéseket, az érintett ügyfelekkel folytatott egyeztetések leírását, a létrejött megállapodások tartalmát, illetve a megállapodás esetleges megghiúsulásának a Nielsen által vélelmezett okát, továbbá a beszámolóban foglaltak alátámasztáshoz szükséges dokumentumokat. Az első, 2016-2017. évekről szóló beszámolót a Nielsen 2018. március 31.-ig, a második, 2018-2019. évekről szóló beszámolót a Nielsen 2020. március 31.-ig küldi meg a Gazdasági Versenyhivatal számára.

C) Definíciók

E kötelezettségvállalás alkalmazásában az alább felsorolt kifejezések alatt a következőket kell érteni.

Adatbázis: televíziós nézettségi adatbázis, műsorcím adatbázis, reklámfilm adatbázis.

Arianna szoftver: a Nielsen TV Audience Measurement S.A. által fejlesztett Arianna programcsomag vagy annak bármelyik modulja, továbbá az Arianna szoftver esetleges jövőbeni továbbfejlesztései, illetve más, funkcionálisan hasonló képességgel rendelkező kiegészítő vagy helyettesítő szoftverek.

Értékesítés, vásárlás, ár: valamelyik adatbázis, illetve az Arianna szoftver felhasználásának engedélyezése díj ellenében.

A végzéssel szemben a közléstől számított nyolc napon belül a Gazdasági Versenyhivatalhoz benyújtott vagy ajánlott küldeményként postára adott, a Fővárosi Közigazgatási és Munkaügyi Bírósághoz címzett jogorvoslati kérelemmel lehet élni. A kérelmet a Fővárosi Közigazgatási és Munkaügyi Bíróság nem peres eljárásban bírálja felül, amely során kizárólag okirati bizonyításnak van helye, azonban a bíróság a feleket a szükségeshez képest meghallgathatja.

I n d o k o l á s

I.

AZ ELJÁRÁS MEGINDÍTÁSÁNAK KÖRÜLMÉNYEI

1. A Gazdasági Versenyhivatal (a továbbiakban: GVH) 2013. július 15-én versenyfelügyeleti eljárást indított a Nielsen Közönségmérés Kft. ellen, mert észlelte, hogy a Nielsen Közönségmérés Korlátolt Felelősségű Társaság (továbbiakban: Nielsen) egyrészt olyan szerződéses rendszert alakított ki, amely megnehezíti az általa előállított televíziós nézettségi adatok külső, független szoftverrel való elemzését, másrészt a televíziós nézettségmérési szolgáltatásnak illetve a nézettségmérési adatok szoftveres elemzésének árazását és kedvezményrendszerét olyan módon alakította ki, hogy az alkalmas lehet arra, hogy megakadályozza a televíziós nézettségi adatokat elemző szoftverek piacára való belépést. A Nielsen így a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény (a továbbiakban: Tpvt.) 21. §-ának a), b), c) f), i) és j) pontjában foglalt tényállás megvalósításával valószínűsíthetően megsértette a Tpvt. 21. §-ában előírt tilalmat.
2. Figyelemmel arra, hogy a televíziós nézettségmérési szolgáltatás határon átnyúló jellege folytán más tagállamokat is érinthet, valamint, hogy a Nielsen egyedüli szereplőként van jelen a televíziós nézettségmérési piacon az eljárás alá vont magatartásával valószínűsíthetően megsérthette az Európai Unió Működéséről Szóló Szerződés 102. cikkében, különösen annak a), b) és d) pontjában foglalt tilalmat is.
3. A versenyfelügyeleti eljárás az eljárást megindító végzés indokolása szerint kiterjed „az eljárás alá vont televíziós nézettségmérési szolgáltatásának, valamint a televíziós nézettségmérési adatok szoftveres elemzéséhez kapcsolódó szolgáltatások szerződéses, értékesítési és árazási gyakorlatának vizsgálatára, 2012 elejétől az eljárásindítás napjáig terjedő időszakban.”¹ A versenyfelügyeleti eljárás megindítását követően a GVH észlelte, hogy a versenyfelügyeleti eljárás tárgyát képező magatartás a Nielsen részéről feltehetően továbbra is fennáll. Ezért a 2014. június 3-án kelt Vj/59-105/2013. számú végzéssel a vizsgálatot kiterjesztette a Vj/59/2013. számú végzésben megjelölt időszakot követően a Nielsen által tanúsított magatartásra is.

II.

AZ ELJÁRÁS TÁRGYA

4. Az eljárás tárgya a Nielsen két elkülöníthető, de versenyre gyakorolt hatását tekintve összefüggő, egymást erősítő magatartása:
 - kiszorító árazás (csomagkedvezmény) kialakítása: a televíziós nézettségmérési szolgáltatás és a nézettségmérési adatok szoftveres elemzésének árazása, illetve a hozzá kapcsolódó kedvezményrendszer alkalmas lehet arra, hogy megakadályozza a televíziós nézettségi adatokat elemző szoftverek piacára való belépést;

¹ Vj/59/2013.

- külső szoftverrel történő adatkezelés: a szerződéses rendszer, különösen az alkalmazott adatvédelmi kikötések korlátozhatják a Nielsen által előállított televíziós nézettségi adatok külső, független szoftverrel való elemzését.

III.

AZ ELJÁRÁS ALÁ VONT VÁLLALKOZÁS

5. A Nielsen Közönségmérés Kft. tulajdonosa a hollandiai székhelyű AGB Nielsen Media Research TAM HOLDING B.V., amely 2008-ban a Nielsen Company 100%-os tulajdonába került.²
6. A Nielsen Company a fogyasztók médiahasználatáról és vásárlásairól információkat, valamint ismereteket szolgáltató globális vállalat; vezető piaci pozíciókban van a marketing és fogyasztói információ mellett médiaadatok feltárásában, mint a televízió, online kutatás, mobil és más médiumok, szakvásárok, stb. A vállalat a világ több mint 100 országában aktív. Központja az USA-ban, New Yorkban és a hollandiai Diemenben található.
7. A Nielsen Company részeként működő Nielsen Közönségmérés Kft. 1994 márciusától - Kelet-Közép-Európában elsőként - Magyarországon építette ki a műszeres közönségmérést. Előbb 620, 1999 tavaszától 840 háztartásban bevezetve a nézőmérő rendszert. 2009. január 1-től a panel mintában levő háztartások száma 940-re, 2009. április 1-től 1040-re bővült. Jelenleg naponta 2400, televízióval rendelkező háztartásban lakó, 4 éven felüli személy nézettségi adata áll rendelkezésre. A háztartásokban elhelyezett műszerek minden éjjel telefonvonalon küldik be az adatokat, melyek alapján másnap tudnak adatokat szolgáltatni a televíziós csatornák és műsorok nézettségéről.
8. A Nielsen Közönségmérés Kft. megrendelői körébe tartoznak a televíziós társaságok, a médiaügynökségek, a hirdetők, a médiahatóság, producerek, auditorok, valamint egyéb felhasználók. A Nielsen Közönségmérés Kft. jelentős tapasztalattal rendelkezik a televíziós közönségmérés területén, és céljuk, hogy hardver, adat-előállítás és elemző szoftver révén teljes körű, integrált, egységes nézettségmérő rendszert működtessenek.³
9. A Nielsen Közönségmérés Kft. az alábbi szolgáltatásokat nyújtja:
 - nézettségmérési adatbázis (percenkénti nézettségi adatok a mért televíziós csatornákról) értékesítés;
 - műsorcím és reklámfilm adatbázis értékesítés;
 - nézettségelemző és kampány-utóértékelő szoftver értékesítés;
 - egyedi megrendelés alapján végzett kutatások.
10. Amikor egy adott ügyfél televíziós nézettségi adathoz szeretne hozzájutni, a Nielsen az alábbi opciókat kínálja számára⁴:
 - ad-hoc jellegű kutatás – jellemzően alkalmi célból, kevésbé összetett kérések esetén választják ezt az opciót;

² Vj/59-116/2013. számon átemelt B/198-7/2013. sz. irat 1. pont

³ Vj/59-116/2013. számon átemelt B/198-7/2013. sz. irat 1. pont

⁴ Vj/59-116/2013. számon átemelt B/198-7/2013. sz. irat 1. pont

- rendszeres riport – a piac hosszabb távú, de másodlagos szereplői választják ezt a formát: ők napi, heti, havi, negyedéves stb. szállítással kapnak testreszabott információkat;
- adatbázis-előfizetés – a teljes nézettségi, műsorcím és reklámfilm adatbázisok közül választhatnak, az adatok elemzéséhez szükséges szoftvert más forrásból biztosítják. Ezt a megoldást választja több televízió, több médiaügynökség és néhány egyéb szereplő is.
- adatbázis-előfizetés + szoftver előfizetés – a megrendelt adatbázishoz Arianna elemző szoftvert is biztosítanak számukra. Jellemzően televíziók, médiaügynökségek és a piac egyéb szereplői számára megfelelő választás.

IV.

A VIZSGÁLT TERMÉK ÉS PIACA

IV.1. Adatbázis szolgáltatások

IV.1.1. A televízió nézettségmérési szolgáltatás (TAM)

11. Magyarországon egyedül a Nielsen nyújt műszeres nézettségmérési (Television Audience Measurement - TAM) szolgáltatást, amely reprezentálja a magyarországi televíziós háztartásokban lakó 4 éven felüli népesség televízió nézési szokásait. A Nielsen a műsorok sugárzását követő munkanapon szolgáltatja a műszeres nézettségi adatokat a szolgáltatásra előfizetők számára. A megrendelői körbe tartoznak a televíziós társaságok, a média ügynökségek, a hirdető, a médiahatóság, producerek, auditorok, valamint egyéb felhasználók egyaránt.
12. A televízió társaságok számára a nézettségi adat a műsorszerkesztéshez és a reklámidő értékesítéshez elengedhetetlenül szükséges. *„A nézettségi adatok általános egyenértékűként, közös valutaként szolgálnak a reklámidőt értékesítő csatornák, a hirdető és az ügynökségek számára is. A hirdetőnek lényeges információ, hogy televíziós kampányaikkal mely célcsoportot, mikor, mely csatornán, hányszor és milyen jellegű műsorok környezetében lehet elérni, illetve kampányköltéseik nyomán követése is kulcsfontosságú bír.”*⁵
13. A percnkénti nézettségi adatok a sugárzást követő munkanapon érhetőek el elektronikus úton a megrendelők számára. A nézettségi adatok alapján az egyes csatornák nézettsége állapítható meg. A nézettségi adatokat a Nielsen műsorcím és reklámfilm adatbázissal egészíti ki mindazon televíziós csatornákra vonatkozóan, amelyekre ezt a szolgáltatást megrendelik, így az egyes műsorok és reklámfilmek nézettsége valamennyi adatbázis együttes előfizetése esetén elemezhető.

*A panel minta és az UNITAM mérőműszer működése*⁶

14. Magyarországon a legalább 1040 háztartást magában foglaló minta 2400, televíziókészülékkel és televíziós vételi móddal rendelkező háztartásban lakó, 4 éven felüli személy nézettségi adatainak feldolgozását teszi lehetővé. Az 1040 háztartás országosan mintegy 4 millió tévés háztartást, a 2400 személy pedig 9,17 millió, tévés háztartásban lakó legalább 4 éves személyt reprezentál.

⁵ Vj/59-5/2013. sz. irat 1. pont

⁶ Vj/59-115/2013. sz. irat 1.1.3. és 1.1.4. pontok

15. A beszerelésre és a leszerelésre kijelölt háztartások kiválasztását a Nielsen cég saját fejlesztésű szoftvere végzi automatikusan. Az új panel-háztartás kiválasztása során minden olyan háztartás, amely vállalja az együttműködést, egy adatbázisba kerül.
16. Az UNITAM nézőmérő rendszer több egyedi berendezésből áll. A Nielsen kívülről a TV készülékhez egy kijelzővel ellátott mérőműszert szerel, amely érzékeli a TV-készülék be-, illetve kikapcsolt állapotát, valamint az éppen nézett televízió csatornához tartozó audio jelet. A rendszer fő eleme az adatgyűjtő egység, amely tárolja a kijelző egységtől kapott nézettségi adatokat, vagyis az audio jelet, a nyomógommbal azonosított nézők sorszámát, továbbá valamennyi csatorna-váltásnak illetve a TV-készülék ki-bekapcsolásának másodpercre pontos időpontját. A nézőmérő műszerek minden egyes televíziós készülékhez telepítésre kerülnek.
17. Minden háztartásból egy műszer továbbítja az adatokat éjjel 2 és 6 óra között a Nielsen feldolgozó központjába vezetékes telefonvonalon, vagy GSM-en keresztül. Az éjszakai lekérdezést az adatok érvényesítése és feldolgozása követi.

A mért adatok érvényesítése és feldolgozása⁷

18. A lehívott adatok a Nielsen központi számítógépén egy szoftver segítségével kerülnek feldolgozásra. A nézettségi adatok lehívásához, az adatok ellenőrzéséhez, érvényesítéséhez a Nielsen a Pollux szoftvert használja. Az érvényesítési eljárás során a rendszer ellenőrzi a nézettségi adatokat és kiszűri a technikai okok miatt hibásakat vagy extrém nézői magatartásra utalókat. A feldolgozás keretében a szoftver súlyozza a nézettségi adatokat, majd összekapcsolja a háztartás személyi adatbázisával és az adatrögzítők által az éjszaka folyamán rögzített műsorcím és reklámblokk adatbázissal, végül a kész adatbázist konvertálja a felhasználói szoftverekbe.
19. A felhasználói szoftverek a műszeres televíziós közönségmérés nemzetközi szabványainak megfelelő mutatókat állítanak elő. Az elemi adatszintű adatszolgáltatás igénybevevői e-mailben kapják meg az adatokat, melyhez leírást is kapnak.

A nézettségi adatbázisba való bekerülés feltételei

20. A standard adatbázis tartalma azon csatornák összessége, amelyek közvetlenül vagy értékesítőházon keresztül a televíziós közönségmérést megrendelik a Nielsen-től. A nézettségi adatbázis-előfizetést minden esetben vagy az érintett csatorna tulajdonosa / üzemeltetője, vagy a reklámpiacon a csatorna képviselőjét ellátó „sales-house” (értékesítőház) kezdeményezi, így nem fordul elő, hogy más tv csatorna vagy marketing ügynökség, esetleg reklámügynökség vagy egyéb szereplő rendelne meg ilyen szolgáltatást.⁸
21. A Nielsen nyilatkozata szerint a jelenlegi üzleti modell alapján az adatbázis előállítását azon televíziók finanszírozzák, akik hasznosítják, másként fogalmazva: nem hasznosíthatják olyanok, akik nem fizetnek érte.⁹
22. A *standard adatbázis* jelenlegi 52 csatornájával a tévézésre fordított idő 85%-át tartalmazza (ezekre vonatkozóan rendelkeznek adatbázis-előfizetési szerződéssel). Az internal adatbázisukban további 48 hazai és 14 külföldi csatorna adata található, amelyek együtt a tévézési idő 7,5%-át teszik ki. Ezek között számos olyan csatorna található, amellyel periodikus vagy ad-hoc jellegű riportokra szóló előfizetői szerződést köt a Nielsen (Hír TV, D1 TV, Hatos Csatorna, Discovery csatornái, HBO csatornái, Da Vinci

⁷ Vj/59-115/2013. sz. irat 1.1.4. és 1.2 pontok

⁸ Vj/59-115/2013. sz. irat 5. pont

⁹ Vj/59-134/2013. sz. irat 2. pont

Learning stb.), a legtöbbről kisebb-nagyobb rendszerességgel elemzéseket szolgáltatnak. Emellett a Nielsen ügyfelei rendszeresen kapnak alapvető összefoglaló adatokat ezekről a csatornákról is.¹⁰

23. Nem csak azok a csatornák kerülnek az elemi adatokban rögzítésre tehát, amelyekre a csatorna üzemeltetőjével előfizetést köt a Nielsen, de a standard adatbázisba csak azok kerülnek bele.
24. A Nielsen nyilatkozata szerint a magyar televíziós piacon elérhető azon csatornák, amelyek nem fizetnek elő az adatbázisukra, jellemzően nem nézettségi alapon számolnak el a hirdetőikkel, ezért nem veszik igénybe TAM szolgáltatásukat.¹¹

A közös elszámoló egység funkció

25. A Nielsen nyilatkozata¹² szerint a műszeres televíziós közönségmérés egyik sajátossága, hogy a létrehozott adatbázist valamennyi, a televíziós reklámpiac szempontjából releváns piaci szereplőről tartalmaz adatokat, és a létrehozott adatbázisból kalkulált GRP mutató közös elszámoló eszközként szerepel a piacon. A piaci szereplőknek tehát nem kizárólag egy nézettségi adatra van szükségük (amelyet bizonyos beruházások után több szolgáltató is képes lenne előállítani), hanem kifejezetten azt igénylik, hogy ugyanaz a nézettségi adat álljon rendelkezésre valamennyi piaci szereplőnél (televízió társaságok, értékesítőházak, reklámügynökségek, stb.).
26. Ha ugyanis egy televíziós társaság úgy döntene, hogy más szolgáltatótól vásárol nézettségi adatbázist, az csak belső használatra (pl. programtervezés) lenne alkalmas, de reklámidő-értékesítésre (a reklámügynökségekkel való elszámolásra) nem. Utóbbihoz arra lenne szükség, hogy a reklámügynökségek is előfizessenek az alternatív adatbázisra, számukra azonban ez csak akkor racionális, ha kellően sok televíziós csatorna használja az alternatív adatbázist. Továbbá, ha a társaság lemond a TAM előfizetéséről, akkor azzal a csatornái kikerülnek az adatbázisból, tehát a nézettségi adatai nem csak számára, hanem más piaci szereplők számára sem lesznek elérhetők.
27. A közös elszámoló egység funkció tehát – az információs javakra jellemző – hálózati hatást hoz létre a nézettségmérési szolgáltatás piacán, mivel a szolgáltatás (adatbázis) értéke a többi felhasználó számától is függ. Minél több előfizetője van valamely (jelen esetben a Nielsen) nézettségi adatbázisának, annál inkább működik a közös elszámoló egység (avagy közös valuta) funkció, tehát annál nélkülözhetetlenebb az adatbázisra való előfizetés, és annál nehezebb egy új adatbázis-szolgáltató számára a belépés.

A nézettségmérési piacra való belépés feltételei¹³

28. A televíziós közönségmérési piacra (TAM) való belépésnek nincsen különös jogi feltétele, vagyis olyan, amely az általánosan elvárható jogszerű működésen túlmutatna. Amennyiben egy vállalkozás a mindenkori jogszabályoknak megfelelően működik, és olyan szolgáltatást végez, amely megfelel a televíziós társaságok, ügynökségek és hirdetőik szakmai igényeinek, úgy szabadon beléphet a közönségmérési piacra.
29. Technikai feltételek oldaláról nézve sem létezik semmilyen előírás arra vonatkozóan, hogy pontosan milyen eszközökkel vagy módszertannal kell televíziós közönségmérési

¹⁰ Vj/59-134/2013. sz. irat 3. pont

¹¹ Vj/59-115/2013. sz. irat 5. pont

¹² Vj/59-134/2014. sz. irat 4. pont

¹³ Vj/59-115/2013. sz. irat 3. pont

- szolgáltatást végezni. Nemzetközi ajánlások léteznek (pl. WFA/EACA Guide¹⁴, ARM/GGTAM¹⁵), ezek betartása ajánlott, de nem kötelező. Hazai és nemzetközi téren ismert megoldások a közönségnagyság becslésére: kérdőíves (személyes, telefonos stb.), esetleg naplós módszerek, telepített vagy hordozható műszerek alkalmazása.
30. A hazánkban jelenlévő nemzetközi kutatócégek többnyire rendelkeznek valamilyen műszeres mérésre alkalmas technológiával, amelyeket más piacokon már használnak.
 31. A műszeres mérés mellett az utóbbi időben a Nielsen és más cégek is kutatásokat végeznek a digitális set-top-box adatokból kinyerhető információk feldolgozásával. Több hazai cég online vagy interaktív (a tévén keresztül feltett) kérdések formájában is kínál a televíziós közönségmérés (TAM) területén releváns szolgáltatást az ügyfeleknek. A felsorolt lehetőségeket az erre szakosodott cégek folyamatosan fejlesztik, azokat a Nielsen nézettségi adatainak alternatívájaként vagy azt kiegészítő szolgáltatásként kínálják a tévétársaságok részére.
 32. A Nielsen ennek kapcsán kiemelte, hogy a nézettségmérésnek sokféle módja lehetséges, nincs egyetlen olyan megoldás, amelyet minden piacra lépőnek alkalmaznia kellene. Így a Nielsen mérési módszere sem minősíthető az egyetlen lehetséges megoldásnak, számtalan, azonos piachoz tartozó helyettesítő szolgáltatás képzelhető el és van is a piacon. Az ügyfelek igényei döntenek el, hogy milyen szolgáltatást kívánnak beszerezni.
 33. A Nielsen másik nyilatkozata¹⁶ szerint ugyanakkor nagyon speciális mérőberendezések és adatfeldolgozó szoftverek szükségesek az adatok előállításához, melyeknek *méretgazdaságossági következményei vannak*. Ennek megfelelően a jelenleg közel 80 országban működő különféle *műszeres televíziós közönségmérési rendszereknek országonként jellemzően egyetlen szolgáltatója működik*. Nyilatkozata szerint ez a struktúra előnyös a közös elszámoló egység funkció megvalósításához, ugyanakkor nem hoz létre ellensúly nélküli piaci erőt a szolgáltatás oldalán, mivel a közös elszámoló egységben érdekelt adatfelhasználók képesek ebben a struktúrában is az érdekeik megfelelő érvényesítésére.
 34. Mindezek alapján a Nielsen lehetségesnek tartja a nézettségmérési piacra való belépést olyan módon, hogy a belépő a magyarországi csatornák jelentős részét tartalmazó nézettségi adatbázist hoz létre anélkül, hogy ahhoz valamennyi mért csatorna üzemeltetőjével szerződést kellene kötnie. Megjegyzik ugyanakkor, hogy a piaci működéshez jellemzően értékesíteni is kell az adatbázist, ami nyilvánvalóan szerződések megkötését igényli az adatbázis iránt keresletet támaztó vevőkkel.
 35. Belépési korlátként azonosítható tehát a méretgazdaságosság, amelynek forrása az adatbázis-előállítás költségszerkezetéből fakad: az adatbázis előállítása állandó költségnek tekinthető, melynek sokszorosítása ugyanakkor nem jár számottevő további (változó) költséggel, így a vállalkozás költségeit nem befolyásolja jelentősen az ügyfeleink száma. Ebből adódóan az egy ügyfélre eső költség annál alacsonyabb, minél több ügyféllel áll szerződésben a vállalkozás, tehát egy kevés ügyféllel rendelkező új belépő nem képes olyan alacsony árat kínálni, mint egy nagyobb ügyfélbázissal rendelkező inkumbens.

¹⁴ Hirdetők Világszövetségének (WFA) és a Kommunikációs Ügynökségek Európai Egyesületének (EACA) iránymutatása

¹⁵ Televíziós nézettségmérés globális iránymutatása (GGTAM)/Nézettség kutatási módszerek (ARM)

¹⁶ Vj/59-134/2014. sz. irat 4. pont

IV.1.2. A műsorcím (Program & Break, azaz PB) és a reklámfilm (szpot) adatbázisok

A Nielsen szolgáltatása

36. A műsorcím adatbázis a Nielsen által rögzített műsorcímek és reklámblokkok sugárzási adatait tartalmazza valamint tipológia-rendszer szerint kategorizálva tartalmazza a sugárzásra került, és a rögzítési alapelvek alapján rögzítendő műsorok adatait a mindenkor érvényes csatornalista alapján. A műsorcím adatbázis a Nielsen által használt jelforrásról (dekóderek) érkező adás látható képe alapján készül. A Nielsen a megrendelők részére hozzáférést biztosít a televíziós csatornák meghatározott műsorcím adatbázisához. Az adatbázist a csatornák saját műsorstruktúrájuk fejlesztésére és versenyelemzésre egyaránt fel tudják használni. A műsorcím adatokat a Nielsen kódolatlan fájlformában is a megrendelők rendelkezésére bocsátja (elemi, txt).¹⁷
37. A reklámfilm adatbázis a Nielsen által rögzített reklámfilm (szpot) sugárzási adatokat tartalmazza. Az adatbázis a Nielsen által kialakított termékfa szerint kategorizálva tartalmazza a sugárzásra került, és a rögzítési alapelvek alapján rögzítendő reklámfilmeket a megrendelt csatornákra. A reklámfilm adatbázis a Nielsen által használt jelforrásról érkező adás látható képe alapján készül, melyekhez beltéri egység, dekóder kártya szükséges.¹⁸
38. A Nielsen az adatbázist kiegészíti az adott programnap reklámfilm adataival és azt az on-line adatszolgáltatás keretében elérhetővé teszi. A reklámfilm adatokat a Nielsen kódolatlan fájlformában is a megrendelők rendelkezésére bocsátja (elemi, txt).
39. A Nielsen ügyfelei számára a műsorcím adatbázis elérhető kódolatlan, elemi formátumban, ugyanakkor az Arianna szoftver Viewing Behaviour (VB) moduljaival is elemezhetőek.
40. A műsorcím és reklámfilm adatbázisok együtt és egymástól függetlenül is megvásárolhatók, illetve a nézettségi adatbázissal együtt és attól függetlenül is. A Nielsen tájékoztatása szerint azonban nem gyakori és nem jellemző, hogy az ügyfelek kizárólag műsorcím és/vagy reklámfilm adatbázisra fizetnének elő nézettségi adatbázis nélkül, mivel ezek az adatbázisok használhatósága meglehetősen korlátozott lenne ebben az esetben. Esetenként előfordul azonban, hogy más ügyfél veszi meg egy adott csatornára vonatkozó különböző adatbázisokat, pl. a televíziós társaság veszi meg a nézettségi és a műsorcím adatbázist, a társasággal reklámidejét értékesítő sales-house pedig a reklámfilm adatbázist, vagy utóbbi veszi meg a nézettségi adatbázist is, a televíziós társaság pedig csak a műsorcím adatbázist. Végeredményben azonban valamennyi érintett fél hozzáfér a nézettségi adatbázishoz, mert a műsorcím/reklámfilm adatbázis azzal együttesen használható, anélkül a Nielsen előadása szerint gyakorlatilag biztos, hogy nem fizetnének elő a műsorcím/reklámfilm adatbázisra.¹⁹

Alternatív megoldások, helyettesítők

41. A Nielsen nyilatkozata szerint a műsorcímeket nem feltétlenül kell a Niensentől beszerezni. Műsorok sugárzási listáját összeállítani a legkülönbözőbb módokon és minőségben lehetséges, ehhez különösebb beruházás nem szükséges, a piacra lépés meglehetősen egyszerű. Technikailag akár szabadon hozzáférhető internetes vagy más elektronikus műsorújságok kimásolásával és átalakításával is lehetséges. Ugyanez a helyzet a tv-csatornák saját sugárzási fájljainak felhasználásával, akár ezek segítségével is

¹⁷ Vj/59-115/2013. sz. irat 1.1.1. pont

¹⁸ Vj/59-115/2013. sz. irat 1.1.1. pont

¹⁹ Vj/59-185/2013. sz. irat 4. pont

kivitelezhető egy használatra kész adatbázis. Ezen megoldások házon belül (egy-egy tévétársaság számára) akár elégségesek is lehetnek. Mivel a műsorcím adatbázis szoros logikai kapcsolatban áll a szpot (reklámfilm) adatbázissal, így teljes értékű televíziós „esemény” adatbázisnak a kettő együtt minősül.

42. Fontos ugyanakkor kiemelni, hogy a Nielsen nyilatkozat szerint nézettségi adatot a Nielsen műsorcím és reklámfilm adatbázisán kívül bármi máshoz hozzárendelni a piacon nem elfogadott módszer, mert a pontatlan adatközlés komoly viták forrása lehet. Az, hogy egy adott reklámfilm egy adott időpontban, meghatározott műsorkörnyezetben valóban adásba került-e, illetve hogy a nézőszáma miként alakult, arra egyetlen általánosan elfogadott adat létezik: az, ami a Nielsen adatbázisai alapján került megállapításra.²⁰
43. A Nielsen hasonló jellegű, auditált műsorcím szolgáltatásról nem tud, ugyanakkor műsor információkkal több formátumban is találkoztak már:
 - Az MTVA és az NMHH is rendelkezik információik szerint „monitoring” csoporttal, az általuk létrehozott adatbázis az általuk figyelt csatornákról esetenként olyan információkat tartalmaz, amely számukra fontos, de a piac többi résztvevője számára kevésbé releváns. Ezek a szereplők a televíziós adatbázis piacon soha nem jelentek meg versenytársként.
 - A Magyar Telekom keretein belül működő [origo] csoport a Nielsen tudomása szerint használ, és részben kínál bizonyos televíziós adatbázisokat a piaci szereplőknek (felhasználva az IPTV szolgáltatásuk lehetőségeit). A Nielsen nem találkozott olyan ügyféllel, aki emiatt bármely szolgáltatásukat le kívánta volna mondani, vagy bármilyen módon össze kívánta volna kapcsolni a két szolgáltatást. Ennek kapcsán a Magyar Telekom úgy nyilatkozott, hogy a set-top-boxok segítségével kinyert adatokat csak saját célra használja, főként tartalmak népszerűségének hosszú távú értékelésére, és kapacitástervezésre. [...], a Nielsen demográfiai klaszterek képzésével mért nézettségének saját mérésük nem feleltethető meg.²¹
44. A Nielsen több ügyfele használja fel saját adásának log fájljait belső elemzésekhez, kisebb-nagyobb feladatokhoz. Ilyen cégek a Chello Central Europe, Viasat, Magyar Telekom, Digi TV.
45. Az ad Auditum Kft. is foglalkozik azzal, hogy a TV társaságok adásmentéséből (as-run log) műsorlistát állít elő, és ezt szolgáltatásként nyújtja ügyfeleinek.²²

IV.2. A TV nézettségi adatokat elemző szoftverek

IV.2.1. A TV nézettségi adatokat feldolgozó szoftverek fogalma, funkciója, működése²³

46. A nézettségi adatok nem önmagukban, közvetlenül kerülnek felhasználásra, hanem az elemi adatokból meghatározott mutatók kerülnek kiszámításra, pl. AMR (Rating, nézettség), SHR (Share, közönségarány), RCH (Reach, elért közönség), GRP (Gross Rating Point, bruttó kontaktusszám). A műszeres televíziós közönségmérés nemzetközi szabványainak megfelelő mutatókat a TV nézettségi adatokat feldolgozó szoftverek kalkulálják.

²⁰ Vj/59-116/2013. számon átemelt B/198-7/2013. sz. irat 3. pont

²¹ Vj/59-184/2013. sz. irat 1. pont

²² Vj/59-167/2013. számon átemelt B/198-3/2013. sz. irat

²³ Vj/59-116/2013. számon átemelt B/198-7/2013. sz. irat 2. pont; Vj/59-Vj/59-115/2013. sz. irat 1.1.5. pont

47. E mutatók számítása nemzetközi sztenderdeknek megfelelően történik, az algoritmus közkinccs, senkinek nem képezi a „tulajdonát”. Ugyanakkor a számítás módszertana bonyolult. A feldolgozó szoftverek elvégzik e mutatók kiszámítását.
48. Egy elemző szoftver működhet *offline* vagy *online* módon, abban az értelemben, hogy telepítésre kerülhet az ügyfélnél, illetve működtetheti a szoftverfejlesztő, az ügyfelei pedig interneten keresztül hozzáférést kaphatnak.
49. A szoftver működéséhez szükséges elemi nézettségi adatok betöltését elvégezheti a nézettségi adatokat megvásárló ügyfél, illetve ehhez igénybe veheti a szoftver fejlesztőjének közreműködését. Ez utóbbira mindenképpen szükség van, ha a fejlesztő által kifejlesztett termék nem alkalmas arra, hogy automatikusan el tudja végezni az adatfeltöltést, hanem ahhoz egyedi beavatkozásra van szükség (adatok előkészítése, konvertálása stb.)
50. Az adatfájlok elemi változata egy nem kódolt, bármely általános szövegszerkesztővel vagy táblázatkezelővel olvasható nyílt adatformátum, a hozzá tartozó mezőleírással együtt szolgáltatja a Nielsen annak, aki kéri. A TAM adatbázisok elemi formátumának leírását kérésre bármely adatbázis előfizetőnek elküldi a Nielsen, illetve az ügyfél kérésére külső szoftverfejlesztő cégnek [jelen esetben a dán TechEdge cégnek, amelynek részletes bemutatását lásd a következő pontban] is elküldik. A leíró fájlt havonta frissítik és e-mailben küldik el az érintetteknek. Másfelől ezen adatfájlok több helyen csak kódokat tartalmaznak, ahhoz, hogy ez érthető formában jelenjen meg, külön konfigurációs fájlok is kellenek, amelyek leírják, hogy pl. egy adott csatorna kódjához milyen csatornanév tartozik. A konfigurációs fájlokat havonta frissítik, és szintén kiadják a Nielsen, valamint a TechEdge szoftveréhez.

IV.2.2. A magyar piacon elérhető TV nézettségi adatokat feldolgozó szoftverek

51. Az eljárás során feltárt információk alapján jelenleg Magyarországon három olyan szoftver létezik, melyet kifejezetten televíziós nézettségi adatok elemzésére fejlesztettek ki, és a piacon bármely ügyfél számára elérhető:
 - a Nielsen Arianna nevű szoftvere,
 - a TechEdge ApS AdvantEdge nevű szoftvere és
 - az ad Auditum Kft. MCS nevű szoftvere.
52. Ezek mellett általános célú statisztikai szoftverek, illetve házon belül fejlesztett, piacon nem értékesített szoftverek használata is jellemző.

A Nielsen Arianna nevű szoftvere²⁴

53. A Nielsen az adatbázisok mellé választható opcióként a Nielsen TV Audience Measurement S.A. által fejlesztett Arianna programcsomagot kínálja. Önálló (adatvásárlás nélküli) szoftverértékesítés illetve vásárlás nem létezik. Az Arianna szoftver kifejezetten a saját adatbázisaik kezelésére lett kifejlesztve, és mint ilyen, minden adatbázis előfizető ügyfelük számára elérhető választási lehetőség. Az Arianna offline rendszerben működik.
54. A szoftver két fő modulból áll:

²⁴ Vj/59-116/2013. számon átemelt B/198-7/2013. sz. irat 2. pont; Vj/59-Vj/59-115/2013. sz. irat 1.1.6. pont

- Az Arianna Viewing Behaviour (Arianna VB) a televíziós csatornák közönségének vizsgálatát teszi lehetővé, így műsorszerkesztés és televíziós kampánytervezés megalapozására egyaránt alkalmas. Segítségével könnyen és gyorsan előállíthatóak a közönségmérés nemzetközi szabványainak megfelelő mutatók, többek között a leggyakrabban használt nézettség (Rating), elérés (Reach), valamint közönségarány (Share) adatai. A program műsorcím és időszáv alapján egyaránt képes a szükséges nézettségi mutatók meghatározására. Olyan összetett elemzések is elvégezhetők vele, mint a nézés-ismétlés, a közönség-vándorlás, a lojalitás vagy a kompetitív csatornák vizsgálata. Az eredmények jellemzően táblázatos formában jelennek meg, ugyanakkor az Arianna grafikus ábrázolásra is kínál eszközöket. A rugalmasan szerkeszthető táblázatok és grafikonok egyszerű másolással áthelyezhetőek a Microsoft Excel munkafüzetébe, vagy többféle file-formátumban (pl. HTML) menthetők.
- Az Arianna Post Evaluation (Arianna PE) a televízióban sugárzott reklámkampányok utólagos elemzésére és esetleges szimulálására szolgál. A szoftver lehetővé teszi a versenytársak megjelenéseinek, az egyes termékosztályok, hirdetőik aktivitásának elemzését, a csatornák egymáshoz viszonyított reklámpiaci versenyének nyomon követését, de összpiaci vizsgálatok elvégzésére is kitűnően alkalmas. Az Arianna Post Evaluation felhasználójának többek között lehetősége nyílik tetszőleges – akár párhuzamosan több - célcsoporttal, dátummal és időszávval, bármilyen reklámfilmmel vagy (akár szabadon definiált) termékcsoporttal, a felhasználó által kiválasztott televízió-csatornákkal, azok bármelyik árkatóriájával és/vagy műsorával elemzéseket készíteni.

55. A fenti modulok külön is elérhetők, többféle csomagban, az Arianna előfizetők többsége jellemzően mindkét modult használja.

56. A fenti két alapvető modulon kívül két kiegészítő funkció is elérhető:

- Optimalizáló modul (FPO) – reklámkampányok optimális tervezését teszi lehetővé. A Nielsen álláspontja szerint a magyar piacon ezek nem igazán működőképesek, így a piac igazán kicsi, jelenleg egy ügyfelük használja ezt a modult, a konkurencia sem túl sikeres.
- RatingPoint nevű online felület - ezt jelenleg azon ügyfeleknek ajánlják, akik az Arianna szoftver VB moduljával egyébként is rendelkeznek. Az Arianna által is futtatható riportok eredményét teszi internet böngészőn keresztül elérhetővé, pl. műsor toplisták, csatornák közönségaránya stb. Ez a felület több éve elérhető, több ügyfelük is előfizet rá, korlátozott funkcionalitása és az internetes felületek biztonsági kockázatai miatt jelenleg inkább kiegészítő, mint helyettesítő terméke az Ariannának. Jelenleg 3 előfizetőjük van rá.

A TechEdge ApS AdvantEdge nevű szoftvere

57. A dán TechEdge nevű cég által készített szoftver több mint egy évtizede van jelen a hazai és a nemzetközi piacon. Van olyan Nielsen adatbáziselőfizető, aki kizárólag ezt a szoftvert használja, és van, aki az Arianna mellett választja kiegészítésnek, sőt az is előfordul, hogy idehaza az Arianna mellett voksol az ügyfél, míg nemzetközi szinten az AdvantEdge-re. Ez utóbbi esetben a döntés magyarázata a Nielsen szerint jellemzően a szoftverükhöz elérhető helyi támogatás többletértéke.

58. A Nielsen nyilatkozata szerint az Arianna legközelebbi helyettesítője az AdvantEdge, abban az értelemben, hogy az Arianna funkciót lefedni képes.²⁵
59. Az AdvantEdge a TechEdge elemző szoftvere, amely a Nielsen által mért és összegyűjtött elemi nézettségi adatokat dolgozza fel. Az AdvantEdge beállítható úgy is, hogy az adatokat automatikusan töltse fel, és az adatok alapján készítse el és ossza szét az ügyfél egyedi igényeire szabott jelentéseket. Az AdvantEdge-t a TechEdge működteti távoli eléréssel vékony kliensen keresztül.²⁶
60. Az AdvantEdge moduljai egyéni igények szerint választhatók ki. Az AdvantEdge fő moduljai az alábbiak:
- Az Airbrowser az AdvantEdge rendszer nyitó része, amely azonnali információt nyújt áttekinthető, grafikus formában. Ezzel a vezetők elemzés lefuttatása nélkül kaphatnak áttekintést;
 - A General analysis module segítségével állíthatók elő a közönségmérésben használt különböző mutatók (nézettség, elérés, közönségarány) a televíziós csatornák által sugárzott egyes reklámszpotok, műsorok és napi események tekintetében, továbbá olyan nézői magatartásokra vonatkozóan végezhető elemzések, mint például az ismétlés (duplication) vagy a közönség-vándorlás (migration);
 - A Planning modul a reklámkampányok tervezéséhez nyújt segítséget, a csatornánkénti és napszak szerinti megosztott R&F analysis (elérés- és gyakoriságelemzés) révén lehetőséget ad benchmarkokkal való összehasonlításra.
61. A TechEdge az értékesítés során az AdvantEdge előnyeiként a következőkre hívja fel az ügyfelek figyelmét: gyorsaság; felhasználóbarátság; több modul és funkció; személyre szabott fejlesztés; belső adatkezelés a műsorszolgáltatók számára; folyamatos fejlesztés; új funkciók, új modulok, új alkalmazások.
62. Nyilatkozata szerint a TechEdge minden ügyfelének egyedi árat határoz meg, amely a következő paramétereiktől függ: az ügyfél mérete és összetettsége; milyen modulokra van szüksége; hány felhasználója van; milyen szintű karbantartást igényel; milyen személyre szabott fejlesztésekre, funkciókra van szüksége; nemzetközi ügyfelek esetében az ügyfél TechEdge-dzsel szembeni elkötelezettségének mértékétől.
63. A TechEdge nyilatkozata szerint a TV-s nézettségelemzések piacán az AdvantEdge és az Arianna versenyző termékek, mert a TechEdge és a Nielsen ugyanazon a piacon, a TV-csatornáknak és a médiaügynökségeknek nyújtott TV-s nézettségelemzések piacán működik.
64. A TechEdge saját piaci részesedését [40-70%] közöttire becsülte.

Az ad Auditum Kft. MCS nevű szoftvere²⁷

65. Az ad Auditum Kft. Media Control System (MCS) nevezetű szoftvere egy online hozzáférésű, televíziós nézettségelemző és programming optimalizáló szakértői szoftver. Az MCS szolgáltatáshoz is szükséges, hogy az ügyfél rendelkezzen nézettségmérési adatokkal a helyi nézettségmérő cégtől (Magyarországon a Niensentől). A szoftver az ügyfél által feltöltött alapadatokból állítja elő az egyes funkciókhoz szükséges kumulált nézettségi adatokat, majd azokat megjeleníti az online felületen. Az alapadatok lehetnek a

²⁵ Vj/59-116/2013. számon átemelt B/198-7/2013. sz. irat 2. pont

²⁶ Vj/59-231/2013. sz. irat

²⁷ Vj/59-167/2013. számon átemelt B/198-13/2013. sz. irat 1. pont

nézettségmérő cég elemző szoftveréből (Arianna) származó feldolgozott adatok, és lehetnek a paneltagok egyenkénti viselkedését leíró ún. elemi adatok (a Nielsen adatbázisokból). Az ad Auditum Kft. nyilatkozata szerint az elemző szoftver által már feldolgozott adatok sokkal kevésbé flexibilisek, mivel csak az előzetesen betöltött célcsoportok körében lehet velük elemezni, míg elemi adatokkal a felhasználó önmaga is tud célcsoportokat létrehozni, és vizsgálhat ún. „dinamikus célcsoportokat”, ahol egy műsor nézettségét egy másik műsor nézői körében lehet elemezni.

66. Az MCS szoftver kifejezetten reklámkampányok elemzésére fejlesztett modullal vagy funkciókkal nem rendelkezik.

További szoftvermegoldások, helyettesítő termékek²⁸

67. Az ügyfelek általános statisztikai elemző szoftverbe (pl. SPSS) is betöltheti a TAM adatbázisokat, illetve a TAM előfizetők saját kampányelszámoló rendszereikbe is betöltik az adatokat. A Nielsen nyilatkozata szerint ezért ezek a szoftverek is helyettesítőnek tekinthetők.
68. Számos esetben előfordul az is, hogy a média ügynökségek házon belül fejlesztenek különféle célból saját szoftvereket; ilyen cél (funkció) pl. a multimédiás kampányok optimalizálása. Meg kell jegyezni viszont, hogy ezek megoldások házon belüli, belső felhasználási célt szolgálnak, a piacon nem kerülnek értékesítésre.

IV.2.3. A szoftverek piaci részesedései

69. A nézettségi adatok elemzésére szolgáló szoftverek (Arianna, AdEdge²⁹, MCS) piaci részesedése a TV társaságok esetében az ügyfelek száma, az ügyfelek által képviselt csatornák száma, illetve árbevétel alapján, míg reklámügynökségek esetében az ügyfelek száma és árbevétel alapján számítható ki. Mivel az ügyfelek közül sokan több szoftvert párhuzamosan használnak, az ügyfélszám (vagy csatornaszám) alapú részesedések félrevezetőek lehetnek, és inkább a szoftverhasználati szokások jellemzésére használhatók, mint klasszikus piaci részesedési mérőszámként. Utóbbi célra az árbevétel alapján számolt részesedések lehetnek alkalmasak.

A szoftverhasználat megoszlása ügyfélszám és a csatornák (TV piaci ügyfelek) száma alapján

70. Ezek a részesedési arányok azt mutatják, hogy az összes TV piaci szoftverhasználó ügyfél (csatornaüzemeltető vagy értékesítőház) hány százaléka fizetett elő az egyes szoftverekre 2013-ban. Mivel számos ügyfél több szoftvert is használ, a részesedések összege meghaladja a 100%-ot. Az ügyfelek [...] használja az AdEdge-t, [...] az Ariannát, míg [...] az MCS-t. A részesedések összege [...], vagyis az ügyfelek átlagosan [...] szoftvert használnak.

A szoftverhasználat megoszlása ügyfélszám és a csatornák (TV piaci ügyfelek) száma alapján (részletesebb)

71. Bemutatható részletesebben a szoftverhasználat megoszlása is, vagyis az, hogy az ügyfelek milyen arányban használták az egyes szoftver-kombinációkat 2013-ban. Az összes TV piaci ügyfél [...] csak [...] szoftvert vesz igénybe, és ezen ügyfelek [...] az AdEdge szoftvert, [...] a az Ariannát, [...] a pedig az MCS-t használja. Kb. minden [...]

²⁸ Vj/59-116/2013. számon átemelt B/198-7/2013. sz. irat 2. pont

²⁹ Az AdvantEdge rövid neve.

ügyfél áll szerződésben két szoftverfejlesztővel, míg a [...] szoftver-előfizető közül mindössze [...] ügyfél fizet elő mindhárom szoftverre.³⁰

A szoftverhasználat megoszlása a TV csatornák száma alapján

72. Az ügyfelek által képviselt csatornák számát is figyelembe véve a piaci részesedések jelentősen különböznek a fentiektől, mivel a [...] Az alábbi ábra alapján a csatornák [...] Ariannával (is) elemzik, míg [...] AdEdge szoftverrel (is), a [...] -át pedig az MCS szoftverrel is. A részesedések összege [...], vagyis egy csatornát átlagosan [...] szoftverrel elemeznek.
73. A csatornák [...] esetében a nézettségi adatok elemzésére több szoftver is rendelkezésre áll. A leggyakoribb kombináció az Arianna és az AdEdge együttes előfizetése [...], míg az Arianna és az MCS szoftverre együttesen [...]%, mindhárom szoftverrel együtt pedig a csatornák [...] %-a rendelkezik.³¹

A szoftverhasználat megoszlása reklámügynökségek száma alapján

74. A [...] (a saját, belső fejlesztési szoftvereken kívül). Körülben az Arianna használata valamivel elterjedtebb [...], és a [...] ügyfél közül [...] fizet elő párhuzamosan mindkét szoftverre.

A szoftverek piaci részesedések az árbevétel alapján

75. A következő táblázat mutatja be szoftverek piaci részesedéseit a becsatolt szerződésekben foglalt árak alapján.

Ügyféltípus	Arianna	AdEdge	MCS
TV piaci szereplők (...%)	[...]%	[...]%	[...]%
Reklámügynökségek (...%)	[...]%	[...]%	[...]%
Egyéb szereplők (...%)	[...]%	[...]%	[...]%
Összesen	[...]%	[...]%	[...]%

Szoftverek piaci részesedése árbevétel alapján (2014)³²

76. A táblázat alapján az Arianna valamennyi szegmensben piacvezetőnek tekinthető, de a TV piaci szereplők között az AdEdge is jelentős, [...] körüli részesedéssel rendelkezik. Megjegyzendő ugyanakkor, hogy az árbevétel alapú részesedéseket erősen befolyásolja az eljárás tárgyát képező ár- és kedvezményrendszer. Az Arianna áráról ugyanis egy csomag részeként állapodnak meg a szerződő felek, vagyis az Arianna mellett feltüntetett ár önmagában nem feltétlenül tükrözi a szoftver tényleges piaci értékét. Az Arianna árbevétel alapú piaci részesedése tehát a csomagárazási gyakorlat függvényében lehetne jelentősen alacsonyabb vagy magasabb is.

IV. 3. Az eljárás alá vont szerepe a piacon

77. A televízió társaságok számára a nézettségi adat a műsorszerkesztéshez és a reklámidő értékesítéshez elengedhetetlenül szükséges. A Nielsen által szolgáltatott nézettségi adatok

³⁰ Vannak olyan csatornaüzemeltetők, amelyek a csatornák reklámidejét értékesítőházon keresztül értékesítik, de tőlük függetlenül is előfizetnek valamilyen elemző szoftverre. A statisztika készítésekor ilyen esetekben az üzemeltető és az értékesítőház külön ügyfélnek minősült. Nem minősültek ügyfélnek azok az üzemeltetők, akik nem vásároltak szoftvert, és csatornaik adatait értékesítőház elemzi.

³¹ [...]

³² Az Arianna esetében a 2013. évi reklámügynökségi árak szerepelnek a táblázatban.

közös elszámoló egységként, közös valutaként szolgálnak a reklámidőt értékesítő csatornák, a hirdető és az ügynökségek számára is. Magyarországon egyedül a Nielsen nyújt műszeres nézettségmérési (TAM) szolgáltatást, ami megfelel azon nemzetközi gyakorlatnak, hogy a műszeres televíziós közönségmérési rendszereknek országonként jellemzően egyetlen szolgáltatója működik.

78. Ennek oka a fentiek szerint egyrészt az adatbázis-előállítás költségszerkezetéből adódó méretgazdaságosság, másrészt a közös elszámoló egység funkció, melyek egyenként és összességében is jelentős belépési korlátként azonosíthatók. A méretgazdaságosságból következik, hogy csak nagy előfizetői bázissal rendelkező vállalkozások képesek alacsony áron nyújtani a szolgáltatást, míg a közös elszámoló egység funkciót csak akkor tudja egy új belépő által létrehozott adatbázis kiváltani, ha a piac jelentős része előfizet rá.
79. A nézettségi adat ugyan több forrásból származó műsorcím és reklámfilm adatbázishoz rendelhető hozzá (elsősorban belső használatra), ugyanakkor vállalkozások közötti elszámolásra (pl. reklámidő értékesítés esetén) kizárólag a Nielsen által nyújtott műsorcím és reklámfilm adatbázishoz való hozzárendelés az elfogadott a piacon.
80. A nézettségi adatok elemzésére az eljárás során beszerzett információk alapján jelenleg három szoftver vásárolható meg a piacon, melyek közül a Nielsen Arianna szoftvere a leginkább elterjedt, azonban a TechEdge AdEdge nevű szoftvere mind funkciók, mind elterjedtség alapján erős versenytársnak tekinthető. Az ad Auditum MCS nevű szoftvere elsősorban műsorszerkesztési célokra használható, így távolabbi versenytársnak tekinthető.

V.

A vizsgált magatartás

V.1. Az eljárás alá vont magatartásának bemutatása

81. Az eljárás tárgya a Nielsen két elkülöníthető, de versenyre gyakorolt hatását tekintve összefüggő, egymást erősítő magatartása:
 - kiszorító árazás (csomagkedvezmény) kialakítása: a televíziós nézettségmérési szolgáltatás és a nézettségmérési adatok szoftveres elemzésének árazása, illetve a hozzá kapcsolódó kedvezményrendszer alkalmas lehet arra, hogy megakadályozza a televíziós nézettségi adatokat elemző szoftverek piacára való belépést;
 - külső szoftverrel történő adatkezelés korlátozása: a szerződéses rendszer, különösen az alkalmazott adatvédelmi kikötések korlátozhatják a Nielsen által előállított televíziós nézettségi adatok külső, független szoftverrel való elemzését.

V.2. Kiszorító árazás (csomagkedvezmény) kialakítása

82. A Nielsen által kialakított díj- és kedvezményrendszer egy konkrét eleme, az ún. Arianna kedvezmény kapcsán került vizsgálatra a kiszorító árazás fennállta, mely értelmében a szoftver-előfizetők kedvezményben részesülnek az adatbázisok árából.

V.2.1. A nézettségi adatbázis árazása³³

83. A Nielsen a TAM szolgáltatást igénybevevő előfizetőit tevékenységi körük alapján három kategóriába sorolja, amely besorolás az árazás kialakításában is komoly szerepet játszik. Ezen tevékenységi körök a következők:

- TV társaságok és értékesítőházak (Sales House): Ezen ügyfelek legfontosabb jellemzője, hogy ők rendelik meg egy-egy televíziós csatorna adatainak standard adatbázisba kerülését. 2013. szeptemberi adatok szerint a Nielsen a megrendelések alapján 52 magyar nyelvű televíziós csatornáról szolgáltat nézettségi adatbázist. A legtöbb ügyfelük egyidejűleg nem egy, hanem több csatorna mérését fizeti elő, ezeket a csatorna tulajdonosának döntése alapján vagy értékesítőház esetén kereskedelmi szempontból válogatják össze. A mért csatornák bekerülnek a standard TAM adatbázisba így azt minden piaci szereplő (előfizető, megrendelő) azonos módon látja és használhatja. Néhány ügyfél adatbázis helyett inkább különféle rendszerességgel szolgáltatott riportokat rendel meg a csatornájáról (napi, heti, havi, negyedéves, éves elemzéseket), ez esetben tehát nem kérik a csatorna adatainak standard adatbázisba kerülését. Ilyen a Hír TV, a Da Vinci Learning és az LP Média (Hatos csatorna).
- Reklámügynökségek: A reklámügynökségek a hirdető és tévétársaságok között játszanak aktív közvetítő szerepet így adatbázisok náluk is mindennapi használatban vannak. A reklámügynökségek a standard adatbázisokhoz a televíziós társaságokkal azonos mértékű hozzáférést kapnak, de a standard adatbázis tartalmát a megrendelésük nem befolyásolja, abba plusz információkat önállóan nem rendelnek. Mivel minden előfizető azonos tartalmú adatbázist használ, így a reklámügynökségek ugyanazokat az adatokat érik el, mint a TV társaságok és értékesítőházak. A hazai reklámügynökségek többségét egy közös szervezet képviseli, ez a Magyarországi Kommunikációs Ügynökségek Szövetsége (a továbbiakban: MAKSZ). A MAKSZ-szal kötött keretmegállapodás szabályozza kötelező jelleggel az egyes MAKSZ tag ügynökségekkel kötött szerződések tartalmát. A gyakorlatban ezeket a szabályokat a Nielsen nyilatkozata szerint a nem MAKSZ tagokra is igyekszik kiterjeszteni.
- Egyéb szereplők: Az előző két kategóriába nem sorolható ügyfelek tartoznak ide; auditorok, médiahatóság, kiadók, producerek, kisebb ügynökségek, kábelszolgáltatók stb. Körükben mindenféle tartalmú megrendelés előfordul, az adatbázis + szoftver + kiegészítő kutatások összetételű teljes csomagtól az egyszerű havi riportig. Hasonlóan az ügynökségi ügyfelekhez, a standard adatbázis tartalmát az „Egyéb szereplők” megrendelése nem befolyásolja, abba plusz információkat önállóan nem rendelnek. Hasonlóan a reklámügynökségekhez, részükre is a standard adatbázist szolgáltatják, így minden Nielsen előfizető azonos tartalmú adatbázist használ, vagyis az Egyéb szereplők ugyanazokat az adatokat érik el, mint a TV társaságok, értékesítőházak és reklámügynökségek.

84. A nézettségi adatbázis díja listaár + kedvezmények rendszere alapján kerül meghatározásra, az adott évre megállapított fizetendő díj jellemzően a teljes tárgyév, január-december időszakra vonatkozik, kevés kivétellel (pl. MTVA, ahol a közbeszerzés menetrendje alapján ettől eltérő az időszak).

³³ Vj/59-5/2013. sz. irat 2., 3. pontok

85. A listaárakat a Nielsen nyilatkozata szerint nem publikálják, de bármely érdeklődő, potenciális ügyfél számára biztosítják. A szerződésekhez részletes ármellékletet csatolnak, feltüntetve a listaárakat és kedvezményeket egyaránt.
86. A nézettségi adatbázis árazását a korábban felsorolt 3 ügyfél-kategória szerint az alábbiak szerint alakították ki.

TV társaságok és értékesítőházak

87. A nézettségi adatbázis díját csatornánként állapítják meg. A TV társaságok előfizetési díja magában foglalja a megrendelt csatorna / csatornák műszeres közönségmérésének díját, a standard adatbázisba kerülésének díját, illetve a standard adatbázisban szereplő többi televíziós csatorna adatbázisához való hozzáférés díját is.
88. A csatornák **alapidíja (listaára)** a technikai lefedettségük³⁴ alapján kerül meghatározásra. A 2013-ban érvényes Nielsen listaárakat az alábbi táblázat mutatja be:

Lefedettség (intervallum alsó és felső határa, %)		Nettó listaár (2013)
[...]	[...]	[...]
[...]	[...]	[...]
[...]	[...]	[...]
[...]	[...]	[...]
[...]	[...]	[...]
[...]	[...]	[...]
[...]	[...]	[...]
[...]	[...]	[...]
[...]	[...]	[...]
[...]	[...]	[...]
[...]	[...]	[...]
[...]	[...]	[...]

Listaárak (nettó árak ÁFA nélkül, Forint/év)

89. A 75% technikai lefedettséget meghaladó televízió nézettségi adatbázis díját az érintett ügyféllel egyedi megállapodás keretében egyeztetik.
90. A listaárakból többféle **kedvezményt** biztosítanak, így az ügyfél által fizetett díj akár jelentős mértékben is csökkenhet.
- [...].
 - [...].
 - [...].
 - [...].
 - **Arianna vásárlóknak biztosított kedvezmény: a nézettségi adatbázissal egyidejűleg Arianna szoftvert is vásárlóknak biztosított 15%-os kedvezmény.**
 - [...].

³⁴ Technikai lefedettség alatt azt a %-os mutatót értik, amely megmutatja, hogy az adott csatorna a televízióval rendelkező háztartások mekkora részében érhető el.

Reklámügynökségek

91. A hazai reklámügynökségek többségét a Nielsen felé a MAKSZ nevű szakmai szervezet képviseli. A velük kötött 2013-2014-es évekre szóló keretszerződés határozza meg az egyes MAKSZ Ügynökségekkel kötött szerződések tartalmát, így a listaárakat is. Az egyes ügynökségek esetében a tárgyévben fizetendő díjat elsősorban a televíziós vásárlási büdzsék százalékos megoszlása alapján kialakított kategóriájuk határozza meg.

Adatbázisok listaára		Nézettségi adatbázis ára
Kategória	Részesedés %	
[...]	[...]	[...]
[...]	[...]	[...]
[...]	[...]	[...]
[...]	[...]	[...]

Ügynökségi árlista a MAKSZ szerződés alapján (nettó árak ÁFA nélkül, Forint/év)

92. A MAKSZ megállapodás alapján Arianna szoftver vásárlása esetén az adatbázisdíjakból a Nielsen 30% kedvezményt biztosít.
93. Az ügynökségek körébe sorolt, de nem MAKSZ tag ügynökségek is hasonló árazás alapján veszik igénybe a szolgáltatásokat, azonban a 2013-as MAKSZ megállapodás körükben csak közvetve érvényesül. Többéves megállapodások hatályban maradása vagy változatlan tartalmú megújítása miatt esetükben a Nielsen nem alkalmazta a 2013-as MAKSZ megállapodást, hanem továbbítte a szerződésükben foglalt árazást. Ilyen ügynökségek a Havas Média (korábbi nevén Media Planning), illetve az IMG.

Egyéb szereplők

94. Az Egyéb szereplők nevű csoport mind összetételét, mind a megrendelések tartalmát tekintve a leginkább heterogén ügyfélkört jelenti. Az adatbázisok listaára ebben a körben nem függ piaci részesedéstől vagy bármilyen hasonló mutatótól. Az egyes szerződésekben szereplő adatbázis listaárak a Nielsen nyilatkozata szerint kismértékben eltérhetnek egymástól, ennek oka, ha egy-egy ügyfél ragaszkodott a korábbi években alkalmazott árakhoz, vagy pl. nem tudott elfogadni inflációs változtatást akár most, akár korábban.
95. A kedvezmények rendszere hasonló a már bemutatott modellhez.

V.2.2. Az Arianna szoftver árazása

96. Mivel az Arianna szoftver előfizetése adatvásárlás nélkül nem fordul elő a gyakorlatban, így minden Arianna vásárló Nielsen ügyfél szerződése egyszerre rendezzi az adatvásárlást és az Arianna előfizetést. Az Arianna ún. offline szoftver, Windows alapú operációs rendszereken működik, a használathoz mindig szükséges helyi gépen történő telepítése. A szoftver előfizetési díja egy évre vonatkozik, és legalább 2 telepítés díját tartalmazza.³⁵
97. A szoftver díja négy tényezőtől függ:
- előfizető ügyfél kategóriája;
 - az előfizetés tárgyát képező Arianna modul(ok);

³⁵ Vj/59-5/2013. sz. irat 5. pont

- c) az előfizetés tárgyát képező Arianna verzió(k);
 - d) az előfizetés tárgyát képező Arianna licenz(ek) száma.
98. Ügyfél kategóriák: Az Arianna szoftver előfizetési díja - hasonlóan az adatbázisok díjához - a három ügyfélkör (Televíziók, Ügynökségek és Egyéb szereplők) számára eltér.
99. Modulok: Az Arianna szoftveren belül két fő és egy kiegészítő modul érhető el, bármilyen kombinációban lehetőség van megrendelni őket.
- Viewing Behaviour (VB) modul: főleg a programok, időszavok, időszakok elemzéséhez szükséges funkciókat biztosítja, a csatornák, illetve műsorok nézettségének elemzését teszi lehetővé.
 - Post Evaluation (PE) modul: kifejezetten a reklámkampányok értékeléséhez, elszámolásához használható, alkalmas a tévés reklámkampány teljesítésének ellenőrzésére.
100. Az említett modulok külön is elérhetők, az Arianna előfizetők többsége azonban jellemzően mindkét modult használja. A két modul együttes előfizetésére kedvezményt biztosítanak a termékek árából.
101. A fenti két alapvető modulon kívül egy kiegészítő Arianna funkció is elérhető:
- optimalizáló (FPo) modul: reklámkampányok, egyéb kampányok optimális tervezését teszi lehetővé. A magyar piacon ez a modul nem igazán működőképes, így a piac igazán kicsi, jelenleg egy ügyfelük használja műsorajánlók optimális elhelyezésére.
102. Verziók: A moduláris felépítés mellett megkülönböztetnek két eltérő Arianna verziót:
- Pro, vagy korábbi nevén Gold változat: ez minden létező (akár legújabb) Arianna funkciót elérhetővé tesz az előfizető számára, ami az adott modulon belül elérhető.
 - Lite (egyres dokumentumokban Light vagy Basic) változat: belépő szintű funkcionalitást tesz elérhetővé az egyes Arianna modulokon belül. Így a futtatható napok, csatornák, célcsoportok száma kisebb, alkalmi elemzésekhez megfelelő, a legfontosabbak funkciók és változók elérhetők vele. Ez a verzió az alkalmi felhasználók számára lett kialakítva, kedvezőbb árfekvése miatt néhány ügyfelük ezt választja, de nem nagy számban, ráadásul gyakran a teljes verziós telepítéseket egészítik ki néhány Lite verzióval.
103. Licenzek: Az Arianna szoftver éves díja nagymértékben függhet a megrendelt telepítések számától. Az előfizetési díj tartalmazza a szoftver használati jogán kívül annak telepítését, karbantartását, tréningjét, magyar és angol nyelvű dokumentációját, valamint a minden munkanapon elérhető magyar és angol nyelvű helyi, szakmai ügyfélszolgálatát is.
104. A Nielsen a listaárak időbeli alakulása kapcsán megjegyezte, hogy azok általában inflációs kiigazítást tartalmaznak. Azonban 2008-ról 2009-re vonatkozóan tartalmazzák a panelnöveléssel kapcsolatos árkorrekciót is. (A panel mérete ugyanis 840 háztartásról 1040-re emelkedett, továbbá 2011-ig bezárólag megtörtént a teljes műszerpark cseréje is).

Megjegyezték, hogy a panelnövelés árkiigazító hatása a válság miatt a további években erodálódott, hiszen árcsökkentésekre kényszerültek a vevői nyomás és a koncentráló ügyfélkör miatt. A korábban elért árszinteket további szolgáltatások biztosításával lehetett csak elérni.³⁶ [...].³⁷

V.2.3. Az adatbázisra adható Arianna kedvezmény és az Arianna árképzésének összevetése

TV társaságok és értékesítőházak

105. Az Arianna kedvezmény értelmében azok az ügyfelek, amelyek a nézettségi, műsorcím és reklámfilm adatbázisok bármelyike mellé előfizetnek az Arianna szoftverre is, 15% kedvezményt kapnak az adatbázisok árából. Ez alól kivételt csak az országos (75%-nál magasabb lefedettségű) csatornák képeznek, mivel esetükben a nézettségi adatbázis díja nem a listaár+kedvezmények rendszerben kerül megállapításra, hanem egyedi tárgyalás alapján.

106. Az Arianna kedvezmény forintban kifejezett értékének összevetése az Arianna szoftver árával azért szükséges, mert ilyen módon határozható meg az az árnövekmény, amely az adatbázis+szoftver csomagra való előfizetéssel jár az adatbázisra való önálló előfizetéshez képest. Vagyis valójában az ilyen módon kiszámított árnövekmény tekinthető az Arianna szoftver valódi árának, és ez az az ár, amely tekintetében a kizorító jelleg értékelendő.

107. Az árnövekmény kiszámításának módszertana a következő:

- Az Arianna kedvezmény alapjának meghatározása: Az egyes ügyfelek esetében a megvásárolt adatbázisok egyéb kedvezményekkel csökkentett ára.³⁸
- Az Arianna kedvezmény összegének meghatározása, mely a fenti módon meghatározott összeg 15%-a. (A listaárra vetítve valamivel 15% alatti értéket jelent.) Az országos csatornát is üzemeltető ügyfelek esetében az összeg nem tartalmazza az országos csatorna TAM adatbázis árát, csak a műsorcím és reklámfilm adatbázisok árát.
- Az Arianna kedvezmény értékének levonása és az Arianna árából.³⁹

108. Az árnövekmény alapján kiszámítható továbbá, hogy az Arianna kedvezmény az Arianna árához viszonyítva hány százalékos kedvezményt jelent.⁴⁰

³⁶ Vj/59-134/2013. sz. irat 15. pont

³⁷ Vj/59-145/2013. sz. irat 5. pont

³⁸ A kedvezményeket halmozottan számítja a Nielsen, vagyis nem a listaár meghatározott százalékát vonja le az árból, hanem az egyik kedvezménnyel csökkentett ár alapján vonja le egy másik kedvezmény értékét. Emiatt a kedvezmények felszámításának sorrendje felcserélhető (a szorzás felcserélhetősége következtében), az Arianna kedvezmény alapja tehát a többi kedvezmény levonása után előálló összeg.

³⁹ A módszertant az alábbi szám példa szemlélteti:

Tegyük fel, hogy az adatbázisok listaára 1000, az Arianna listaára 200, az Arianna kedvezmény 15%, és az ügyfél jogosult az adatbázisok valamint az Arianna árából is 10-10% egyéb kedvezményre. Az adatbázis ára így a szerződés szerint $1000 * 0,85 * 0,9 = 765$, az Arianna ára $200 * 0,9 = 180$, a csomag ára pedig $765 + 180 = 945$. Az Arianna kedvezmény értéke ekkor nem $1000 * 0,15 = 150$ Ft, mivel az Arianna kedvezmény nélküli adatbázisár $1000 * 0,9 = 900$ lenne, tehát az Arianna kedvezmény értéke $900 - 765 = 135$, vagy másképp számolva $900 * 0,15 = 135$. Az árnövekmény értéke ekkor $180 - 135 = 45$. (Arianna előfizetés nélkül az adatbázis ára 900, az adatbázis+szoftver csomag ára pedig 945, a különbözet 45).

109. A következő táblázatok mutatják be az árnövekmény értékét a 2012-2014. évekre TV társaságok és értékesítőházak esetében, a Nielsen által benyújtott adatszolgáltatások és szerződések alapján.

Ügyfél	Kedvezmény alapja	Kedvezmény összege	Arianna ára	Árnövekmény	Kedvezmény
[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Összesen	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]

Az árnövekmény TV társaságok esetében (2012. év) (Ft)

Ügyfél	Kedvezmény alapja	Kedvezmény összege	Arianna ára	Árnövekmény	Kedvezmény
[...]	[...]				
[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]

Az árnövekmény TV társaságok esetében (2013. év) (Ft)

Ügyfél	Kedvezmény alapja	Kedvezmény összege	Arianna ára	Árnövekmény	Kedvezmény
[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]

⁴⁰ A kedvezmény százalékos értéke tehát a „Kedvezmény összege” és az „Arianna ára” értékek hányadosa, a fenti számpélda esetében tehát $135/180=75\%$.

[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Összesen	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]

Az árnövekmény TV társaságok esetében (2014. év) (Ft)

110. A táblázatokból látható, hogy az árnövekmény [...] jellemzően negatív volt, vagyis az Ariannára való előfizetés ezen adatbázis-előfizetők esetében nem növelte, hanem csökkentette szerződés összegét. Ezek az ügyfelek tehát a szerződések alapján negatív áron vásárolhatták meg az Ariannát, erre utalnak a 100%-nál magasabb kedvezmények a táblázatok utolsó oszlopaiban.
111. A vizsgált évek alatt az árnövekmények összege is jelentősen meghaladta az Arianna értékesítéséből származó bevételeket, így az árnövekmények összege is negatív volt. 2014-ben például a Nielsen kb. [...] millió forintnyi árbevétele olyan szerződésekből származott, melyekben összesen [...] millió forint értékű Arianna-kedvezményt tartalmaztak, vagyis ebben az évben a Nielsen árnövekmény-alapú Arianna-árbevétele mínusz [...] millió forint volt.
112. Az árnövekmények összege akkor is minimális, ha a negatív árnövekményeket nullának vesszük, és csak a pozitív árnövekményeket adjuk össze. 2014-ben a pozitív árnövekményű ügyfelek esetében az árbevétel összesen [...] millió forint volt, míg az Arianna kedvezmények összege [...] millió forint volt, tehát az Arianna értékesítéséből származó összes bevétel [...] millió forint volt.
113. Az alábbi táblázat foglalja össze a szerződések szerinti árnövekmények és kedvezmények alakulását 2012-2014. között:

	2012	2013	2014	2012-2014
Ügyfelek (ismert szerződések száma) (db)	[...]	[...]	[...]	[...]
Ebből: pozitív árnövekmény (db)	[...]	[...]	[...]	[...]
negatív árnövekmény (db)	[...]	[...]	[...]	[...]
Átlagos kedvezmény (összes)	[...]	[...]	[...]	[...]
Átlagos kedvezmény (pozitív árnöv.)	[...]	[...]	[...]	[...]

Összefoglaló táblázat az árnövekmények és kedvezmények alakulásáról

114. Megállapítható, hogy 2012 és 2014 között is növekedett azon ügyfelek száma, akik nagyobb összegű Arianna-kedvezményt kaptak, mint amennyit az Ariannáért fizettek, és a kedvezmény átlagos összege is nőtt. A vizsgált időszakban átlagosan [...]%-os volt a kedvezmény értéke, vagyis az Arianna-kedvezmény összértéke [...]%-kal volt magasabb, mint az Arianna értékesítések bevétele.
115. Azon ügyfelek esetében, ahol az árnövekmény pozitív volt ([...]), a kedvezmény értéke az Arianna árához képest [...]% közötti (átlagosan [...]%) volt, 2013-ban és 2014-ben azonban a legkisebb kedvezményérték [...]% volt. Az árnövekmény a több tízmillió forint összegű szerződés értékéhez képest jellemzően [...] forint alatti, minimális összeget jelentett, különösen 2013-ban és 2014-ben.
116. A nagy értékű kedvezmények számszaki oka elsősorban az, hogy az adatbázisárak jelentősen magasabbak, mint az Arianna ára, így a drágább termékből adott 15% kedvezmény nagyobb, vagy nagyságrendileg hasonló lehet, mint az Arianna teljes ára.
117. Ez a hatás halmozottan érvényesül a több csatornát üzemeltető és/vagy értékesítőházként működő ügyfelek esetében, mert ekkor a 15%-os Arianna kedvezmény

alapja több csatorna nézettségi, műsorcím és reklámcím adatbázisának árából adódik össze. Ennek megfelelően az Arianna kedvezmény értéke jelentős, akár több tízmilliós tétel is lehet esetükben, míg a kevesebb és kisebb lefedettségű csatornát üzemeltető ügyfelek kisebb összegű Arianna kedvezményben részesülnek.

118. Az Arianna-előfizetés értéke ugyanakkor nem áll olyan szoros összefüggésben a képviselt csatornák számával, mint az adatbázis-előfizetések értéke. A többszörös csatornás ügyfelek ugyan jellemzően magasabb funkcionalitást és több licenst biztosító, drágább Arianna-csomagra fizetnek elő, mint a kisebb ügyfelek, de az árkülönbség abszolút értékét tekintve számottevően kisebb (néhány millió forint), mint az adatbázisárak, illetve az azok alapján számított Arianna kedvezmények közötti különbségek.

119. Az alábbi táblázat mutatja be, hogy az egyes ügyfelek mely csatornákra vásárolnak adatbázisokat.

Ügyfél	Csatornák	Csatornák száma
[...]	[...]	[...]
[...]	[...]	[...]
[...]	[...]	[...]
[...]	[...]	[...]
[...]	[...]	[...]
[...]	[...]	[...]
[...]	[...]	[...]
[...]	[...]	[...]
[...]	[...]	[...]
[...]	[...]	[...]

A ügyfelek által képviselt csatornák (2013-2014)

120. A táblázatok alapján megállapítható, hogy [...] esetén érvényesül a legnagyobb negatív árnövekmény. Az [...] szintén jelentős kedvezményben részesül a több nagy lefedettségű csatornára tekintettel, azonban a kedvezmény értékét csökkenti, hogy [...]. Ennek tudható be az is, hogy a [...] esetében az árnövekmény nem negatív, hiszen a [...].

Reklámügynökségek

121. A Nielsen tíz reklámügynökség részére értékesíti nézettségi, műsorcím és reklámfilm adatbázisait, melyek közül hét Arianna-előfizető is. Közülük öt vállalkozás a MAKSZ megállapodásban foglalt árak alapján fizet elő a szolgáltatásokra, míg az [...] a korábbi évekre más módszerrel meghatározott árat fizette 2013-ban is.⁴¹ Esetükben az Arianna kedvezmény értéke nem állapítható meg, mivel a szerződés csak a végső árat tartalmazza.

122. A következő táblázat mutatja be az árnövekmény értékét a 2013. évre azon öt reklámügynökség esetében, melyek a MAKSZ megállapodás alapján kötöttek szerződést.

Ügyfél	Kedvezmény alapja	Kedvezmény összege	Arianna ára	Árnövekmény	Kedvezmény
[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]

Az árnövekmény reklámügynökségek esetében (2013. év) (Ft)

⁴¹ Vj/59-35/2014. sz. és Vj/59-46/2013. sz. iratok

123. Az árnövekmény valamennyi reklámügynökség esetében pozitív, az Arianna kedvezmény értéke az Arianna árára vetítve [...] % közötti. A TV társaságok esetében kimutatott árnövekményektől való jelentős eltérés oka egyrészt az, hogy a reklámügynökségek olcsóbban vásárolhatják meg az adatbázisokat, így az abból adott százalékos kedvezmény értéke is alacsonyabb (annak ellenére, hogy a kedvezmény nem 15%, hanem 30%), másrészt a reklámügynökségek jellemzően teljes funkcionalitású és sok licenst tartalmazó Arianna-csomagot vesznek, melynek ára magasabb. Megjegyzendő továbbá, hogy a reklámügynökségek nem képesek olyan módon növelni a kedvezmény értékét, mint a többszoros vagy értékesítőházként működő vállalkozások.
124. Az egyes reklámügynökségek közötti különbség egyrészt a MAKSZ megállapodásban meghatározott besorolástól, másrészt a vásárolt licenzek számától függ.

Egyéb szereplők

125. Az egyéb kategóriába sorolható hét Arianna előfizetővel kapcsolatban a benyújtott szerződések alapján megállapítható, hogy egyik sem nevesít Arianna kedvezményt, de egyes szerződések tartalmaznak olyan 15%-os kedvezményt, amely esetében felmerül, hogy Arianna kedvezményként értékelhető. Az egyes ügyfelekkel kapcsolatban az alábbiak emelhetők ki:

- [...].
- [...].
- [...].
- [...].
- [...].
- [...].

V.3. Külső (nem Arianna) szoftverrel történő adatkezelés korlátozása

V.3.1. A Nielsen adatfelhasználás feltételei⁴²

126. A televíziós csatornákat képviselő ügyfelek szerződésében jellemzően jelenleg az alábbiak szerint szabályozzák az adatok védelmét. Mindazonáltal meg kell jegyezni, hogy vannak olyan szerződések, amelyek egyáltalán nem tartalmaznak ilyen típusú adatfelhasználási feltételeket (pl. az MTVA-val kötött szerződés):

„[...]”

127. A Nielsen az általa előállított adatok szellemi tulajdonjogi védelemére (Szjt. 84/A. §⁴³) hivatkozással zárja ki az adatok harmadik személy részére való továbbadását, továbbértékesítését.⁴⁴ Ezt a korlátozást nyilatkozatuk szerint úgy értik, hogy az adataikat ugyanolyan védelem illeti meg akkor, ha közreműködnek az átadásban, mint akkor, ha nem.⁴⁵

⁴² Vj/59-116/2013. számon átemelt B/198-7/2013. sz. irat 5. pont

⁴³ A szerzői jogról szóló 1999. évi LXXVI. törvény (Szjt.) 84/A. §-a szabályozza az adatbázisok előállítóinak védelmét.

⁴⁴ Vj/59-116/2013. számon átemelt B/198-7/2013. sz. irat 5. pont

⁴⁵ Vj/59-134/2013. sz. irat 12. pont

128. Amennyiben az ügyfél jelzi, hogy külső szoftverfejlesztő részére kívánja az adatokat átadni, úgy a Nielsen nyilatkozata szerint a szerződés „tipikusan” az alábbi fontosabb szabályokkal egészül ki:

„[...]”

129. A „*szoftverfejlesztő korlátozott hozzáférése*” a Nielsen nyilatkozata szerint abban áll, hogy az adatbázisokat a fejlesztő kizárólag a megrendelő számára használhatja fel. Ez a Nielsen szerint magától értetődő korlátozás, hiszen e nélkül a fejlesztő arra kapna felhatalmazást, hogy magát az adatbázist tetszőleges számú harmadik félnek továbbértékesítse.

130. A „*szoftverfejlesztő korlátozott hozzáférése*” és a „*megrendelői felelősség*” kizárólag a következő cégekkel kötött szerződésben szerepel: [...].

131. A Nielsen nyilatkozata szerint a fenti rendelkezésekből levezethető az is, hogy nem járulnak hozzá adataik olyan szoftverfejlesztő cégnek való átadásához, mely egyúttal olyan tevékenységet is végez, amelyhez az adataik tartalmát is fel tudja használni – pl. média auditor, média tanácsadó, ezt a „*szoftverfejlesztő átfedő tevékenységének korlátozása*”-nak nevezik.

132. Ezen korlátozás indokoltsága gyanánt a Nielsen előadta, hogy az adatok felhasználásának nyomon követhetősége szinte lehetetlen, mivel gyakorlatilag egy olyan információról van szó, amely láthatatlanul be tud épülni egy másik termékbe (nem ismeretes DRM⁴⁶ típusú védelmi eszköz). Ezért a jogosulatlan (nem fizető) felhasználást egyedül úgy tudják megakadályozni, ha az általuk – az ügyfél érdekében – engedélyezett egyetlen ingyenes átadási/felhasználási módozat (szoftverfejlesztési cél) esetében ragaszkodnak ahhoz, hogy az adott szervezetnél (szoftverfejlesztőnél) – tevékenységi körére tekintettel – fogalmilag kizárt legyen az adatok jogellenes felhasználhatósága. Ezentúl megjegyezték azt is, hogy álláspontjuk szerint a szoftverfejlesztés és média audit, illetve média tanácsadás olyan tevékenységek, melyek szervesen nem kapcsolódnak össze, nem szól gazdasági ésszerűség (költséghatékonyság, azonos szakértelem szükséglet, stb.) e kettő együttes végzéséhez, a kettő összekapcsolásának jövedelmezőségét leginkább az adhatná, ha az adataik jogosulatlan felhasználásával kívánnának visszaélni.

133. A Nielsen egy későbbi nyilatkozatában előadta, hogy „*szoftverfejlesztő átfedő tevékenységé*”-re való kifejezett korlátozást nem kellett szerződésbe foglalniuk, mivel ennek nem volt érintettje. Az ad Auditum Kft. lett volna az első ilyen cég (2012 végén), a jogi konstrukciót ezért előkészítették, de végül nem volt olyan ügyfél, akinek a szerződésében az ad Auditum Kft. adathozzáférést szabályozniuk kellett volna.⁴⁷

134. A Nielsen nyilatkozata szerint a fentiekén túlmenően a következőket is „törekсенek” beépíteni a szerződéseikbe szoftverfejlesztő cég bekapcsolódása esetében, egyediesített formában (azaz erre nincs általános szerződési formulájuk):

- a szoftverfejlesztő cég csak olyan ügyfeleknek szolgáltat egyidejűleg, akik előfizetői az adatbázisnak, ezt a „*szoftverfejlesztői ügyfélkör korlátozása*”-nak nevezik;

⁴⁶ DRM (Digital Rights Management) egy technikai megoldás, mely lehetővé teszi, hogy a jogtulajdonos bizonyos korlátokat szabjon a mű felhasználásának, elsősorban a másolásának.

⁴⁷ Vj/59-134/2013. sz. irat 8. pont

- ha a szoftverfejlesztő valamely Arianna outputra építi fel szoftverének szolgáltatását, ehhez akkor járulnak hozzá, ha a fejlesztő egyéb megrendelői is Arianna előfizetők, ez az „Arianna output felhasználásának korlátozása”.
135. A „szoftverfejlesztői ügyfélkör korlátozásának” indoka előadása szerint az, hogy kizárják annak lehetőségét, hogy a fejlesztő olyan ügyfélnek is szolgáltatthasson az adatainak felhasználásával, aki ezért nem fizetett, csak a szoftverért. Ez szintén ellenőrizhetetlen illegális felhasználás lenne, melynek révén az az adatfelhasználó, aki nem vásárlója az adatbázisnak, a fizető ügyfelek és a Nielsen kárára gazdagodhatna. Itt megjegyezték azt is, hogy az adataik jogosulatlan felhasználásának megakadályozását nem bízhatják harmadik személyek (a szoftverfejlesztő cégek más megrendelőinek) magatartására, mivel nem állnak velük jogviszonyban, így felelősséget telepíteni rájuk nem tudnak, ráadásul ők érdekeltek lehetnek a visszaélésben, mivel az mérsékli azt az árat, melyért hozzájuthatnak az adatbázis+feldolgozó szoftvert tartalmazó szolgáltatási csomaghoz (annak révén, hogy az adatbázisért nem fizetnek). A szoftverfejlesztővel szemben sem tudnak kellően visszatartó erejű biztosítékokat kikötni az adataik nem engedélyezett módon való felhasználását megakadályozandó, mivel nem állnak szerződéses kapcsolatban a fejlesztőkkel. Továbbá, a szerződéses kapcsolat hiánya miatt megfelelő ellenőrzési jogosítványokat sem tudnak szerződéses úton kikötni.
136. Az „Arianna output felhasználásának korlátozása” a Nielsen előadása szerint hasonló megfontolásokon alapul. Itt azonban azt is hozzá teszi, hogy ezen outputok olyan tevékenységük eredményei, melynek tekintetében az érintett piacon (szoftverfejlesztés) erőfölényük nem állapítható meg, így elvileg indok nélkül is megtagadhatnák a hozzáférést.
137. A Nielsen a későbbi nyilatkozatában előadta, hogy az „Arianna output felhasználásának korlátozása” elnevezésű kikötést nem foglalták korábban szerződésbe, az ad Auditum Kft. lett volna az első olyan cég, amellyel szemben alkalmazni kívánták. A „szoftverfejlesztői ügyfélkör korlátozása” pedig kizárólag egy ügyfelük, az atmedia szerződésében szerepel. Nyilatkozatuk szerint ennek indoka, hogy 2012-ben megjelent egy olyan cég (Inmite s.r.o, Csehország), amely bizonyos nézettségi adatokat okostelefon applikáció segítségével kívánt megosztani. Mivel ez a cég az atmedia kérésére és érdekében kapja meg az adatokat, így 2012 óta az atmedia vállalja a felelősséget ezért a cégért, beleértve azt is, hogy kik és hogyan férhetnek hozzá az így készülő alkalmazáshoz és annak adataihoz.
138. Az RTL Klubot is üzemeltető M-RTL Zrt.-vel, valamint a TV2-t is üzemeltető MTM SBS Zrt.-vel (jelenlegi nevén TV2 Média Csoport Kft.) kötött szerződésekben a szoftverfejlesztői hozzájárulás esetén alkalmazott egyik kikötés sem szerepel. Ennek oka a Nielsen nyilatkozata szerint, hogy az M-RTL esetén 2004-ben aláírt és többször módosított szerződésről, az MTM-SBS (mai nevén TV2) esetében 2008-ban aláírt és szintén többször módosított szerződésről van szó, hasonlóan régóta hatályos, többszörösen meghosszabbított szerződésük nincs más ügyféllel. A kevés kivétel közé tartoznak, velük a szerződéskötési folyamat során eddig nem került sor ezeknek a rendezésére, ennek pótlását a közeljövőben tervezik.
139. Az adatbázisok kezelését az ügyféllel kötött szerződésben szabályozzák, az adatkezelési szabályokat nem hozzák nyilvánosságra, de nyilatkozatuk szerint bárki számára felvilágosítást nyújtanak erre irányuló kérés esetén.⁴⁸

⁴⁸ Vj/59-116/2013. számon átemelt B/198-7/2013. sz. irat 6. pont

V.3.2. Külső szoftverrel való adatkezelés konkrét esetekben való korlátozása

140. Abban az esetben, ha egy Nielsen ügyfél arra az elhatározásra jut, hogy a nézettségmérési adatok nem az Ariannával, illetve az Arianna mellett egy „külső” független szoftverrel is elemezni kívánja, ahhoz a Nielsen fentiekben bemutatott adatfelhasználás feltételeire tekintettel a Nielsen hozzájárulását kell kérnie.
141. A külső szoftverfejlesztővel történő együttműködéshez szükséges hozzájárulás megadását Nielsen a közte és ügyfele közötti előfizetői szerződés módosításához köti. A szerződésmódosítás során „tipikusan” a szerződés részévé válnak a „szoftverfejlesztő korlátozott hozzáférése” és a „megrendelői felelősség”-re vonatkozó kikötések.
142. A Nielsen nyilatkozata szerint, a hozzáférés biztosítása gyakorlatilag úgy valósul meg, hogy az adatokat a Nielsen küldi meg közvetlenül a fejlesztőnek, „vagyis az aktív részvételük szükséges a folyamatban, mivel az ügyfél számára ez így kényelmesebb”.
143. A szoftverfejlesztő cégnek a Nielsen jogot biztosít arra, hogy a saját szoftveréhez igazítsa az adatbázisokat, melyet követően azt az ügyfél számára – és kizárólag számára – visszaszolgáltatja.
144. A Nielsen elmondása szerint a szoftverfejlesztők soha nem őket keresik meg, általános felhatalmazást kérve adataik használatához, illetve technikai információkat az illeszkedés biztosításához, hanem mindig az adataikat megvásárló ügyfeleknek tesznek ajánlatot szoftveres adatkezelésre, s az ügyfél közreműködésével kérnek engedélyt az adatfelhasználásra. Ezt követően „a – jellemzően háromoldalú – egyeztetések során tisztázni illeik minden releváns technikai részletkérdést”.
145. Magyarországon ezidáig egyetlen független külső szoftverfejlesztő társasággal (Techedge) alakított ki ilyen típusú együttműködést a Nielsen.
146. A 2012-es évben jelentkezett a Nielsennél az ad Auditum Kft., amely a Techedge-hez hasonló együttműködést kívánt kialakítani a Nielsennel. Az ad Auditum Kft. mind közvetlenül, mind potenciális ügyfelén, az Origo Zrt.-n keresztül tárgyalásokat kezdeményezett a Nielsennel, ez esetben azonban az egyeztetések nem vezettek eredményre.

Együttműködési tárgyalások a Nielsen, az ad Auditum Kft. és az Origo Zrt. között

147. Az ad Auditum Kft. 2012 szeptemberében fél éves egyeztetési folyamatot követően állapodott meg az Origóval, hogy az igénybe veszi az MSC szolgáltatásukat, mégpedig 2013 végéig díjmentesen. A szerződést ennek megfelelően véglegesítették a két fél között. A szerződéskötés egyetlen függő pontja az volt, hogy a Nielsen hozzájáruljon az ad Auditum részére történő adatátadáshoz.⁴⁹
148. Az Origo Zrt. 100%-os tulajdonosa a Magyar Telekom Nyrt. az ad Auditummal való kapcsolatfelvétel okáról a következőképpen nyilatkozott:⁵⁰

„Mivel az Arianna használatával az illetékes kollégák nem voltak megelégedve, az Origo Zrt. – az Arianna alacsonyabb költségvonzata ellenére – tárgyalásokba kezdett az ad Auditummal. Az ad Auditum által kínált MCS nevű alkalmazás egyrészt egy felhasználóbarát felületen teszi láthatóvá a különböző lekérdezéseket, másrészt látszólag megoldással szolgált volna arra a problémára, hogy a Nielsen mérésében elérhető csatornák közül sokan – köztük éppen az Origo Zrt.

⁴⁹ Vj/59-167/2013. számon átemelt B/198-13/2013. sz. irat 2. pont

⁵⁰ Vj/59-88/2013. sz. irat 8. pont

legfontosabb versenytársai – nem teszik közzé műsorcím adatbázisukat és így nehezebb pontatlanabb a nézettségük követése.

A tárgyalások során szóba került a Nielsen Arianna szoftverének **teljes kiváltása** és az ezzel elérhető megtakarítás is. Mivel az Origo Zrt.-nek nincs szüksége az értékesített reklámidő elemzésére, ezért az Arianna ezen funkcióját nem használja, így elegendőek lettek volna számára az MCS által nyújtott adatok, elemzések. Az Arianna nagyon körülményes, nehézkes és bonyolult szoftver a programming igényeket az AdEdge [a Techedge szoftvere] sokkal könnyebben ki tudta szolgáltatni, és a tárgyalások során úgy tűnt, az MCS is jobb megoldást nyújtana.”

149. [...].⁵¹

150. [...].⁵²

151. Ezt a helyzetet az Origo az ad Auditum számára a következőképpen tolmácsolta: „sürgtettem az AGB-t [a Nielsen korábbi neve], remélhetőleg hamarosan jóváhagyják. Nélkülük nem tudunk lépni.”⁵³

152. A Nielsen és az ad Auditum közötti november 30-ai találkozón sem történt érdemi előrelépés, a Nielsen az adatátadási feltételek megadását a későbbiekben írásban ígérte, majd egy 2012. december 12-én kelt levél tanúsága szerint arról tájékoztatta az ad Auditumot, hogy az egyeztetést közvetlenül a partnereikkel folytatják. „Amint ígértük a múlt héten felvettük a kapcsolatot az Origóval, ők elmondták, hogy milyen szolgáltatásra van szükségük, mi elmondtuk, hogy milyen garanciákat várunk.”⁵⁴

153. A „jellemző” háromoldalú egyeztetésre tehát jelen esetben nem került sor, a Nielsen végig ragaszkodott azon álláspontjához, hogy mivel az ad Auditummal nem kerülnek szerződéses kapcsolatba, elsősorban az ügyfelükkel, az Origóval tárgyalnak, és velük ismertetik feltételeiket.

154. A Magyar Telekom Nyrt. az ad Auditummal való együttműködés sikertelenségének okáról a következőképpen nyilatkozott:

*„A tárgyalások végül zsákutcába futottak azonban, mert a TAM-adatok felhasználásához a Nielsen beleegyezésére lett volna szükség, ahol ezt **nem fogadták kitörő örömmel. A jogi kifogások mellett kereskedelmi oldalról kiegészítő ajánlatokat kínáltak az Origo Zrt. számára, amelyet az elfogadott.**”⁵⁵*

*„Személyes egyeztetés végén tett a Nielsen egy ajánlatot arra, hogy fejezze ki igényét a Magyar Telekom, és ezt **megpróbálják egy kedvezőbb ajánlattal teljesíteni.**”⁵⁶*

155. Arról, hogy miért nem alakult ki együttműködés a Nielsen és az ad Auditum Kft. között, a Nielsen az eljárás során az alábbi nyilatkozatot tette:⁵⁷

*„Az ad Auditum a folyamat során írásban nyilatkozott a **tevékenységi körének változásáról**, ezt követő lépés lehetett volna, hogy a Nielsen az ügyfeleivel módosítja a meglévő szerződéseit. Az elképzelések szerint szerződésmódosításra minden esetben a megrendelő és a Nielsen között meglévő szerződés keretében jött*

⁵¹ Vj/59-88/2013. sz. irathoz mellékelt levelezés

⁵² Vj/59-88/2013. sz. irathoz mellékelt levelezés

⁵³ Vj/59-167/2013. számon átemelt B/198-3/2013. sz. irat A-5 melléklet

⁵⁴ Vj/59-167/2013. számon átemelt B/198-13/2013. sz. irathoz mellékelt levelezés

⁵⁵ Vj/59-88/2013. sz. irat 8. pont

⁵⁶ Vj/59-101/2013. sz. irat 7. pont

⁵⁷ Vj/59-115/2013. sz. irat 7. pont

volna létre, az ad Auditummal Kft.-vel a Nielsen nem került volna szerződéses jogviszonyba (hasonlóan a Techedge-hez).

Az együttműködésről zajló tárgyalások összességében csak megkezdődtek, de nem jutottak érdemi szakaszba, mert az ügyfél - akivel a Nielsen közvetlenül tárgyalt - a tárgyalásokat nem juttatta érdemi, konkrét, szerződésmódosítási fázisba. Az érintett ügyfelek az ad Auditummal való együttműködési szándékukat azóta nem jelezték újra a Nielsen felé, tehát sem a 2013-as sem a 2014-es évben kötött szerződésbe nem kérték ennek belefoglalását.”

156. A fentieket összefoglalva megállapítható, hogy a Nielsen olyan feltételek vállalásától tette függővé az együttműködés kialakítását egy piacra lépni szándékozó vállalkozással, amelyeket saját nyilatkozata szerint sem alkalmazott még senkivel, mivel korábban egyetlen ügyfele, illetve egyetlen szoftverfejlesztő sem jelentkezett hasonló igényekkel. Annak ellenére, hogy az érintett vállalkozás vállalta ezen feltételek teljesítését, az ügyfele a szerződéskötési szándékától elállt.

Együttműködési tárgyalások a Nielsen, az ad Auditum Kft. és a TV2 között

157. A 2014-es évben egy újabb Nielsen ügyfél, a TV2 döntött úgy, hogy igénybe szeretné venni az ad Auditum MCS szoftverét, mivel azt alkalmasnak találta a napi működést elősegítő használatra, ezért 2014 júniusában megkezdődött a szerződéskötési folyamat a TV2 és az ad Auditum között.
158. A TV2 képviselői személyes egyeztetést kezdeményeztek a Nielsen képviselőivel, annak érdekében, hogy a Nielsen adatokat az MCS szoftver működtetéséhez szükséges terjedelemben az ad Auditum rendelkezésére bocsáthassák, illetve a Nielsen ehhez való hozzájárulását beszerezzék.
159. A TV2 nyilatkozata szerint a személyes találkozóra 2014. június utolsó hetében került sor. „Az ezt megelőző egyeztetések során ismertté vált a Nielsen álláspontja, miszerint a hozzájárulást csak meghatározott anyagi biztosítékok és technikai feltételek mellett adja meg. Ennek megfelelően a megbeszélés célja volt annak tisztázása, hogy a Nielsen pontosan milyen feltételekkel járul hozzá ahhoz, hogy a TV2 a Nielsen adatokat az MCS szerződés keretében az ad Auditum rendelkezésére bocsássa. **A megbeszélésen konkrét feltételek nem hangoztak el, de az nyilvánvalóvá vált, hogy a Nielsen és az ad Auditum közötti üzleti kapcsolat nem baráti, tovább az is, hogy a Nielsen minden lehetséges garanciát, beleértve a szoftver működtetésével és az adatok felhasználásával kapcsolatos technikai biztosítékokat is a TV2-től várja, az ad Auditummal ebben a viszonylatban nem kíván szerződéses kapcsolatot létesíteni.**”⁵⁸
160. Ezt követően néhány nappal az ad Auditum jelentkezett a TV2-nél egy módosított ajánlattal. Az ad Auditum nyilatkozata szerint ennek oka az volt, hogy „a TV2 mint potenciális ügyfél részére kezdett ez az ügy egyre kellemetlenebb lenni, különös tekintettel arra, hogy a Nielsen által feléjük rossz színben feltüntetett cégünkkel való szándékozott együttműködésük rontotta volna a következő éves nézettségmérési szolgáltatási szerződési tárgyalásán a monopolhelyzetű Nielsennel való tárgyalási pozíciójukat, s ezt nem érte volna meg sokkal kisebb volumenű és kiváltható (nem monopolhelyzetű) szolgáltatásunkkal kockáztatni.”⁵⁹
161. A módosított ajánlat lényege, hogy az MCS szoftvert úgy dolgozták át, hogy azt a TV2 szerverein lehetett futtatni úgy, hogy a szükséges Nielsen adatokat a TV2 munkatársai házon belül töltik fel, oly módon, hogy eközben az ad Auditumnak

⁵⁸ Vj/59-143/2013. sz. irat 1. pont

⁵⁹ Vj/59-140/2013. sz. irat 1. pont

semmilyen hozzáférése az alkalmazásban lévő szoftverhez, illetve a TV2 szerveréhez nincs. A TV2 a módosított terméket szakértői vizsgálat alá vette és megállapította, hogy az eredeti leírásnak megfelelően működőképes. Az időközi frissítéseket az Ad Auditum adathordozón bocsátja a TV2 rendelkezésre, a futtatást a TV2 informatikusai végzik.

162. Tekintve, hogy az átdolgozott ajánlat kiküszöbölte azt a problémát, hogy a Nielsen adatokat a TV2-nek ki kelljen adnia, az Ad Auditum ajánlatát elfogadva a két fél 2014. július 1-ei hatállyal szerződést kötött 2014. december 31-ig tartó határozott időre.⁶⁰
163. Mindazonáltal mind az ad Auditum, mind a TV2 az eljárás során jelezte, hogy ez a megoldás koránt sem optimális.
164. Az ad Auditum nyilatkozata szerint, ha az elemezendő adatok és a szoftver a szoftverfejlesztő saját szerverén van, annak jelentős előnye, hogy a szolgáltatás kézben tartható, javítható, kontrollálható, fejleszhető az ügyfelek kiszolgálása céljából. *„Ehhez képest mi kénytelenek vagyunk minden esetben elmenni az ügyfélhez, s a szükséges módosításokat fájl formában átadni ügyfélnek számítástechnikusának, aki azt végrehajtja — ha éppen van szabad órája számunkra. A telepített rendszer azonban bizonyos pontokon lassú, amit jelen esetben nem is tudunk miként javítani, ugyanis a hibajavításhoz szükséges lenne a rendszerhez való közvetlen, interaktív hozzáférésünkre. Szintén hátrányos részünkre, hogy az ügyfélnél telepített rendszer forráskódja nem túl nagy erőfeszítéssel visszafejthető. Egy ilyen rendszer ugyanis komplex, nem csak egy „exe” fájlból áll.”*⁶¹
165. A TV2 nyilatkozata szerint az ad Auditumnak olyan változtatásokat kellett végrehajtania az MCS szoftveren, ami biztosította azt, hogy a TV2-nél csak belső szerverről érhető el. *„Emiatt a fejlesztések és frissítések az MCS szoftveren belül sokkal lassabban és körülményesebben oldhatók meg, mintha azok online megvalósíthatók lennének. Az ad Auditum oldalán pedig az online fejleszthetőség hiánya értelemszerűen pluszköltségeket okoz.”*⁶²
166. A fentiekre tekintettel megállapítható, hogy a Nielsen jelen esetben nem állt elő egy olyan egyértelmű, teljesíthető feltételrendszerrel, amelynek teljesítése esetén hajlandó lenne a nézettségmérési adatokat a Techedge-hez hasonlóan egy független szoftverfejlesztő birtokába adni. Bár ez esetben az Origós tárgyalásokkal ellentétben létrejött megállapodás a felek között, az mind az ad Auditum, mind a TV2 elmondása szerint nem tekinthető kielégítőnek.

VI.

Harmadik felek és a szakértő véleménye

VI.1. Harmadik felek véleménye

167. A vizsgálat során a GVH a Nielsen nézettségmérési adatbázisaira előfizető Nielsen ügyfelek közül megkereste mindazokat, amelyek valamilyen típusú nézettségmérő szoftverrel rendelkeznek (Arianna, TechEdge, MCS). Az alábbiakban kérdéscsoportonként kerülnek bemutatásra ezen ügyfelek véleményei a Nielsen által is használt bontásban (TV társaságok és értékesítőházak; Reklámügynökségek; Egyéb szereplők)

⁶⁰ Vj/59-143/2013. sz. irat 1. pont

⁶¹ Vj/59-140/2013. sz. irat 3. pont

⁶² Vj/59-143/2013. sz. irat 3. pont

VI.1.1. A Nielsenel való szerződéskötés folyamata, a nézettségmérési adatbázisok és az Arianna árának meghatározása, valamint a kedvezmények igénybevétele

TV társaságok és értékesítőházak (Sales House-ok) véleménye

168. Az adatszolgáltatók egyik részének nyilatkozata szerint a Nielsen mindig lehetőséget biztosított tárgyalásra, egyéni igények érvényesítésre, az árak és kedvezmények igénybevétele mindig konszenzus alapján került meghatározásra.⁶³ Az **ATV** nyilatkozata alapján a szolgáltatások ára a Nielsen által került meghatározásra, amelyet társaságuk elfogadott⁶⁴, míg az **MTVA** arról nyilatkozott, hogy a szolgáltatás tartalmát és árát a lefolytatott közbeszerzési eljárás jellegéből adódóan a Nielsen az – MTVA egyéni igényeit tartalmazó – ajánlati felhívásnak megfelelően tett ajánlatában határozta meg.⁶⁵
169. Az adatszolgáltatók egy másik csoportja ezzel szemben komoly kritikákat is megfogalmazott a Nielsen szerződéskötési gyakorlata kapcsán.
170. A **Digi Kft.** előadta, [...]. Álláspontjuk szerint érdemi kedvezményeket valójában nem kaptak, az árak tekintetében egyeztetési kezdeményezéseiket az eljárás alá vont vállalkozás visszautasította, ezért voltak kénytelenek lényegi változtatások nélkül elfogadni az eljárás alá vont vállalkozás által meghatározott szerződéses feltételeket és megszabott árakat. [...]. Elmondták, hogy a *reklámértékesítés nem lehetséges az eljárás alá vont vállalkozás adatai, az általa a szolgáltatásához kapcsolt áruként nyújtott szoftver nélkül*, mivel az egész média piac az eljárás alá vont vállalkozás adataiból dolgozik és ezen adatok minősülnek a média piacon jelen lévő szereplők által kizárólagosan elfogadottnak. Alternatíva az eljárás alá vont vállalkozás szolgáltatására valójában nincs. [...]. Nem helyettesítik a Nielsen szolgáltatását, mert a hirdetők kizárólag az eljárás alá vont adatait tartják hitelesnek, ezért nincs érdemi helyettesíthetőség.⁶⁶
171. A **Sanoma Media Zrt.** akként nyilatkozott, hogy a társaságukat terhelő megállapodási kényszer miatt — hiszen a nézettségmérés piacán a Nielsen egyedüli szolgáltató, az általa előállított adatok nélkül pedig nem működhet a kereskedelmi csatornák üzleti modelljének egyik pillérét képező reklámértékesítés — a szerződés lényegi kérdései, így pl. az árazásban a tárgyalások hatására biztosan nem következik be változás. Az így meghatározásra kerülő árhoz képest a megállapodás során *valódi alkura lehetőség nincs, a megrendelők részére a listaárakból biztosított kedvezmények rendszere sem rögzített, illetve átlátható.* [...]⁶⁷
172. A **Viasat Hungária Zrt.** előadása alapján a Nielsen nem rendelkezik fix, transzparens árszabással, árazási gyakorlata nem illeszkedik a televíziók jövedelemtermelő képességéhez, az előfizetői díj összege gyakran változik, nehezen követhető. A Nielsen sajnálatos módon nem volt tekintettel a gazdasági válság jelenlétére, illetve azon tényre, hogy a televíziók árbevétele akár 40 %-kal is csökkent, a díjait az infláció mértékével azonos mértékben emelte. A TAM szolgáltatás ára továbbá a Nielsen által egyoldalúan, minden változás ténybeli alátámasztását mellőzve, ellenőrizhetetlen módon került megállapításra. *Nem emeltek ezen eljárás ellen kifogást, tekintettel arra, hogy a Nielsen társaságukat vélt vagy valós kedvezményekben részesítette,* amely által a korábbi évekhez képest végeredményben kisebb mértékű emelés valósult meg.⁶⁸

⁶³ Lásd: Vj/59-43/2013.; Vj/59-63/2013; Vj/59-72/2013.; Vj/59-82/2013. sz. irat;

⁶⁴ Vj/59-44/2013. sz. irat

⁶⁵ Vj/59-45/2013. sz. irat 3. pont

⁶⁶ Vj/59-53/2013. ; Vj/59-127/2013. sz. iratok

⁶⁷ Vj/59-73/2014. sz. irat 2.,3., 7. pontok

⁶⁸ Vj/59-65/2013. sz. irat 2-3. pontok

173. A **TV2 csoport**⁶⁹ nyilatkozata szerint a TAM szolgáltatásra csomagkedvezmény (több csatorna, több modul), valamint 75% feletti lefedettségénél a listaárból egyedi kedvezményeket kap a csatorna. Az ártárgyalások során a felek sohasem az egyes részösszegekről alkuszak, hanem a teljes fizetendő éves díj összegéről. A TV2 nem fordított figyelmet arra, hogy a tárgyalások eredményeképpen megállapodott részösszeget a Nielsen hogyan osztja el az egyes részszolgáltatásokra. A jelenlegi szerződésükből az olvasható ki, hogy az Arianna szoftver használatáért fizetendő ellenértéket a Nielsen úgy határozza meg, hogy annak listaárból a TV2 50% kedvezményt kap. Mindazonáltal hangsúlyozták, hogy a TV2 mindig a teljes fizetendő díjról tárgyal.⁷⁰
174. „Amíg a TV2-nek szüksége lesz a TAM szolgáltatásra, addig előfizetője marad az Arianna szoftvernek is. A szerződés hosszabbításra irányuló tárgyalások tapasztalata az, hogy a Nielsen nem tekinti a fizetendő díjat csökkentő körülménynek, ha a TV2 nem igényli az Arianna előfizetést – így a szoftverhasználat részét képezi a szerződésnek.”⁷¹
175. Az idézett nyilatkozat kapcsán a TV2 egy későbbi adatszolgáltatásában előadta, hogy nem merült fel az Arianna előfizetés lemondása, mivel a TV2 Csoport által jelenleg használt nézettség-ellenőrző szoftverek különböző igényeket, igazgatóságokat, üzleti célokat szolgálnak ki. Az Arianna szoftver esetében ez a programkutatási terület, számukra a szoftver *nélkülözhetetlen szolgáltatásokat nyújt*. A szoftver előfizetésének lemondása rendkívüli módon megnehezítené a munkájukat, így a TV2 csoport meglehetősen rugalmatlanul követné le / követte volna le ezt a változást (a szoftver árának levonását a teljes fizetendő díjból). *A szoftverért fizetendő díj mértékével egyező mértékű díjcsökkentés nem érte el / érne el azt a mértéket, amely mellett az Arianna előfizetést a TV2 Csoport lemondaná – erre csak a szoftver árának jelentős, ésszerű keretek között elképzelhetetlen drágulása miatt került volna sor / kerülne sor.*⁷²

Reklámügynökségek

176. Tekintettel arra, hogy a Nielsen szolgáltatásaira előfizető reklámügynökségek döntő többsége tagja a Magyarországi Kommunikációs Ügynökségek Szövetségének (MAKSZ), és előfizetői szerződéseiket a Nielsen és MAKSZ között fennálló keretszerződésre figyelemmel kötik, a vizsgálat mind a MAKSZ, mind a reklámügynökségek véleményét beszerezte.
177. A **MAKSZ** nyilatkozata szerint a Nielsennel fennálló keretszerződés megkötését a tagjaik demokratikus elveket valló szavazással hagyták jóvá. A MAKSZ tagok jogosultak a MAKSZ-ra hivatkozással, de attól függetlenül is üzleti kapcsolatot építeni és ápolni a Nielsennel. A nem MAKSZ tagok számára a MAKSZ-ba történő belépés szintén nyitott. A keretszerződés megkötése az egyes tagokkal korábban megkötött egyedi megállapodásuk alapul vételével történt, alkufolyamat eredményeként. A kedvezménypolitika a piaci szokások alapul vételével alakult, az transzparens és forgalomfüggő sávozással került meghatározásra. *Az adatbázis és a szoftver külön megvásárolható volt, azok együttes felhasználása esetén került az igénybevevő részére a legmagasabb mértékű kedvezmény biztosításra.* A reklámszakma részéről a Nielsen által nyújtott szolgáltatás az egyetlen hiteles és elismert televíziós kutatási adat, amely ellenőrzött és megbízható módszertan alapján készül, mindemellett az egyes

⁶⁹ A TV2-t korábban az MTM SBS Zrt., jelenleg a TV2 Média Csoport Kft. üzemelteti.

⁷⁰ Vj/59-64/2013. sz. irat 4-7. pontok

⁷¹ Vj/59-64/2013. sz. irat 10. pont

⁷² Vj/59-143/2013. sz. irat 7. pont

médiaügynökségek szuverén döntési jogköre és kompetenciája, hogy milyen szoftvert vesznek igénybe.⁷³

178. A **MAKSZ tag** reklámügynökségek előadása szerint a MAKSZ minden évben egyeztet a Nielsennel a lehetséges árképzési módszerekről és elvekről, ez alapján a Nielsen elküldi az egyes reklámügynökség részére az árajánlatát, amelyet egyeztet velük, és több egyeztetés és tárgyalási kört követően az adott reklámügynökség és a Nielsen megállapodnak a konkrét szerződéses rendelkezésekről. A tárgyalások során mód van nyilatkozatuk szerint egyedi igények érvényesítésére.⁷⁴

179. **Nem MAKSZ tag** ügynökségek közül az **I.M.G. Inter Media Group Kft.** nyilatkozata szerint esetükben nem a keretmegállapodás érvényesül, hanem hosszas alkufolyamat részeként sikerült változatlan áron szerződniük.⁷⁵ A **Havas Média Hungary Kft.** előadása alapján korábban MAKSZ tagok voltak, és akkor a díjképzési elveket elfogadták, így a MAKSZ-ból való kilépés után is elfogadják, és szerint járnak el. A tárgyalások során volt lehetőségük egyedi igényeiket érvényesíteni.⁷⁶

Egyéb szereplők

180. Alapvetően nem számoltak be problémáiról, a tárgyalások során tudták egyedi igényeiket érvényesíteni.⁷⁷

VI.1.2. A TechEdge szoftverének használata, és a Nielsennek a TechEdge együttműködéshez tanúsított hozzáállása

TV társaságok és értékesítőházak (Sales House-ok) véleménye

181. A TechEdge szoftverét (AdvantEdge) használó TV társaságok és értékesítőházak alapvetően két csoportra oszthatók abból a szempontból, hogy miért döntöttek a TechEdge használata mellett. Az egyik csoport egyértelműen az AdvantEdge-nek az Ariannához képest kedvező tulajdonságai miatt: az AdvantEdge kereskedelmi, reklámértékesítési feladatokra jobban használható⁷⁸; eltérő modulok, funkciók⁷⁹; az AdvantEdge gyorsabb, és egyes addicionális funkciók indokolják⁸⁰. A másik csoportot pedig azok a nemzetközi cégcsoporthoz tartozó társaságok alkotják, amelyek költséghatékonysági és operatív érdekből egy nemzetközi szoftver használata mellett döntöttek: „*az AdvantEdge szoftverrel valamennyi érintett ország adatai feldolgozhatóak ugyanazon szoftveres környezetben, ami nagymértékben megkönnyíti, meggyorsítja és olcsóbbá teszi ilyen globális cégek működését*”.⁸¹

182. Ezenkívül egy olyan társaság volt, amely az ár tényezőt emelte ki, miszerint az AdvantEdge drágább, mint az Arianna, ez egy érv az Arianna mellett, illetve az Ariannához kapcsolódó kedvezményrendszer költségoptimalizáció esetén az elsődleges szempont.

⁷³ Vj/59-111/2013. sz. irat

⁷⁴ Vj/59-39/2013.; Vj/59-77/2013.; Vj/59-84/2013.; Vj/59-69/2013.; Vj/59-61 /2013. sz. iratok

⁷⁵ Vj/59-46/2013. sz. irat

⁷⁶ Vj/59-35/2013. sz. irat

⁷⁷ Vj/59-32/2013.; Vj/59-51/2013.; Vj/59-86/2013.; Vj/59-83/2013. sz. iratok

⁷⁸ Vj/59-64/2013. sz. irat 9-10. pontok

⁷⁹ Vj/59-63/2013. sz. irat 9-10. pontok

⁸⁰ Vj/59-43/2013. sz. irat

⁸¹ Vj/59-78/2013. sz. irat 9-10. pontok; Vj/59-65/2013. sz. irat 5-7. pontok; Vj/59-82/2013.; Vj/59-72/2013.

183. A nyilatkozatok többsége szerint a Nielsen nem tett észrevételt, illetve nem állított akadályt az AdvantEdge használata elé.⁸² Mindösszesen kettő társaság volt, amely arról számolt be, hogy a Nielsen nem feltétlenül támogatta használatát. Meg kell jegyezni viszont, hogy az együttműködés ezekben az esetekben is létrejött, nem került sor a Nielsen „elzárkózására”.
184. A **Viasat Hungária Zrt.** nyilatkozata szerint Nielsen értelemszerűen nem fogadta örömmel, hogy nem az Arianna szoftver használják, alkalmanként tesznek próbálkozást az átállásra való rábeszélés terén, de alapvetően a beletörődés jellemző. Megjegyezték, hogy a Nielsen több esetben promótálja, dicséri a saját szoftverét, míg bizonyos szakmai viták alkalmával gyakran erősen negatív kritikával illetik az AdEdge szoftverét.⁸³
185. A **Fox Hungary Kft.** előadása szerint az AdvantEdge kizárólagos használatát egyértelműen nem támogatták. „A Nielsen Arianna szoftverének lemondása esetén szinte pontosan olyan mértékben csökkentették az egyéb kedvezmények mértékét, mint amennyi az Arianna előfizetési díja volt. Nem tudták megindokolni, hogy egy komoly elemző szoftver visszamondása miért nem jelent semmilyen költségmegtakarítást a cégünk számára. Tény azonban, hogy ha előfizetői vagyunk az Ariannának, akkor használhatjuk az alapadatokat a Techedge szoftverrel is. Ez az értékesítési mód így szinte kikényszeríti, hogy a Nielsen szoftverét meg kell vásárolni.”⁸⁴

Reklámügynökségek

186. Az AdvantEdge szoftvert használó reklámügynökségek nyilatkozata szerint az AdvantEdge egy felhasználóbarátabb szoftver, mint az Arianna, így átálltak arra. A Nielsen nyilatkozatuk szerint partner volt az együttműködésben.⁸⁵

VI.1.3. Az MCS igénybevételének indokai, az MCS-nek az Ariannával való helyettesíthetősége, valamint az MCS fejlesztési lehetőségei

187. A vizsgálat által megkeresett Nielsen ügyfelek közül négy TV társaság jelezte, hogy az Ariannán és az AdvantEdge szoftveren kívül az MCS nézettségelemző szoftvert is igénybe veszi a nézettségi adatok elemzéséhez. Ezentúl a Nielsennel közvetlenül szerződéses viszonyban nem álló Duna Televízió is használja az MCS-t, amely az elemi nézettségi adatokat az MTVA-tól kapja.
188. Az **Origo Zrt.** 100%-os tulajdonosa a **Magyar Telekom Nyrt.** az MCS igénybevételének okáról a következőképpen nyilatkozott:

„Az ad Auditum által kínált MCS nevű alkalmazás egyrészt egy felhasználóbarát felületen teszi láthatóvá a különböző lekérdezéseket, másrészt látszólag megoldással szolgált volna arra a problémára, hogy a Nielsen mérésében elérhető csatornák közül sokan – köztük éppen az Origo Zrt. legfontosabb versenytársai – nem teszik közzé műsorcím adatbázisukat és így nehezebb, pontatlanabb a nézettségük követése. A tárgyalások során szóba került a Nielsen Arianna szoftverének teljes kiváltása és az ezzel elérhető megtakarítás is. Mivel az Origo Zrt.-nek nincs szüksége az értékesített reklámidő elemzésére, ezért az Arianna ezen funkcióját nem használja, így elegendők lettek volna számára az MCS által nyújtott adatok, elemzések. Az Arianna nagyon körülményes, nehézkes és bonyolult szoftver, a programming igényeket az AdEdge [a

⁸² Vj/59-64/2013. sz. irat 9-10. pontok; Vj/59-63/2013. sz. irat 9-10. pontok; Vj/59-43/2013. sz. irat

⁸³ Vj/59-65/2013. sz. irat 5-7. pontok

⁸⁴ Vj/59-78/2013. sz. irat 9-10. pontok

⁸⁵ Vj/59-77/2013. sz. irat; Vj/59-84/2013. sz. irat; Vj/59-69/2013. sz. irat

TechEdge szoftverrel sokkal könnyebben ki tudta szolgálni, és a tárgyalások során úgy tűnt, az MCS is jobb megoldást nyújtana.⁸⁶

„Az Arianna és az AdvantEdge egymást teljes mértékben tudja helyettesíteni, [...] programming oldalról az MCS-nek valamivel korlátozottabbak a felhasználási lehetőségei, de fejlesztők nagyon rugalmasan álltak hozzá a szolgáltatáshoz, és szívesen bővítették volna a lekérdezési lehetőségeket az igényeik szerint, ha létrejön az együttműködés.”⁸⁷

„Szükség lett volna arra, hogy tényleges felhasználók használják, és a hibákat visszajelezzék, kvázi béta tesztelés lett volna, bár nagyon jó funkciókkal rendelkezett így is.”⁸⁸

189. A **TV2** előadta, hogy 2014-es év folyamán az MCS alkalmazás számos olyan bővítésen esett át, amely mind működésében mind szolgáltatásaiban már sok olyan tervezési funkciót képes támogatni, amelyet a TV2 Programigazgatósága napi munkájához használni tud. Az alkalmazás sebessége és az adatgyűjtés megfelelően gyors lett, a Java alapú működés egyszerű és gyors kezelést tesz lehetővé, valamint megjelentek olyan funkciók (pl. egyszerre több műsorelem keresése, felhasználó által is módosítható és létrehozható paraméter és alapbeállítási értékek, személyre szabható grafikus megjelenítési módok, stb.), amelyek a programszerkesztési elemzéseket és alapszintű döntéseket megkönnyítik.

„Tekintettel arra, hogy az MCS elsődlegesen az operatív, szerkesztői döntéseket meghozó munkacsoport eszköze – amely döntéshozatal módszertana televízióként változhat – további fejlődést jelentett az, hogy az ad Auditum már a 2014-es tesztelési szakaszban sok olyan módosítást és fejlesztést hajtott végre a TV2 számára, amellyel a felület speciálisan a mi kéréseinknek és igényeinknek megfelelően gyűjti, rendszerezi és mutatja be az adatokat, illetve a személyre szabhatóság lehetőségét továbbra is, felár nélkül biztosítja számunka a technikailag lehetséges határokon belül.”
„Összehasonlításként, az Arianna és a TechEdge rendszer hasonlóan gyors, vizuálisan egyszerű és azonnal érthető (grafikon vagy szakosított táblázat) megjelenítésére nem képes, mivel funkciójukban nem erre tervezték őket.”⁸⁹

Mindazonáltal elmondták, hogy a felsorolt szoftverek nem váltják ki egymást, mindegyiket más-más célokra használják a TV2 munkatársai. Amennyiben valamelyik szoftverről bármilyen okból le kellene mondania a TV2-nek, úgy az jelentősen lelassítaná a munkavégzést és rendkívüli módon megnehezítené az érintett szoftverrel dolgozó munkatársak feladatainak optimális ellátását.⁹⁰

„A Nielsen által biztosított Arianna szoftver a programkutatás során nélkülözhetetlen funkciókkal rendelkezik, a TV2 számára ezért fontos, hogy amennyiben a piacon új nézettségélemző szoftver válik elérhetővé, úgy annak a TV2 által történő igénybevétele ne veszélyeztesse, illetve ne érintse hátrányosan a TV2-nek a Nielsennel kötött szerződését.”⁹¹

190. Az **MTVA** nyilatkozata szerint az MCS online szoftver a televíziós nézettségi adatok tekintetében lehetőséget biztosít olyan csatornák műsorcímeinek megjelenítésére is,

⁸⁶ Vj/59-88/2013. sz. irat 8. pont

⁸⁷ Vj/59-88/2013. sz. irat 14. pont

⁸⁸ Vj/59-101/2013. sz. irat

⁸⁹ Vj/59-143/2013. sz. irat 4. pont

⁹⁰ Vj/59-143/2013. sz. irat 5. pont

⁹¹ Vj/59-143/2013. sz. irat 8. pont

amelyek a Nielsen Közönségmérés adatbázisában nem szerepelnek. A közszolgálati adók közül az m2 gyerekcsatorna főbb versenytársai közül kettő (a Minimax és a Nickelodeon) nem fizet elő a Nielsennek erre a szolgáltatására, így ezeknek az adóknak a műsoros elemzése csak korlátozottan lehetséges. „Az MCS Online szoftver lehetőséget biztosít arra, hogy az egyes adóknak az elektronikus műsorújságokban közzétett adatbázisát a nézettségi adatokkal összekösse – ezért döntött az MTVA a szoftverbérlés kipróbálása mellett.” „A másik – fontossági sorrendben a fent említettet messze felülmúló – ok, amiért a szerződést megkötöttük, az volt, hogy a Szolgáltató vállalta, hogy az MCS Online szoftvert alkalmassá teszi a rádióhallgatottsági adatok kezelésére is.”⁹²

191. Az MTVA nyilatkozata szerint az MCS online az egyszerűsége törekszik, hogy a kutatásban kevésbé járatos felhasználók számára is jól értelmezhető riportokat tudjon nyújtani. Az Arianna használata több szaktudást feltételez és bonyolultabb lekérdezéseket is lehetővé tesz.
192. Az MTVA szempontjából jelenleg a Nielsen által biztosított szoftverek nem válthatók ki az MCS online-nal, több okból kifolyólag sem.
- A belső riportálási folyamatok miatt mindenkor szükség van arra a fajta szabad riport-definiálási rendszerre, amelyet az Arianna biztosít. Számos olyan lekérdezési módra is szükség van, amely jelenleg nem szerepel az MCS Online-ban;
 - Az MTVA reklámértékesítési tevékenységéhez szükség van az Arianna Reach & Frequency, valamint reklámkampány és költségelemzésre vonatkozó moduljaira, amely nem érhető el az MCS Online-ban;
 - Az ad Auditum Kft.-vel kötött szerződés aláírása óta a Nielsen bevezette az időeltolódásos tévézés (TSV – azaz Time Shifted Viewing) mérését is, amely adatok kezelésére az MCS Online még nem készült fel.

„Az Arianna szoftver éves bérleti díja többszöröse – a nézői szokások elemzésére vonatkozó szoftver-modul esetében kb. [...] – az MCS Online éves díjának, de a fenti okok miatt az MCS Online nem tudja kiváltani a Nielsen Kft. szoftverét. Nem az ár az elsődleges szempont: az Arianna lemondására csak abban az esetben kerülhetne sor, ha egy olyan szoftvert kínálna egy szolgáltató, amely legalább olyan biztonsággal és lekérdezési rugalmassággal rendelkezik, mint az Arianna.”

193. Az MCS-t folyamatosan fejlesztik, új lekérdező felületre került a rádiós és tévés modul is. Az MTVA elsősorban a rádiós modul fejlesztésében érdekelt, így ahhoz tettek javaslatokat. Nem feltétlenül gondolják úgy, hogy az MCS előnyére válna, ha az Ariannához hasonló funkciókkal bővülne, mivel pont az MCS eredeti céljának mondana ellen. „Rendelkezésünkre álló információk alapján: az MCS Online – az MTVA által használt jelenlegi formáját tekintve – akár továbbfejleszhető is volna, de amennyiben a fejlesztés arra irányulna, hogy a riportok rugalmasságát olyan mértékben lehetővé tegye, mint pl. az Ariannáé, akkor éppen az MCS Online eredeti céljának mondana ellent, ami az előre „beégetett”, azaz előre definiált lekérdezések előnyét biztosította a kevésbé képzett munkatársak számára.”
194. A **Duna Televízió** nyilatkozata jelentős átfedést mutat az MTVA nyilatkozatával. A Duna Televízió előadta⁹³, hogy az Arianna a nézettségmérésre fejlesztett elemző-statisztikai szoftver, amely alapvetően médiakutatási célból használatos; míg az MCS egy

⁹² Vj/59-151/2013. sz. irat

⁹³ Vj/59-152/2013. sz. irat

programming támogató, adatvizualizációs szoftver, amelyet így inkább a programming során használnak, azaz nem kutatói vagy elemzési, hanem „tervezői” jellegű feladatokat támogat. Az MCS szoftver ráadásul a televíziós nézettségi adatok tekintetében lehetőséget biztosít olyan csatornák műsorcímeinek megjelenítésére is, amelyek a Nielsen adatbázisában nem szerepelnek.

„Míg az Arianna egy általános elemző eszköz, addig az MCS sokkal inkább programming támogató eszköz, azaz az alapvető funkciójuk nem feltétlen egyezik. A Nielsen Közönségmérés Kft. által forgalmazott szoftverek nem válthatók ki az MCS-sel, több okból kifolyólag sem:

- számos olyan lekérdezési módot ismer, amely jelenleg nem szerepel az MCS-ben;
- a reklámértékesítés szükséges az Arianna két olyan modulja (Reach&Frequency modul, illetve a reklámkampány és költségelemzésre vonatkozó modul), amely nem érhető el az MCS-ben;
- ismeri az időeltolódásos tévézés (TSV – azaz Time Shifted Viewing) mérését is, amely adatok kezelésére az MCS még nem készült fel.”

„Az Arianna esetében nem az előfizetési ár a legfőbb szempont mindaddig, amíg nem kínál olyan szoftvert egy szolgáltató sem, amely legalább olyan biztonsággal és lekérdezési rugalmassággal rendelkezik, mint az Arianna.”

195. Az MCS esetében kéréseiknek megfelelően a program fejlesztői bővítették, valamint a korlátozott PHP/HTML helyett JAVA programozási nyelven újraírták a szoftvert. Többek közt a legutolsó újítás (a nézővándorlás, műsor nézőközönségének megjelenítése a grafikus műsorrácson) is kérésükre került be.
196. Véleményük szerint az MCS programming szempontból már most sokkal jobb, mint az Arianna, ha a fejlesztések üteme hasonló dinamikát mutat, úgy az MCS 1-2 éven belül a legjobb választás lehet programming tervezésre – itt azonban megjegyezzük, hogy a két program (Arianna és MCS) fő profilja nem azonos. Amennyiben az MCS fejlesztése arra irányulna, hogy a riportok rugalmasságát olyan mértékben lehetővé tegye, mint pl. az Ariannáé, az éppen az MCS eredeti céljának mondana ellent, ami az előre „beégetett”, azaz előre definiált lekérdezések előnyét biztosította a kevésbé képzett munkatársak számára. Ezt figyelembe véve álláspontjuk szerint nem életszerű egy ilyen irányú fejlesztés.

VI.2. A Szerzői Jogi Szakértő Testület szakvéleménye

197. Mivel a Nielsen az eljárás során többször hivatkozott arra, hogy a szerződéses és adatfelhasználási feltételeit szellemi tulajdonának védelmére tekintettel alakította ki, a vizsgálat a hivatkozásának szerzői jogi megítélése céljából a Szerzői Jogi Szakértő Testületet szakértőként rendelte ki az ügyben.⁹⁴ A Szerzői Jogi Szakértő Testületet szakvéleményének fontosabb megállapításai az alábbiakban kerülnek összefoglalásra.⁹⁵
198. A Szerzői Jogi Szakértő Testület eljáró tanácsa úgy ítélte meg, hogy a Nielsen televíziós nézettségmérési szolgáltatásának (TAM) folytatása során gyűjtött nézettségmérési adatokból keletkező adatbázis az Szjt. szerinti *adatbázisnak* minősül, amely az Szjt. 84/A. §-a alapján kapcsolódó jogi (sui generis) oltalomban részesül.

⁹⁴ Vj/59-121/2013. sz. irat

⁹⁵ Vj/59-130/2013. sz. irat

199. A kapcsolódó jogi (sui generis) oltalom alapján az adatbázis előállítójának a hozzájárulása szükséges ahhoz, hogy az adatbázis *egészét vagy jelentős részét* kimásolják vagy újrahasznosítsák, illetve hogy az adatbázis *jelentéktelen részét* oly módon hasznosítsák, amely a teljes adatbázis, vagy a teljes adatbázis jelentős részének újbóli létrehozatalát, vagy újrahasznosítását eredményezi. Az adatbázis-védelem határainak kijelölésekor a jogalkotó, illetve a jogalkalmazó mind a szellemi alkotásból fakadó jogokra, mind a versenyjogi szabályokra tekintettel kell, hogy legyen.
200. A szerzői jogi jogszabályok értelmében nincs akadálya olyan szerződéses kikötésnek, amelyben a jogosult (adatbázis előállító) az adatbázis felhasználására korlátozott vagy feltételekhez kötött engedélyt adjon, vagy a szerződésben az általa rendeltetésellenesnek ítélt felhasználást kizárólagos jogai alapján kifejezetten megtiltsa (bár az ennek hiányában is jogellenesnek minősülne). A szerzői jogi jogforrások nem térnek ki arra, hogy a jogszerű felhasználás biztosítása érdekében pontosan milyen feltételek szabhatóak a jogosult által, egyedül az olyan szerződési kikötést minősíti az Szjt. semmisnek, amely akadályozná a jogszerű felhasználót a rendeltetészerű használatban (Szjt. 84/B. § (1) bek.).
201. A kizárólagos jogok alapján az adatbázis előállítója nem köteles olyan felhasználási engedélyt adni, amely alapján a felhasználó bármely harmadik személyre továbbengedhető felhasználási (kimásolási vagy újrahasznosítási) jogot szerez. (Vö. Szjt. 46. § (1) bekezdés: „A felhasználó az engedélyt harmadik személyre csak akkor ruházhatja át, illetve csak akkor adhat harmadik személynek további engedélyt a mű felhasználására, ha azt a szerző kifejezetten megengedte.”) Az engedély tehát a kapcsolódó jogi oltalom alá tartozó esetekben kizárólag a jog jogosultjától, azaz az adatbázis előállítójától szerezhető meg.
202. A felhasználási engedélyekben szereplő olyan kikötések, amelyek általában tiltják a felhasználási engedélyek harmadik személyekre történő továbbengedését (itt: azt, hogy a megrendelőtől különböző harmadik személyek az Szjt. 84/A. § (1) vagy (3) bekezdésében foglalt cselekményeket végezzék), vagy tiltják (illetve nem is engedélyezik) azt, hogy az engedéllyel rendelkező felhasználó olyan felhasználást végezzen, amellyel ilyen harmadik személyek részére juttatja el az adatbázist (vagyis, hogy a felhasználó („megrendelő”) e célból a felhasználási engedély terjedelmén túlmenően az adatokat kimásolja vagy újrahasznosítsa), éppen a kizárólagos jogok szokásos és rendeltetészerű gyakorlásának tekinthetőek.
203. Ehhez képest a szerzői jog szempontjából a kizárólagos jog által biztosított lehetőségekhez mérten a Nielsen által biztosított, harmadik személyekre vonatkozó kikötések enyhébb, a felhasználó (megrendelő) érdekében tett szerződéses kikötéseknek tekinthetőek.

VII.

Az eljárás alá vont álláspontja

204. Az eljárás alá vont álláspontja szerint magatartása semmilyen versenyjogi jogsértés gyanúját nem veti fel. Ennek indokaként az alábbiakat adták elő.⁹⁶
205. A TV nézettségi adatokat feldolgozó szoftverek piaca nyitott, a belépés egyszerű, adminisztratív korlátai nincsenek, a piacra lépés beruházási igénye csekély. E szoftverek

⁹⁶ Vj/59-116/2013. számon átemelt B/198-7/2013. sz. irat

az általuk előállított adatokat dolgozzák fel, ezért a versenytársak piacról való kizorítására alkalmas lehetne az, ha az adataikhoz való hozzáférést a versenytársak számára valamilyen módon korlátoznák. Azonban ilyen korlátozással nem élnek. A piacon elterjedt modell szerint a fejlesztőkkel nem állnak szerződéses kapcsolatban, mivel ők az adataikat megvásárló ügyfeleknek kínálják a szolgáltatásukat, s így ingyenesen igyekeznek hozzájutni az adataikhoz, amennyiben olyan típusú szolgáltatást kínálnak, amelyhez az adatok részükre való átadása szükséges. Az ügyfelek részéről méltányolható érdek, hogy ha egyszer megvették az adataikat, de azt nem tőlük származó szoftverrel szeretnék feldolgozni, akkor ezt megtehessek anélkül, hogy ismételten meg kellene vennie az adatokat a fejlesztőnek. Az ügyfelek ilyen érdekeit tiszteletben tartják, és ehhez minden segítséget megadnak, a következők szerint.

206. Az elemi adatfájloik olyan formátumban vannak, melyek bárki számára olvashatók, nem alkalmaznak tehát olyan struktúrát, mely eleve korlátozná az adataik mások által való feldolgozását. Az adatbázisaik elemi formátumának leírását kérésre átadják. Az adatbázisban használt konfigurációs fájlokat szintén kiadják, a frissítésekkel együtt. Tehát semmi olyan technikai korlátot nem támasztanak, ami akadályozná a szoftverfejlesztést, vagy gátolná a fejlesztő szoftverének adatbázisaikhoz való illeszthetőségét. Ezen a technikai területen eddig semmilyen panaszról, kifogásról nincs tudomásuk.
207. Egyetlen olyan eset van, amikor támasztanak bizonyos feltételeket a szoftverfejlesztővel szemben, mégpedig akkor, ha a fejlesztő olyan szolgáltatási modellt kíván alkalmazni, mely az adataik folyamatos átadását igényli számára, méghozzá a Nielsen közreműködésével. Megjegyzendő, hogy az eljárás folyamán egy későbbi adatszolgáltatásában az eljárás alá vont előadta, hogy az adatok átadásában az aktív közreműködésük az ügyfél helyzetét könnyítheti, de az adatvédelem szempontjából nem ez a döntő kérdés. Ugyanakkor ez a tipikusabb megoldás, ezért értelemszerű, hogy a gyakorlat során erre a modellre nézve fejlődött ki szerződéses gyakorlat. Ezért álláspontjuk szerint az adataikat éppoly védelem illeti meg akkor, ha közreműködnek az átadásban, mint akkor, ha nem.⁹⁷
208. Hangsúlyozták, hogy ebben az esetben sem tagadják meg az ingyenes hozzáférést (átadást), a korlátok a szoftverfejlesztő egyéb tevékenységére, illetve ügyfélkörére vonatkoznak. E feltételeiket szellemi tulajdonuk védelmi igénye diktálja. A korlátozások szükségesek és nem aránytalanok, más védelmi eszköz nem áll rendelkezésükre. Mivel e modellel szemben bizonyos feltételeket támasztanak, nem meglepő, hogy amikor az ebben a modellben gondolkodó fejlesztő ajánlatot tesz az ügyfeleknek, a szükséges egyeztetések során érdekkonfliktusok keletkezhetnek. E konfliktus lényege az, hogy a szoftverfejlesztő mindenféle korlátozás nélkül akar hozzájutni ingyenesen az adatbázisaikhoz, melyhez a Nielsen aktív közreműködését is igényli, ugyanakkor szeretne elkerülni minden olyan feltételt, mely az adataik másodlagos felhasználását akadályozná, adataik felhasználásával kapcsolatos mozgásterét szűkítené. Másfelől a Nielsen védeni igyekszik a szellemi tulajdonukat képező adataikat, melyek előállítása jelentős költségekkel jár. Ilyen típusú egyeztetés és érdekütközés alakult ki pl. az ad Auditum vállalkozással szemben. Ez azonban a folyamat természetes velejárója. A végeredményt illetően a feltételeik teljesíthetőségét, okszerűségét igazolja az, hogy legjelentősebb versenytársuk, a TechEdge számára nem okoz nehézséget ezek teljesítése. Megjegyezzük, hogy az említett ad Auditum is úgy nyilatkozott a tárgyalásaink során, hogy teljesíti a feltételeiket (pl. nem végez média tanácsadási tevékenységet).

⁹⁷ Vj/59-134/2013. sz. irat 12. pont

209. Ugyanakkor fontosnak tartották hangsúlyozni, hogy ez a szolgáltatási modell csak egy a sok közül, melynek vannak ésszerű helyettesítői, ugyanis a fejlesztő kidolgozhat olyan rendszert, melyben a szoftver automatikusan, esetlegesen az ügyfél nem jelentős közreműködésével végzi az adatfeltöltést, így nem szükséges az, hogy a Nielsen az adatokat folyamatosan egy külső személy részére adja át. Végeredményben tehát egyetlen speciális üzleti/technikai modell szenvedhet legfeljebb korlátozásokat, azonban ez a versenyhelyzetet nem mérsékli, az alternatív modellek alkalmazhatók, az ügyfeleiket semmilyen kár nem éri összességében. Ezt az összefüggést jól példázza, hogy a piacon számtalan olyan szoftverfejlesztéssel találkoztak, mely nem igényelte az adatok külső személyek részére való továbbadását. Másfelől viszont, ha a versenyjogi beavatkozás kikényszerítené ennek a modellnek a korlátozás és feltételek nélküli végezhetőségét, az jóléti veszteséget okozna, mivel szellemi tulajdonuk megsértésének kockázata rendkívül magasra emelkedne, ami vagy áremeléshez vezetne, vagy – végső esetben – a meg nem térülő beruházások, költségek miatt a piac elhagyására kényszerítené őket, ami a fogyasztók számára a szolgáltatások választékát csökkentené.
210. A csomagkedvezmény nyújtásával kapcsolatban a Nielsen előadta, hogy a kedvezményrendszer évek óta változatlan, és a vizsgálat során realizálták, hogy a piaci folyamatok alakulása azzal a hatással járt, hogy az árak relatíve átalakultak az árazási rendszeren belül, az árazási rendszer változatlansága mellett. Rendkívüli koncentráció ment végbe a piacon, csatornák egy kézbe kerültek, így az adatbázis értéke felment, az Arianna értéke pedig relatíve csökkent. Alapvetően tehát történelmi okai vannak annak, hogy az árak így alakultak. Hozzátette ugyanakkor, hogy nem látja azt a helyzetet, hogy ez kizorításra alkalmas lenne. Álláspontja szerint a szoftverpiaci versenynek számos dimenziója lehet, bárki, bármikor beléphet a piacra. A piacra lépést inkább a fejlesztés, az új szolgáltatások nyújtása motiválja, nem az árazás.⁹⁸
211. Álláspontjuk szerint tehát a fentiek alapján a versenyjogi beavatkozás feltételei közül hiányzik a jogsértés valószínűsíthetősége.
212. Ezen túlmenően a beavatkozáshoz szükséges közérdek sem áll fenn abban az értelemben, hogy a működési modelljük általános sémája semmilyen versenyjogi aggályt nem vet fel, legfeljebb valamely konkrét ügyben valamelyik versenytárs érezhette sértve érdekeit a háromoldalú tárgyalások során támasztott, a fentiekben leírt feltételeik egyeztetése során előállt egyedi helyzetek, körülmények miatt (pl. ad Auditum). A versenyfelügyeleti eljárás azonban nem a kétoldalú, egyedi viták rendezésére szolgáló eszköz, erre nem is alkalmas, hiszen a bejelentő nem vesz részt az eljárásban, az álláspontok ütköztetésére nincs megfelelő eljárásjogi eszköz. Ezzel szemben a magánjogi jogérvényesítés lehetősége peres út formájában mindenki számára nyitva áll. Ilyen helyzetben a közérdek nem indokolja a hatósági eljárás megindítását, mivel egyfelől a hatósági eljárási modell nem alkalmas egyedi, nem az erőfölényes vállalkozás valamely általános magatartási sémájából következő jogviták rendezésére, másfelől viszont az egyéni jogvédelemre a polgári peres út biztosított.

⁹⁸ Vj/59-155/2013. sz. irat

VIII.

Az eljárás alá vont által tett kötelezettségvállalási nyilatkozat

213. Az eljárás alá vont 2015. június 26-i keltezéssel kötelezettségvállalási nyilatkozatot⁹⁹ nyújtott be a GVH-hoz, amely a korábban benyújtott vállalásokat – a GVH vizsgálóival lefolytatott egyeztetést követően – kiegészítette, illetve módosította. A Vj/59-155/2013. sz. irat szerinti véglegesnek szánt kötelezettség az alábbi vállalásokat tartalmazta:

A) Az árazást érintő vállalások

1. A Nielsen Közönségmérés Kft. (továbbiakban: Nielsen) vállalja, hogy ha egy vagy több adatbázisát az Arianna szoftverrel együtt, csomagban értékesíti, akkor nem nyújt árkedvezményt az adatbázisok árából az Arianna szoftverrel történő csomagban értékesítésre tekintettel.
2. A Nielsen vállalja, hogy az adatbázisokat a jövőben is értékesíti az Arianna szoftver nélkül is.
3. A Nielsen vállalja, hogy ha egy vagy több adatbázisát az Arianna szoftverrel együtt értékesíti, akkor mind az adatbázis, mind a szoftver tekintetében külön ár és külön árengedmény rendszer kerül alkalmazásra és feltüntetésre. Ha az ügyfél az adott csomagot Arianna szoftver nélkül kívánja megvásárolni, akkor az érintett csomag ára (automatikusan) csökken az Arianna szoftver eredeti ajánlatban feltüntetett árával.
4. A Nielsen vállalja, hogy az Arianna szoftver árát a vállalás teljesítését kötelezővé tevő GVH döntés közlésének időpontjában az azonos főbb jellemzőkkel rendelkező ügyfélkör tekintetében érvényesülő átlagos árszinthez képest csak akkor és annyiban módosítja, amennyiben azt a szoftver piaci értékének esetleges változása illetve a versenyképes árazás indokolja.
5. Az 1. és a 3-4. pontban meghatározott vállalást 2016. január 1.-től kezdődően kell alkalmazni, az ezen időpont utáni időszakra hatályos szerződésekkel kapcsolatos ajánlatokra.

A határozatlan idejű szerződések esetében a Nielsen vállalja, hogy 2016. január 30.-ig ajánlatot tesz a szerződés módosítására a jelen vállalásokkal való összhang megteremtése céljából.

Ha az ügyfél az ajánlatot nem fogadja el, a Nielsen nem köteles a szerződést ebből az okból felmondani.

Az olyan határozott idejű szerződések esetében, melyek rendelkeznek a határozott időtartam meghosszabbításának eljárásáról, a Nielsen ennek az eljárásnak a keretében köteles úgy eljárni, mint a határozatlan idejű szerződések esetében.

A 2. pont a vállalás teljesítését kötelezővé tevő GVH döntés közlésének napját követő napon lép hatályba.

6. Az 1-5. pontok szerinti vállalásokról a Nielsen a vállalás teljesítését kötelezővé tevő GVH döntés közlésének napját követő 30 napon belül közvetlenül és egyedileg értesíti az ügyfeleit.
7. A vállalások hatálya nem terjed ki a közbeszerzési eljárásokban tett ajánlatra, ha az a közbeszerzési eljárást megindító felhívásban meghatározott bármely előírással,

⁹⁹ Vj/59-230/2013. sz. irat

feltétellel összeütközésbe kerülve megakadályozhatná, hogy a Nielsen érvényes ajánlatot tegyen az adott közbeszerzési eljárásban; továbbá nem vonatkozik a vállalás a közbeszerzési eljárásban megengedett ajánlat módosításokra sem.

B) Az adatbázis külső szoftverfejlesztő részére való hozzáférhetővé tételével kapcsolatos vállalások

1. A Nielsen vállalja, hogy feltétel nélkül engedélyezi, hogy bármely adatbázisában foglalt adatokat az ezeket megvásárló ügyfele külső, harmadik személy (a továbbiakban: szoftverfejlesztő) által az ügyfél rendelkezésére bocsátott szoftverrel kezelje, feldolgozza, feltéve, hogy a szoftveres adatkezelés során az adatok az ügyfél birtokából nem kerülnek át a szoftverfejlesztő birtokába.

Az adatok abban az esetben kerülnek át a szoftverfejlesztő birtokába, ha a szoftverfejlesztő - az ügyfél közreműködésével és ellenőrzésével vagy anélkül - képes az adatokhoz való hozzáférésre, azok lemásolására illetve többszörözésére.

A Nielsen vállalja, hogy e megoldás esetében a szükséges technikai támogatást megadja ahhoz, hogy a szoftverfejlesztő szoftvere az adatbázisokat kezelni tudja. E támogatás azonban nem járhat a Nielsen védelem alatt álló szellemi tulajdonjogai sérelmével. A Nielsen a támogatást az ügyfél kérelmére és számára, a szolgáltatással arányos díj ellenében, külön írásbeli megállapodás alapján nyújtja. A támogatás a következőket foglalja magában:

- a Nielsen az adatbázisokat elemi (text) formátumban elérhetővé teszi az ügyfél számára;
 - az ügyfél számára adatletöltés biztosítása a Nielsen saját szoftverével, vagy az adatoknak az ügyfélhez tartozó e-mail címre történő küldésével;
 - a Nielsen az adatszerkezetről (az elemi adatokról a leírást) a szükséges dokumentációt az ügyfél kérése alapján rendelkezésére bocsátja a Nielsen által meghatározott tartalommal és formában, angol vagy magyar nyelven; a dokumentációt az ügyfél kizárólag az általa használt szoftver megfelelő beállítása érdekében átadhatja a szoftverfejlesztőnek;
 - Nielsen az ügyfél részére az adatbázis átalakításáról írásbeli tájékoztatást ad;
 - a Nielsen vállalja a szoftverfejlesztő számára legfeljebb 2 heti adatbázis átadását (tesztadat), amely adatokat a szoftverfejlesztő kizárólag az általa fejlesztett szoftver megfelelő beállítására csak az adott ügyfél javára/érdekében használhat fel;
 - adategyeztetés, adatellenőrzés.
2. A Nielsen vállalja, hogy engedélyezi azt, hogy az adatbázisában foglalt adatokat az ezeket megvásárló ügyfele olyan módszerrel kezelje, dolgozza fel szoftverfejlesztő által az ügyfél rendelkezésére bocsátott szoftverrel, melynek során az adatok az ügyfél birtokából átkerülnek a szoftverfejlesztő birtokába, illetve az ügyfél kérése alapján az adatokat közvetlenül a Nielsen adja át a szoftverfejlesztőnek. Ezt az engedélyt a Nielsen azonban csak akkor adja meg, ha az adatai jogosulatlan felhasználásának megakadályozását megfelelő eszközök biztosítják.

Megfelelő eszköznek az alábbiak minősülnek:

a) a szoftverfejlesztő

aa) kizárólag Nielsen ügyfelek részére nyújt szoftverszolgáltatást és

ab) nem végez olyan kapcsolódó tevékenységet, melynek keretében az adatokat más célra is hasznosítani tudná;

vagy

b) a szoftverfejlesztő hatékony műszaki intézkedéssel biztosítja, hogy az általa kezelt Nielsen adatokhoz csak az a Nielsen ügyfél férhessen hozzá, akár a szoftveren keresztül, akár egyéb módon, aki az ő számára az adatokat átadta, illetve akire tekintettel az adatokat a Nielsen az ő számára átadta;

vagy

c) a szoftverfejlesztő biztosítja, hogy folyamatosan vizsgálható legyen az ügyfélköre, illetve az ügyfeleivel kötött szerződéseinek tartalma azt ellenőrizendő, hogy nem nyújt-e olyan tartalmú szolgáltatást a szoftverfejlesztő, melynek keretében a Nielsen adatok átadásra kerülhetnek olyan ügyfél számára, illetve melynek keretében a Nielsen adatok felhasználásra kerülhetnek olyan ügyfélnek nyújtandó egyéb szolgáltatáshoz, aki nem vásárlója a Nielsen adatoknak.

3. A 2.aa) pont alkalmazásában Nielsen ügyfélnek az tekintendő, aki annak a Nielsen adatbázisnak a vásárlója, amelynek adatait a szoftver feldolgozza. Ha a szoftver Ariannával előállított adatot használ input adatként, akkor az is szükséges, hogy az ügyfél Arianna vásárló is legyen.

4. A 2.ab) pont szerinti tevékenységnek a következők minősülnek:

- televíziós tartalomszolgáltatás
- mősorkészítés
- internetes tartalomszolgáltatás
- televíziós tartalom disztribútori szolgáltatás
- hirdetésszervezés, hirdetésközvetítés, média vásárlás és kampányértékelés
- értékesítőház tevékenység
- média tanácsadás, konzultáció
- média auditor tevékenység
- média ügynökségi tevékenység
- marketing, kommunikáció, PR
- olyan egyéb tevékenység, melynek alapvető eleme a Nielsen adatbázisok, illetve adatok felhasználása

5. A 2.a) pont alkalmazásában szoftverfejlesztőn érteni kell a szoftverfejlesztő vállalkozáscsoportjába tartozó vállalkozásokat is, valamint azokat a vállalkozásokat, melyeknek a szoftverfejlesztő természetes személy tulajdonosának közeli hozzátartozója a tulajdonosa, továbbá azokat a vállalkozásokat, melyeknek a szoftverfejlesztő vezető tisztségviselője szintén vezető tisztségviselője vagy tulajdonosa.

6. Amennyiben a Nielsen ügyfele a 2. pontban meghatározott módon kíván szoftverfejlesztőt bevonni az adatok kezelésébe, és a 2.a) pontban leírt eszközt kívánja alkalmazni, a jogosulatlan adatfelhasználás megakadályozására a Nielsen vállalja, hogy engedélyezi az adatok szoftverfejlesztő részére való továbbítását, ha az alábbi feltételek teljesülnek:

a) az ügyfél vállalja, hogy a szoftverfejlesztővel olyan tartalmú szerződést köt, melyben

aa) a szoftverfejlesztő vállalja a 2.a) pontban meghatározott feltételek teljesítését,

ab) a szoftverfejlesztő vállalja, hogy az ügyfél számára negyedévente megküldi az általa kezelt bármely Nielsen adatbázisra épülő, azok felhasználásához kapcsolható termékeinek ügyféllistáját és az adott ügyfele részére nyújtott szolgáltatása megnevezését;

ac) az aa)-ab) pont szerinti vállalások megszegése esetére kötbért köt ki, melynek minimális összege az ügyfél részére szolgáltatott Nielsen adatbázisok éves nettó díjának 100%-a;

b) az ügyfél vállalja, hogy a szoftverfejlesztő által az ab) pont alapján megküldött ügyféllistát összeveti a Nielsen által rendelkezésére bocsátott Nielsen ügyféllistával, és ha az előbbiben olyan vállalkozás szerepel, mely a Nielsennek nem ügyfele, erről a Nielsent 5 napon belül értesíti, anélkül azonban, hogy a szoftverfejlesztő ügyfeleinek nevét feltárná a Nielsennek;

c) az ügyfél vállalja, hogy ha a szoftverfejlesztő által az ab) pont alapján megküldött listán szereplő szolgáltatás a 4. pont alá esik, erről 5 napon belül értesíti a Nielsent; ha ezt az ügyfél nem tudja megállapítani, e kérdésben nyilatkoztatja a szoftverfejlesztőt;

d) az ügyfél elfogadja, hogy a b) vagy c) pont szerinti értesítés esetén, továbbá akkor is, ha a Nielsen ilyen értesítésektől függetlenül tudomást szerez a 2.a) pont megszegéséről, a Nielsen jogosulttá válik a szoftverfejlesztő részére történő adattovábbítás azonnali beszüntetésére;

e) az előírt értesítések 15 napot meghaladó, ki nem mentett késedelme esetében ügyfél köteles kötbért fizetni, melynek összege az ügyfél részére szolgáltatott adatbázis árának legfeljebb 10%-a.

7. A 6. pont ab) es b-e) alpontjaiban írt feltételek mellőzendők, ha a szoftverfejlesztő a Nielsen írásbeli tájékoztatása mellett legalább három éve folyamatos szoftverszolgáltatást nyújt legalább 3 Nielsen ügyfél számára, és ez idő alatt a Nielsen egyetlen esetben sem kezdeményezett írásban egyeztetést jogosulatlan adatfelhasználás gyanúja miatt, sem a szoftverfejlesztővel sem az ügyféllel.

8. A Nielsen vállalja, hogy amennyiben az ügyfél és a szoftverfejlesztő ezt közösen indítványozza, a 6. pont szerinti feltételek értelemszerű alkalmazásával közvetlenül a szoftverfejlesztővel köt szerződést, feltéve, hogy a szoftverfejlesztő éves nettó árbevétele az előző két év mindegyikében elérte az ügyfél részére szolgáltatott Nielsen adatbázisok nettó éves díjának 100%-át.

9. Amennyiben a Nielsen ügyfele a 2. pontban meghatározott módon kíván szoftverfejlesztőt bevonni az adatok kezelésébe, és a 2.b) pontban leírt eszközt kívánják alkalmazni a jogosulatlan adatfelhasználás megakadályozására, a Nielsen a 2. pont szerinti engedélyét akkor adja meg, ha a 2.b) pont szerinti hatékony műszaki intézkedés megfelelőségében a három érintett fél írásban rögzítetten egyetért, és a szoftverfejlesztő vállalja ennek alkalmazását. A felek egyetértésének minősül, ha a felek által közösen kijelölt szakértő dönt a megfelelőségről és ezt írásban rögzíti. Ha a felek 90 napon belül nem jutnak egyetértésre a megfelelőség kérdésében, vagy nem jelölik ki a megfelelőségről dönteni jogosult szakértőt, akkor a választottbíráskodásról szóló 1994. évi LXXI. törvény szerinti eljárásban jelölik ki azokat a személyeket, akik

kiválasztják azt a szakértőt, aki dönt a megfelelőségről. A megfelelőségről döntő szakértő díjazásához a Nielsen nem köteles hozzájárulni, azonban az a szakértő kiválasztásával kapcsolatos eljárás költségeit a felek közösen viselik.

A megfelelő műszaki intézkedés alkalmazásáról a szoftverfejlesztő a Nielsent folyamatosan tájékoztatni köteles. Ha az alkalmazással felhagy, vagy a tájékoztatást elmulasztja, a Nielsen az engedélyt visszavonhatja. Ha bármelyik fél álláspontja szerint valamely körülmény változása miatt a műszaki intézkedés módosítása szükséges, az előző bekezdés megfelelő alkalmazásával kell eljárni.

10. Amennyiben a Nielsen ügyfele a 2. pontban meghatározott módon kíván szoftverfejlesztőt bevonni az adatok kezelésébe, és a 2.c) pontban leírt eszközt kívánják alkalmazni a jogosulatlan adatfelhasználás megakadályozására, a Nielsen a 2. pont szerinti engedélyét akkor adja meg, ha a szoftverfejlesztő vállalja a 2.c) pont teljesítését, és a 2.c) pont szerinti ellenőrzés elvégzésére a felek közösen kijelölnek egy független, megfelelő szakértelemmel rendelkező személyt, illetve meghatározzák az ellenőrzés eljárásrendjét. Ha a felek 90 napon belül nem jutnak egyetértésre a kijelölés vagy az eljárásrend kérdésében, akkor a választottbíráskodásról szóló 1994. évi LXXI. törvény szerinti eljárásban jelölik ki azokat a személyeket, akik kiválasztják az ellenőrzést végző személyt és meghatározzák az eljárásrendet. Az ellenőrzést végző személy díjazásához a Nielsen nem köteles hozzájárulni, azonban a kiválasztásával kapcsolatos eljárás költségeit a felek közösen viselik.

Ha a szoftverfejlesztő a 2.c) pont szerinti ellenőrzési lehetőséget nem biztosítja, vagy az ellenőrzéshez szükséges együttműködést nem tanúsítja, illetve ha az ellenőrzést végző személy a 2.c) pontban meghatározottakat állapítja meg, a Nielsen az engedélyt visszavonhatja.

11. A Nielsen vállalja, hogy az 1-10. pontok szerinti vállalások teljesítése során együttműködően, a jóhiszeműség és tisztesség követelményének [Ptk. 1:3. §) megfelelően jár el.
12. Az 1-11. pont szerinti vállalások szerint jár el a Nielsen a vállalás teljesítését kötelezővé tevő GVH döntés közlésétől kezdődően minden szerződéskötési folyamat során. A vállalás teljesítését kötelezővé tevő GVH döntés közlésének napján hatályos szerződések esetében is alkalmazásra kerülnek a vállalások, ha az ügyfél ezt kéri.
13. Az 1-12. pontok szerinti vállalásokról a Nielsen a vállalás teljesítését kötelezővé tevő GVH döntés közlésének napját követő 30 napon belül közvetlenül és egyedileg értesíti az ügyfeleit.

C) Definíciók

E kötelezettségvállalás alkalmazásában az alább felsorolt kifejezések alatt a következőket kell érteni.

Adatbázis: televíziós nézettségi adatbázis, műsorcím adatbázis, reklámfilm adatbázis.

Arianna szoftver: a Nielsen TV Audience Measurement S.A. által fejlesztett Arianna programcsomag vagy annak bármelyik modulja, továbbá az Arianna szoftver esetleges jövőbeni továbbfejlesztései, illetve más, funkcionálisan hasonló képességgel rendelkező kiegészítő vagy helyettesítő szoftverek.

Értékesítés, vásárlás, ár: valamelyik adatbázis, illetve az Arianna szoftver felhasználásának engedélyezése díj ellenében.

214. A Nielsen kijelentette, hogy kész a fentiekben részletezett vállalások teljesítésére és betartására, amennyiben azokat a GVH a Tpv. irányadó szabályai szerint jóváhagyja. Jelzi, hogy a javaslat előterjesztésével a Nielsen nem ismeri el sem erőfölényes helyzetét, sem az eljárás tárgyává tett magatartások jogsértő jellegét.
215. Értelmszerűen csak olyan kötelezettségvállalás fogadható el, amelynek betartása a Gazdasági Versenyhivatal által megfelelően ellenőrizhető. Az ellenőrizhetőség elengedhetetlen feltétele az előírt kötelezettség egyértelműsége, annak elkerülése érdekében, hogy utóbb annak értelmezése vitatottá váljon a Gazdasági Versenyhivatal és a kötelezett vállalkozás között.
216. Az eljáró versenytanács előzetes álláspontja szerint a vállalt és előírni tervezett kötelezettség betartásának ellenőrizhetősége nem felelt meg az előzőek szerinti feltételeknek. Ezért az eljáró versenytanács megfelelő határidő előírásával szükségesnek látta az eljárás alá vont arra irányuló kötelezettségvállalását olyan vállalások kiegészítésével, amely kellő mértékben megkönnyíti a kötelezettségek betartásának ellenőrzését.
217. Az eljárás alá vont az eljáró versenytanács előzetes álláspontjának megismerését követően kiegészítette¹⁰⁰ kötelezettségvállalását az alábbiak szerint.
218. Az **A) Az árazást érintő vállalások** az alábbi 5. ponttal egészülnek ki:
- „5. Az 1. és a 3-4. pontban meghatározott vállalatot 2016. január 1.-től kezdődően kell alkalmazni, az ezen időpont utáni időszakra hatályos szerződésekkel kapcsolatos ajánlatokra.
- A határozatlan idejű szerződések esetében a Nielsen vállalja, hogy 2016. január 30.-ig ajánlatot tesz a szerződés módosítására a jelen vállalásokkal való összhang megteremtése céljából.
- Ha az ügyfél az ajánlatot nem fogadja el, a Nielsen nem köteles a szerződést ebből az okból felmondani.
- Az olyan határozott idejű szerződések esetében, melyek rendelkeznek a határozott időtartam meghosszabbításának eljárásáról, a Nielsen ennek az eljárásnak a keretében köteles úgy eljárni, mint a határozatlan idejű szerződések esetében.
- A 2. pont a vállalat teljesítését kötelezővé tevő GVH döntés közlésének napját követő napon lép hatályba.”

¹⁰⁰ Vj/59-250/2013.

2018. március 31.-ig, a második, 2018-2019. évekről szóló beszámolót a Nielsen 2020. március 31.-ig küldi meg a Gazdasági Versenyhivatal számára.”

IX. Jogi háttér

221. A Tpvt. 1. §-a értelmében a törvény hatálya kiterjed a természetes és a jogi személynek, valamint a jogi személyiség nélküli gazdasági társaságnak - ideértve a külföldi székhelyű vállalkozás magyarországi fióktelepét is a VI. fejezetben szabályozott magatartások kivételével (a továbbiakban az előzőek együtt: vállalkozás) a Magyarország területén tanúsított piaci magatartására, kivéve, ha törvény eltérően rendelkezik.
222. A Tpvt. 1. §-ának (2) bekezdése alapján az EUMSZ. 102. cikkének alkalmazása során az e cikk hatálya alá tartozó piaci magatartásra is a Tpvt. eljárási rendelkezéseit kell alkalmazni akkor, ha a Szerződés 81. és 82. cikkében foglalt versenyszabályok végrehajtásáról szóló 2002. december 16-i 1/2003/EK tanácsi rendelet (a továbbiakban: 1/2003/EK tanácsi rendelet) alapján a Gazdasági Versenyhivatal eljárásának van helye.
223. Az ismertetett tényállás értékelésére a Tpvt. 21. §-a szerint kerül sor. Tekintettel arra, hogy az eljárás 2013. július 15-én indult, a hivatkozott jogszabályok ekkor hatályos szövege alapján értékelendő a magatartás.
224. Az EUMSZ. 101. és 102. cikkében meghatározott versenyszabályok végrehajtásáról szóló 1/2003/EK rendelet 3. cikkének (1) bekezdése kimondja, hogy amikor a tagállamok versenyhatóságai az EUMSZ. 102. cikke által tiltott visszaélésre nemzeti versenyjogot alkalmaznak, akkor az ilyen megállapodásokra, döntésekre vagy összehangolt magatartásokra az EUMSZ. 102. cikkét ugyancsak alkalmazniuk kell.
225. Az EUMSZ 102. cikke szerint a belső piaccal összeegyeztethetetlen és tilos egy vagy több vállalkozásnak a belső piacon vagy annak jelentős részén meglévő erőfölényével való visszaélése, amennyiben ez hatással lehet a tagállamok közötti kereskedelemre. Ilyen visszaélésnek minősül különösen:
- a) tisztességtelen beszerzési vagy eladási árak, illetve egyéb tisztességtelen üzleti feltételek közvetlen vagy közvetett kikötése;
 - b) a termelés, az értékesítés vagy a műszaki fejlesztés korlátozása a fogyasztók kárára;
 - [...]
 - d) a szerződések megkötésének függővé tétele olyan kiegészítő kötelezettségeknek a másik fél részéről történő vállalásától, amelyek sem természetüknél fogva, sem a kereskedelmi szokások szerint nem tartoznak a szerződés tárgyához.
226. Annak eldöntésére, hogy az adott megállapodás vagy összehangolt magatartás alkalmas-e arra, hogy érintse a tagállamok közötti kereskedelmet, az Európai Bizottság „Iránymutatás a kereskedelemre gyakorolt hatásnak a Szerződés 101. és 102. cikke szerinti fogalmáról” c. közleménye (a továbbiakban: TKKÉ közlemény)¹⁰¹ szolgál eligazításul.

¹⁰¹ Az Európai Bizottság Közleménye – Iránymutatás a kereskedelemre gyakorolt hatásnak a Szerződés 81. és 82. cikke szerinti fogalmáról (2004/C 101/07) [HL C101., 2004.4.27. 81. o.].

227. A TKKÉ közlemény szerint a kereskedelemre gyakorolt hatás kritériuma egy olyan önálló, közösségi jogi kritérium, amelyet minden esetben egyedileg kell értékelni. A tagállamok közötti kereskedelem érintettségének fennállása joghatóság elhatároló kritérium, amely meghatározza a közösségi versenyjog alkalmazásának hatókörét. A TKKÉ közlemény 13. pontja szerint a kereskedelemre gyakorolt hatás kritériuma az EUMSZ. 101. és 102. cikke alkalmazásának hatókörét azokra a megállapodásokra és magatartásokra korlátozza, amelyek alkalmasak arra, hogy az Unión belül legalább minimális szinten, határokon átnyúló hatást gyakoroljanak. Az Európai Bíróság joggyakorlata szerint a megállapodás vagy magatartás arra való alkalmasságának, hogy a tagállamok közötti kereskedelemre hatást gyakoroljon, „érzékelhetőnek” kell lennie.¹⁰²
228. A 101. és 102. cikk megfogalmazásából, valamint az állandó ítélkezési gyakorlatából következik, hogy a kereskedelemre gyakorolt hatás kritériumának alkalmazásakor különösen három kitélt kell megvizsgálni:
- a tagállamok közötti kereskedelem,
 - a hatás meglétének lehetősége, és
 - az érzékelhetőség.
229. Az 1/2003/EK rendelet 5. cikke szerint a tagállamok versenyhatóságai egyedi ügyekben alkalmazhatják az EUMSZ. 101. és 102. cikkét. E célból saját kezdeményezésükre vagy panasz alapján a következő határozatokat hozhatják:
- előírhatják a jogsértő magatartás befejezését,
 - ideiglenes intézkedéseket rendelhetnek el,
 - kötelezettségvállalásokat fogadhatnak el,
 - pénzbírságot, kényszerítő bírságot vagy a nemzeti joguk által biztosított egyéb szankciót szabhatnak ki.
 - amennyiben a birtokukban lévő információk alapján a tilalom feltételei nem teljesülnek, olyan határozatot is hozhatnak, hogy részükről semmilyen intézkedés nem indokolt.
230. Az eljáró versenytanács a versenyfelügyeleti eljárás érdemét érintően a következő döntéseket hozhatja:
- A Tpv. 77. § (1) bekezdése értelmében az eljáró versenytanács
 - d) megállapíthatja a magatartás törvénybe ütközését,
 - e) elrendelheti a törvénybe ütköző állapot megszüntetését,
 - f) megtilthatja a törvény rendelkezéseibe ütköző magatartás további folytatását,
 - g) a törvénybe ütközés megállapítása esetén kötelezettséget írhat elő, így különösen az ügylet jellegének megfelelő üzleti kapcsolat létrehozásától vagy további fenntartásától való indokolatlan elzárkózás esetén [21. § c) pont] szerződéskötésre kötelezhet,
 - i) megállapíthatja, hogy a magatartás nem ütközik a törvénybe.
231. Az eljáró versenytanács a Tpv. 78. §-a alapján bírságot szabhat ki azzal szemben, aki e törvény rendelkezéseit megsérti. A Tpv. 78. § (1) bekezdése alapján a bírság összege legfeljebb a vállalkozás, illetve annak – a határozatban azonosított – vállalkozás-csoportnak a jogsértést megállapító határozat meghozatalát megelőző üzleti évben elért nettó árbevételének tíz százaléka lehet, amelynek a bírsággal sújtott vállalkozás a tagja. A Tpv. 78. § (3) bekezdése alapján a bírság összegét az eset összes körülményeire – így különösen a jogsérelem súlyára, a jogsértő állapot időtartamára, a jogsértéssel elért

¹⁰² 22/71. sz. Béguelin-ügy (EBHT 1971., 949. o., 16. pont.)

előnyre, a jogsértő felek piaci helyzetére, a magatartás felróhatóságára, az eljárást segítő együttműködő magatartására, a törvénybe ütköző magatartás ismételt tanúsítására – tekintettel kell meghatározni. A jogsérelem súlyát különösen a gazdasági verseny veszélyeztetettségének foka, a fogyasztók, üzletfelek érdekei sérelmének köre, kiterjedtsége alapozhatja meg.

X. Jogi értékelés

X.1. A tagállamok közötti kereskedelem érintettsége

A tagállamok közötti kereskedelem

232. A „tagállamok közötti kereskedelem” fogalmába beletartozik minden határokon átnyúló gazdasági tevékenység, azaz nem korlátozódik a határokon átnyúló hagyományos áru- és szolgáltatáscserére. Szélesebben értelmezett fogalom, amely valamennyi határokon átnyúló gazdasági tevékenységre kiterjed, a letelepedést is beleértve.¹⁰³
233. A tagállamok közötti kereskedelem fogalma olyan eseteket is magában foglal, amelyekben a megállapodás vagy magatartás a piaci verseny szerkezetére gyakorol hatást.¹⁰⁴ Az a megállapodás és magatartás, amely az Európai Unióban (a továbbiakban: EU) működő versenytárs kikapcsolásával vagy az ezzel való fenyegetéssel gyakorol hatást az EU-n belül folyó verseny szerkezetére, az uniós versenyszabályok hatálya alá tartozhat.¹⁰⁵ Ha egy vállalkozást kikapcsolnak, vagy ennek veszélye fenyegeti, az befolyásolja az EU-n belüli verseny szerkezetét és azokat a gazdasági tevékenységeket is, amelyekkel a vállalkozás foglalkozik.
234. Jelen esetben a Nielsen olyan feltételek vállalásától tette függővé az együttműködés kialakítását az ad Auditummal, egy piacra lépni szándékozó vállalkozással, amelyeket addig saját nyilatkozata szerint sem alkalmazott senkivel szemben. Amikor pedig az ad Auditum vállalta ezen feltételek teljesítését, akkor a Nielsen időhúzással, a bizonytalanság fenntartásával, valamint az ad Auditum ügyfele részére kiegészítő, kedvezőbb ajánlat nyújtásával elérte, hogy az a szerződéskötési szándékától elálljon, és helyette a Nielsennel kössön szerződést. A Nielsen ezzel a magatartásával egy versenyképes termékkel jelentkező új piaci szereplőt kapcsolt ki, zárt ki egy olyan piacról, amelyen a magyar vállalkozások mellett más tagállamban honos vállalkozások is jelen vannak (pl. a dániai székhelyű TechEdge), ezzel befolyásolta a tagállamok közötti kereskedelem szerkezetét.

Hatással lehet

235. A „hatással lehet” kifejezés arra utal, hogy jogi vagy ténybeli objektív tényezők egy csoportja alapján kellő mértékű valószínűséggel előre láthatónak kell lennie annak, hogy egy megállapodás, illetve magatartás közvetlen vagy közvetett, tényleges vagy potenciális hatást gyakorolhat a tagállamok közötti kereskedelem szerkezetére.

¹⁰³ Lásd a 172/80. sz. Züchner-ügyben 1981. július 14-én hozott ítélet (EBHT 1981., 2021. o.) 18. pontját.

¹⁰⁴ Lásd a 172/80. sz. Züchner-ügyet [EBHT 1981., 2021. o., 18. pont]. Lásd továbbá a C-309/99. sz. Wouters-ügyet [EBHT 2002., I-1577. o., 95. pont], a C-475/99. sz. Ambulanz Glöckner ügyet [EBHT 2001., I-8089. o., 49. pont], a C-215/96. és 216/96. sz. Bagnasco egyesített ügyeket [EBHT 1999., I-135. o., 51. pont], a C-55/96. sz. Job Centre ügyet [EBHT 1997., I-7119. o., 37. pont], valamint a C-41/90. sz. Höfner and Elser ügyet [EBHT 1991., I-1979. o., 33. pont].

¹⁰⁵ Lásd pl. a T-24/93. sz. és egyéb, Compagnie maritime belge egyesített ügyeket [EBHT 1996., II-1201. o., 203. pont], valamint a lábjegyzetben hivatkozott Commercial Solvents ügyben hozott ítélet 23. pontját.

236. Az uniós jog alkalmazható, ha a tagállamok közötti kereskedelem a megállapodás vagy magatartás hatására másként alakul, mint ahogyan a megállapodás vagy magatartás nélkül valószínűleg alakult volna.¹⁰⁶ A TKKÉ közlemény 94. pontja szerint az a versenykorlátozó visszaélés, amely – például a versenytárs kiiktatása vagy az ezzel való fenyegetés révén – hatással van valamely tagállamon belül a piacnak a versenyben kialakuló szerkezetére, ugyancsak alkalmas lehet arra, hogy a tagállamok közötti kereskedelemre hatást gyakoroljon. A kereskedelemre gyakorolt hatás keletkezhet a visszaélés más versenytársakra gyakorolt elriasztó hatásának a következményeként is. Amennyiben az erőfölénnyel rendelkező vállalkozásról ismételt magatartása nyomán közismertté válik, hogy kizáró magatartást tanúsít azon versenytársaival szemben, amelyek megpróbálnak vele közvetlenül versenyezni, a más tagállambeli versenytársak valószínűleg kevésbé agresszíven fognak a versenyben fellépni. Ez hatással lehet a kereskedelemre, még akkor is, ha az adott esetben az áldozat nem másik tagállambeli.

Érzékelhetőség

237. Amint azt a TKKÉ közleménye kifejti, „a kereskedelemre gyakorolt hatás kritériuma a 101. és a 102. cikk alkalmazásának hatókörét azokra a megállapodásokra és magatartásokra korlátozza, amelyek alkalmasak arra, hogy a Közösségen belül legalább minimális szinten határokon átnyúló hatást gyakoroljanak. A Bíróság megfogalmazása szerint a megállapodás vagy magatartás arra való alkalmasságának, hogy a tagállamok közötti kereskedelemre hatást gyakoroljon, „érzékelhetőnek” kell lennie.”¹⁰⁷

238. A tagállamok közötti kereskedelem érintettsége akkor állapítható meg, ha a tagállamok közötti kereskedelemre gyakorolt hatás érzékelhető mértékű. Az érzékelhetőség különösen az érintett vállalkozásnak a kérdéses termékek piacán meglévő pozícióját és súlyát vizsgálva mérhető fel.¹⁰⁸ Minél erősebb az érintett vállalkozások piaci pozíciója, annál nagyobb a valószínűsége annak, hogy egy, a tagállamok közötti kereskedelemre hatni képes megállapodásról vagy magatartásról megállapítható, hogy érzékelhető hatást gyakorol.¹⁰⁹

239. Jelen ügyben a Nielsen erőfölényben van a nézettségi adatbázis piacán, ezért a kapcsolódó nézettségelemzési szoftver piacon egy potenciális versenytárs kizárására irányuló magatartása alkalmas arra, hogy érzékelhető mértékű hatást gyakoroljon a tagállamok közötti kereskedelemre.

240. Mindezek alapján a szóban forgó magatartás annak jellegéből és a piac fentebb részletezett jellemzőiből fakadóan érzékelhető mértékben érintheti a tagállamok közötti kereskedelmet, így az eljárás alá vont vállalkozások magatartására az EUMSZ. 101. cikkét – a Tpv. 11. §-a mellett – is alkalmazni szükséges.

241. Az uniós jogalap tekintetében a GVH hatásköre az 1/2003/EK rendelet 5. és 35. cikkén alapul, és a 11. cikk értelmében nem hozhat az uniós joggal ellentétes döntést, vagyis e tekintetben az uniós joggyakorlat kötőerővel bír.

A Tpv. és az EUMSZ. párhuzamos alkalmazásának szükségessége

¹⁰⁶ E tekintetben lásd a 71/74. sz. Frubo-ügyet [EBHT 1975., 563. o., 38. pont], a 209/78. sz. és egyéb, Van Landewyck egyesített ügyeket [EBHT 1980., 3125. o., 172. pont], a T-61/89. sz. Dansk Pelsdyravler Forening ügyet [EBHT 1992., II-1931. o., 143. pont], valamint a T-65/89. sz. BPB Industries and British Gypsum ügyet [EBHT 1993., II-389. o., 135. pont].

¹⁰⁷ TKKÉ közlemény 13. pont., 22/71. sz. Béguelin-ügy [EBHT 1971., 949. o., 16. pont].

¹⁰⁸ Lásd pl. a C-306/96. sz. Javico-ügyet [EBHT 1998., I-1983. o., 17. pont], valamint a T-65/89. sz. BPB Industries and British Gypsum ügyet [EBHT 1993., II-389. o., 138. pont].

¹⁰⁹ Lásd a T-65/89. sz. BPB Industries and British Gypsum ügyet [EBHT 1993., II-389. o., 138. pont].

242. Tekintettel a Tpv. 21. §-ának és az EUMSZ. 102. cikkének nagyfokú szövegezésbeli hasonlóságára és a fogalmak azonos értelmezésére, nem szükséges a magatartások mindkét rendelkezés szerinti értékelését külön-külön elvégezni, mivel azok azonos eredményre vezetnek. Ennek megfelelően a következőkben egységesen kezeli az eljáró versenytanács e két jogszabályt, csak szükség esetén nevesítve azokat.

X.2. Az érintett piacok meghatározása

X.2.1. Az érintett termékpiacok

Nézettségi, műsorcím és reklámfilm adatbázisok

243. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint lehetséges érintett termékpiacként határozható meg a televíziós nézettségi, műsorcím és reklámfilm adatbázisok létrehozását és értékesítését tartalmazó szolgáltatások piaca.

244. A fenti adatbázis-szolgáltatások egységes érintett piacra sorolását az indokolja, hogy az adatbázisokat a piaci szereplők jellemzően egy forrásból (Nielsen) szerzik be, és azokat egymással összekapcsolva használják, mivel azok külön-külön korlátozottan hasznosíthatók. Az adatbázisok más adatbázisokkal való összekapcsolása a piacon nem elfogadott, ezért csak házon belüli felhasználásra ad lehetőséget. A reklámpiaci jelenléthez, a reklámügynökségekkel való elszámoláshoz mind a két típusú Nielsen adatbázis előfizetése szükséges. Az eljárás során szerzett szerződések alapján megállapítható, hogy a Nielsen valamennyi ügyfele (közvetlenül vagy értékesítőházon keresztül) előfizet a nézettségi, illetve a műsorcím és reklámfilm adatbázisra is. A szerződésekben csak abban az esetben szerepel az egyik adatbázis önállóan, ha az ügyfél más csatornán (pl. értékesítőház) jut a másik adatbázishoz.

245. Tekintettel arra, hogy az egyes adatbázisok korlátozott felhasználási célra, de külön-külön is megvásárolhatók, illetve alternatív forrásból is beszerezhetők, nem zárható ki az egy egyes adatbázisokat magában foglaló szűkebb elkülönült érintett termékpiacok meghatározása sem. A kérdés nem befolyásolja azonban erőfölény létét, mivel az a szélesebben értelmezett piacon is megállapítható, ezért az érintett piac szűkebb meghatározásának kérdését nem szükséges jelen eljárásban eldönteni, az nyitva hagyható.

TV nézettségi adatokat elemző szoftverek

246. A nézettségi, műsorcím és reklámfilm adatbázisok piacához kapcsolódó érintett termékpiacként határozható meg a nézettségi (és esemény) adatokat elemző szoftverek piaca beleértve az adatbázis-szolgáltatásokat kiegészítő szoftver szolgáltatásokat is.

247. A feltárt tényállás alapján a TV nézettségi adatokat elemző szoftverek több tekintetben eltérőek, így egymás teljes értékű kiváltására nem alkalmasak. Részben ebből, részben pedig az eltérő ügyféligényekből adódik, hogy egyes ügyfelek több szoftverre is előfizetnek, és különböző elemzési feladatokra különböző szoftvereket használnak. Az ilyen jellegű párhuzamos használat igen gyakori a piac két legelterjedtebb szoftvere, az Arianna és az AdEdge esetében is, annak ellenére, hogy a piaci szereplők és az eljárás alá vont nyilatkozatai szerint is ez a két szoftver képes leginkább egymás kiváltására, mivel az elérhető elemzések köre nagyrészt azonos.

248. Hasonló okokból az érintett piacra lenne sorolható az MCS is, mely szintén kifejezetten televíziós nézettségi adatok elemzésére lett kifejlesztve. Az MCS az Arianna, valamint az AdEdge funkcionalitását azonban csak részben, elsősorban a programming célok esetében képes kiváltani, ugyanakkor bizonyos elemzési feladatokra, különösen az egyszerűbb, rendszeres lekérdezésekre, illetve az elemzési eredmények online elérésére,

bemutatására alkalmasabb, mint a rivális szoftverek. Ugyan egyes ügyfelek (Origo) számára jelen formájában is képes az Arianna kiváltására, és a Nielsen is versenytársként tekint az MCS szoftverre, az eljáró versenytanács szerint azonban jelenleg még erre nem képes. Az MCS a korábban bemutatottak szerint jelentős fejlődésen ment keresztül az elmúlt években az ügyféligények kiszolgálása érdekében, így az Ariannát illetve az AdEdge-et helyettesítő képessége is tovább erősödhetett, amennyiben ezt a fejlesztési irányt választják.

249. Erre való tekintettel az ad Auditum MCS nevű szoftvere az Arianna és az AdEdge szoftverek aktuális vagy potenciális versenytársának lenne tekinthető attól függően, hogy milyen időtávon képzelhető el a szoftver további funkciókkal való kibővítése. Az MCS részben eltérő funkcionalitása alapján azonban jelenleg nem helyettesítője az Ariannának és az AdEdge-nek, illetve, hogy nem sorolható velük egy érintett termékpiacra.
250. Értelmszerűen nem tartoznak az érintett piacra a saját fejlesztésű, és kizárólag házon belül használt elemző szoftverek, mivel kereskedelmi forgalomban nem kaphatók, tehát a piacon nem jelennek meg. Ugyanígy nem tartoznak az érintett piacra az általános statisztikai elemző szoftverek sem, mivel funkcióik, elemzői képességeik jelentősen eltérnek a speciálisan a televíziós nézettségi adatok elemzésére használt szoftverkétől.

X.2.2. Az érintett földrajzi piacok

251. Tekintettel arra, hogy az eljárás alá vont működési területe Magyarország, és a vizsgált magatartás országosan egységesen érvényesült, a fentiek szerint meghatározott érintett termékpiacok mindegyike esetében az érintett földrajzi piac Magyarország területe.

X.3. Gazdasági erőfölény

252. A közösségi jogban az erőfölény egy vállalkozás által betöltött olyan gazdasági erőpozíció, amelynek révén a vállalkozás megakadályozhatja a hatékony verseny fenntartását az érintett piacon azzal, hogy lehetővé teszi számára, hogy versenytársaitól, vevőitől, és végső soron a fogyasztóktól nagymértékben függetlenül viselkedjék. Ez a függetlenség összefügg a szóban forgó vállalkozásra nehezedő versenykényszer mértékével. Az erőfölény következtében a versenykényszer nem elég hatékony, és ezért a szóban forgó társaság egy adott időszakban jelentős piaci erővel rendelkezik. Ez azt jelenti, hogy a vállalkozás döntéseit túlnyomórészt nem befolyásolják a versenytársak, a vevők és végső soron a fogyasztók lépései és ellenlépései.
253. A jelen eljárásban meghatározott érintett piacok közül a nézettségi, műsorcím és reklámfilm adatbázis szolgáltatások egyedül a Nielsen nyújt műszeres nézettségmérési (TAM) szolgáltatást, ami megfelel azon nemzetközi gyakorlatnak, hogy a műszeres televíziós közönségmérési rendszereknek országonként jellemzően egyetlen szolgáltatója működik. A nézettségi adat ugyan (elsősorban belső használatra) hozzárendelhető több forrásból származó műsorcím és reklámfilm adatbázishoz, azonban vállalkozások közötti elszámolásra (pl. reklámidő értékesítés esetén) kizárólag a Nielsen által nyújtott műsorcím és reklámfilm adatbázishoz való hozzárendelés az elfogadott a piacon.
254. A Nielsen monopolhelyzetének oka a fentiek szerint egyrészt az adatbázis-előállítás költségszerkezetéből adódó méretgazdaságosság, másrészt a közös elszámoló egység funkció, melyek egyenként és összességükben is jelentős belépési korlátként azonosíthatók.

255. Ezen körülményekre tekintettel megállapítható, hogy a Nielsen gazdasági erőfölénnyel rendelkezik a nézettségi, műsorcím és reklámfilm adatbázisok értékesítésének Magyarországi piacán.
256. A TV nézettségi adatokat elemző szoftverek érintett piacán a piac két legelterjedtebb szoftvere, az Arianna és az AdEdge egymás kiváltására alkalmas, a piaci részesedések is arra utalnak, hogy az AdEdge kellő versenynyomás kifejtésére képes a piacon. Erre tekintettel a Nielsen gazdasági erőfölénye nem állapítható meg ezen a piacon.

X.4. Gazdasági erőfölénnyel való visszaélés

X.4.1. Kiszorító árazás (csomagkedvezmény) alkalmazása

257. A vizsgálat által feltárt tények alapján a Nielsen olyan módon alakította ki az általa értékesített adatbázisok, illetve szoftverek árazását, melynek kizáró hatása lehet. A Nielsen ugyanis olyan kedvezményrendszert alkalmaz, melynek része az adatbázis árából a szoftver-előfizetők részére adott kedvezmény is (ún. Arianna kedvezmény). Az ilyen jellegű csomagkedvezmények a kedvezmény mértékének, feltételeinek, és a piac egyéb sajátosságainak függvényében kiszorító hatásúak lehetnek, különösen akkor, ha egy monopoltermék árából jár kedvezmény egy versenyzői piacon nyújtott kiegészítő szolgáltatás igénybevétele esetén. Ebben az esetben ugyanis előfordulhat, hogy a kiegészítő szolgáltatást nyújtó versenytársak még akkor sem tudnak a monopolszereplő csomagajánlatával versenyezni, ha egyébként hatékonyabban működnek, és a fogyasztói igényeket jobban kielégítő szolgáltatást nyújtanak.
258. Az Európai Bizottság közleménye¹¹⁰ szerint az árukapcsolás és a csomagban történő eladás bevett gyakorlat, amelynek célja, hogy jobb termékeket, illetve ajánlatokat juttasson el a vevőkhöz költséghatékonyabb módon. Ha azonban egy vállalkozás egy vagy több kapcsoló vagy csomagban értékesített termék piacán erőfölénnyel rendelkezik, az árukapcsolással, illetve a csomagban történő értékesítéssel kárt okozhat a fogyasztóknak, mivel lezárja a piacot a kapcsoló vagy csomagban értékesített termékek részét képező egyéb termékek előtt.
259. A bizottsági iránymutatás szerint vizsgálandó továbbá, hogy az erőfölényben lévő vállalkozás versenytársai értékesítenek-e azonos csomagokat, vagy erre kellő időben képesek lennének-e anélkül, hogy az esetleges többletköltségek visszatartanák őket az ügylettől, illetve értékelendő az erőfölényben lévő vállalkozás azon érvelése, miszerint a csomagban történő eladás olyan megtakarításokkal járhat a termelés vagy az értékesítés területén, amely a vevők javát szolgálja (pl. csökkenő tranzakciós, csomagolási és forgalmazási költségek).
260. Az árukapcsolás úgyszintén tilalmazott (közvetett) formája, amikor az erőfölényes vállalkozás olyan ösztönzőket épít árazási rendszerébe, hogy a vevő számára csupán a csomagban értékesített jóságok megvásárlása jelent gazdaságilag kivihető alternatívát, mert az ösztönzők *„olyan erőteljesek, hogy az ésszerű vásárló nem döntene úgy, hogy*

¹¹⁰ A Bizottság közleménye – Iránymutatás az EK-Szerződés 82. cikkének az erőfölényben lévő vállalkozások versenykorlátozó visszaélő magatartására történő alkalmazásával kapcsolatos bizottsági jogérvényesítési prioritásokról (EGT-vonatkozású szöveg) (2009/C 45/02) Hivatalos Lap 2009. 2. 24. (a továbbiakban: bizottsági iránymutatás) „Árukapcsolás és csomagban történő eladás” c. fejezete. E körben hivatkozható, továbbá az Elsőfokú Bíróság döntése a Microsoft Corp. kontra az Európai Közösségek Bizottsága ügyben (T-201/04.).

*külön veszi meg a termékeket*¹¹¹ Az ilyen magatartás jogellenességét az Európai Bizottság is rögzítette.¹¹²

261. A Nielsen által alkalmazott kedvezményrendszer tekintetében megállapítható, hogy annak eredményeként az Arianna szoftverre való előfizetés esetén felmerülő árnövekmény a több TV csatornával rendelkező ügyfeleinek többsége esetében negatív volt, a többi esetében pedig olyan alacsony pozitív összeget jelentett, amely az Arianna végső árának töredékét tette ki.
262. A piaci szereplők nyilatkozatai alapján a Nielsen árazása nem volt transzparens, amit alátámaszt a Nielsen azon nyilatkozata is, miszerint a standard kedvezményeken (pl. új csatorna, többéves megállapodás, Arianna-kedvezmény) felül egyedi kedvezményeket is tartalmaznak egyes szerződések. A szerződések és szerződéskötést előkészítő levelezések alapján az állapítható meg, hogy a Nielsen olyan módon határozta meg az adatbázisok és az Arianna árát, valamint a kapcsolódó kedvezmények mértékét, hogy az Ariannára való előfizetés ne járjon plusz költséggel az adatbázisokra előfizető ügyfelek számára, illetve amennyiben mégis, a költség elhanyagolható legyen a szerződés teljes összegéhez képest, és az Arianna árának töredéke legyen.
263. Az árnövekmény a vizsgált időszak alatt a nagyobb csatornaportfólióval rendelkező ügyfél esetében, illetve összességében is negatív volt, amely a fentiek szerint úgy értelmezendő, hogy a Nielsen ingyenesen vagy jelképes összegért értékesítette elemző szoftverét. Az Arianna eladása kapcsán így számottevő valódi árbevétel nem mutatható ki, ezért az nyilvánvalóan nem haladhatja meg az Arianna fejlesztésének és értékesítésének hosszú távú átlagos határköltségét. A költségek alatti árnövekmény pedig a bizottsági iránymutatás szerint arra utal, hogy az árengedmény olyan nagy, hogy a hasonlóan hatékony versenytársak, akik csak a csomag egyes elemeit kínálják, nem tudnak versenyezni a kedvezményes csomaggal.
264. Megállapítható, hogy az erőfölényben lévő vállalkozás versenytársai nem értékesítenek azonos vagy hasonló csomagokat, és nem is képesek erre kellő időben, mivel az adatbázis-szolgáltatásokat, különösen az alapvető jelentőséggel bíró nézettségi adatbázis-szolgáltatást nem nyújtja más vállalkozás, és az erőfölény megállapítása során bemutatottak alapján a piacra lépés korlátai is igen magasak.

X.4.2. Külső szoftverrel történő adatkezelés korlátozása

265. A szállítás megtagadása a Tpv. 21. § c) pontjába és az EUMSZ. 102. cikkének generálklauzulájába ütköző jogsértés. A bizottsági iránymutatás 76. pontja szerint a versennyel kapcsolatos problémák tipikusan akkor merülnek fel, ha *az erőfölényben lévő vállalkozás a termelési vagy forgalmazási láncban lejjebb lévő piacon azzal a vevővel versenyez, amelytől megtagadja a szállítást*. A termelési vagy forgalmazási láncban lejjebb lévő piac kifejezés arra a piacra vonatkozik, amelyre vonatkozóan a visszautasított alapanyagra szükség van egy termék gyártásához vagy szolgáltatás nyújtásához.
266. A bizottsági iránymutatás 78-79. pontja szerint a szállítás megtagadásának fogalma gyakorlatok széles skáláját foglalja magában, mint például a meglévő vagy új vevők számára történő szállítás megtagadása, szellemi tulajdonjogokkal kapcsolatos használati

¹¹¹ Faull and Nikpay (eds.), *The EC Law of Competition* (2nd edn, Oxford University Press, 2007), 4.250.

¹¹² Lásd például a *Coca Cola Italia Undertaking* (a Bizottság XIX. versenypolitikai jelentése, 1989, 50. bek.) és *Coca-Cola Undertaking* ([2005] OJ L253/21) kötelezettségvállalással végződő ügyeket, melyekben a Coca Cola vállalta, hogy nem folytatja tovább azon gyakorlatát, hogy vevőinek árkedvezményt nyújtott, amennyiben a kólán kívül egyéb termékeiből is vásároltak.

jogok bejegyeztetésének megtagadása, vagy az alapvető létesítményekhez vagy hálózatokhoz való hozzáférés megtagadása. A visszautasított megrendelés tekintetében nem szükséges korábbi kereskedelmi kapcsolat fennállása: elegendő, ha a potenciális vevők részéről kereslet mutatkozik, és ha a szóban forgó alapanyag potenciális piaca meghatározható. Hasonlóképpen nem szükséges az erőfőlényben lévő vállalkozás részéről tényleges megtagadás, a „konstruktív megtagadás” elégséges. Konstruktív megtagadás jelentkezhethet például a termék szállításának indokolatlan késleltetése, vagy a termék szállításának más módon történő csökkentése, illetve ésszerűtlen ellentételezési feltételek bevezetése formájában.¹¹³

267. A feltárt tények alapján megállapítható, hogy a Nielsen szerzői jogaira hivatkozva olyan adatvédelmi kikötéseket tartalmazó szerződéses rendszert alakított ki, amelyek korlátozzák a Nielsen által előállított televíziós nézettségi adatok külső, független szoftverrel való elemzését. A Nielsen az ad Auditum Kft. MCS szoftverére való előfizetési szándékot jelző ügyfelei részére nem adott olyan egyértelmű, teljesíthető feltételrendszert, amelynek teljesítése esetén hajlandó lett volna a nézettségmérési adatokat az MCS szoftverfejlesztőjének átadni, hanem jobb ajánlat nyújtásával igyekezett ügyfeleit a saját adatelemző szoftvereinek használatára rábírní. Példaként megemlíthető az ad Auditum Kft. és az Origo közötti szerződés létrejöttének meghíúsulása. A Nielsen halogató, nehézségeket támasztó magatartása következtében az Origo elállt az ad Auditum Kft.-vel való szerződéskötéstől, és inkább a Nielsen módosított feltételekkel kínált szolgáltatását vette igénybe.
268. A Nielsen ilyen típusú magatartása „konstruktív megtagadásnak” minősül, amelyet az Európai Bizottság iránymutatásában, és a vonatkozó esetjogban fellelhető szempontok is megerősítenek. A Nielsen erőfőlényben van a TV nézettségmérési szolgáltatás piacán, és a forgalmazási láncban lejjebb lévő TV nézettségi adatokat elemző szoftverek piacán potenciális versenytársa lehet az ad Auditum Kft.
269. A Nielsen nézettségmérési adatbázisa kapcsán elmondható, hogy nincs olyan tényleges vagy potenciális helyettesítő termék vagy szolgáltatás, amelyre a TV nézettségi adatokat elemző szoftverek (downstream) piacán lévő versenytársak – legalább hosszú távon – támaszkodhatnának a szállítás megtagadásából adódó negatív következmények kivédése érdekében. Nem várható, hogy bárki belátható időn belül képes lenne hatékonyan helyettesíteni a Nielsen nézettségmérési adatbázisát, hiszen a mai, 1040 háztartást tartalmazó panel kiépítése a Nielsennek is tizenöt évébe került. Továbbá a magyar médiapiac méretére tekintettel nem valószínű, hogy a piac képes lenne eltartani még egy adatbázist, továbbá a magyar piacon a Nielsen által gyűjtött adatok váltak elfogadottan (mintegy iparági sztenderdként) az elemzések alapjává. Mindezekre tekintettel megállapítható, hogy a Nielsen nézettségmérési adatbázisa objektíven szükségesnek és nélkülözhetetlennek minősül a TV nézettségi adatokat elemző szoftverek piacán történő hatékony verseny folytatásához.
270. A Nielsen az elemi nézettségi adatok átadásának „konstruktív megtagadásával” egy innovatív, potenciális versenytárs kizárására tett kísérletet, amelynek szoftvere iránt egyértelműen kereslet mutatkozott. A Nielsen magatartása a TechEdge és bármely

¹¹³ A szállítás megtagadásával és a nélkülözhetetlen eszközök tanával kapcsolatos joggyakorlatról lásd az Oscar Bronner kontra Mediaprint Zeitungs- und Zeitschriftenverlag, Mediaprint Zeitungsvertriebsgesellschaft és Mediaprint Anzeigengesellschaft ügy (EBHT 1998., I-7791. o.) és a C-418/01. sz., IMS Health kontra NDC Health ügy (EBHT 2004., I-5039. o.). A szellemi termékek mint nélkülözhetetlen eszközökkel kapcsolatban lásd pl. C-241/91. P. sz. és C-242/91. sz., Radio Telefis Eireann (RTE) és Independent Television Publications (ITP) kontra Bizottság (Magill) egyesített ügyek (EBHT 1995., I-743. o.) ügyet.

potenciális versenytárs számára azt az üzenetet közvetíti, hogy a piac védett, ezért a piacon lévők kevésbé lesznek ösztönzöttek a technikai fejlesztésre.

271. A Nielsen magatartása a TV nézettségi adatokat elemző szoftverek piacán a hatékony verseny megszüntetésének kockázatát hordozza magában. Mivel a Nielsen magatartása a TechEdge ellen nem irányult, jelenleg a teljes verseny megszűnéséről még nem beszélhetünk, azonban a fentebb hivatkozott vonatkozó esetjogot figyelembe véve megállapítható, hogy a gazdasági erőfölénnyel való visszaélés nem csak akkortól állapítható meg, ha már egyáltalán nincs verseny a piacon. A TV nézettségi adatokat elemző szoftverek piacán lévő szűk oligopólium esetén egyetlen hatékony potenciális versenytárs piacralépésének az akadályozása is jelentős hatást gyakorol a piacra. Ezentúl a Nielsen a TV nézettségi adatokat elemző szoftverek piacán is magas piaci részesedéssel rendelkezik, és tény, hogy az a kereslet, amelyet az ad Auditum képes lett volna kiszolgálni, tőle a Nielsenhez került át.
272. A Nielsen magatartása akadályozza annak, hogy egy versenytársa innovatív szoftverszolgáltatással álljon elő. Megállapítható, hogy az ad Auditum tevékenysége nem irányul elsősorban a Nielsen Arianna szoftverének helyettesítésére, hanem MCS szoftvere által olyan új igényeket kíván kielégíteni (pl.: egyszerűsített elemzési lehetőségek, és ezek online megjelenítése; eltérő műsorcímek kezelése) amelyekre potenciális fogyasztói kereslet mutatkozik, illetve amelyek hozzájárulnak a műszaki fejlődéshez.
273. Az elemi nézettségi adatok átadásának megtagadására a Nielsen által hivatkozott szellemi tulajdonvédelem önmagában nem teremt alapot. A Nielsen által támasztott feltételek az egyértelműség és a diszkriminációmentesség elvének nem felelnek meg, így a Nielsen magatartása nem tekinthető objektíve indokoltnak.
274. Ugyan a Szerzői Jogi Szakértő Testület is megállapította, hogy a Nielsen televíziós nézettségmérési szolgáltatásának folytatása során gyűjtött nézettségmérési adatokból keletkező adatbázis a szerzői jogi törvény alapján oltalomban részesül. Ez a védelem nem lehet akadályozó azonban annak, hogy a Nielsen mint gazdasági erőfölényben lévő vállalkozás speciális felelőssége okán a versenyjogi szabályokra tekintettel legyen, és ennek megfelelően a nézettségmérési adatbázisához mint „nélkülözhetetlen eszközhöz” diszkriminációmentesen hozzáférést engedjen az objektív és transzparens feltételrendszert teljesítő külső szoftverfejlesztők számára.
275. A feltárt tények alapján megállapítható továbbá, hogy Nielsen magatartása alkalmas lehetett arra, hogy a műszaki fejlődést a végső üzletfelek kárára korlátozza, ugyanis magatartásával egy olyan innovatív, a felhasználók egyöntetű véleménye szerint felhasználóbarát, és személyre szabott igények szerint könnyen fejleszthető szoftver piacon való elterjedésének lehetőségét akadályozta, amelyre a felhasználók szerint igény mutatkozott. A Nielsen magatartásának hatására viszont a potenciális ügyfelek vagy visszaléptek a szoftver használatától (lásd Origo), vagy olyan módon vették igénybe, amely költségesebb és csökkentett felhasználói élményt biztosít (lásd TV2). Az eljárás alá vont magatartása nemcsak az ad Auditum Kft. MCS szoftveréhez kapcsolódó műszaki fejlesztések korlátozására alkalmas, hanem a potenciális szoftverfejlesztőknek is azt sugallhatta, hogy a piac védett, nincs lehetőség érdemi verseny támasztására, ezáltal alkalmas arra is, hogy a jövőbeli műszaki fejlesztéseknek gátat szabjon.

XI. A kötelezettségvállalás jogi értékelése

XI.1. Jogi háttér

276. Tpv. 75. § (1) bekezdése értelmében, ha a hivatalból indult versenyfelügyeleti eljárásban vizsgált magatartás tekintetében az ügyfél kötelezettséget vállal arra, hogy magatartását meghatározott módon összhangba hozza a törvény, illetve az EK-Szerződés 81-82. cikkének (jelenleg: EUMSZ. 101-102. cikk) rendelkezéseivel, és a közérdek hatékony védelme e módon biztosítható, az eljáró versenytanács végzéssel – az eljárás egyidejű megszüntetésével – kötelezővé teheti a vállalás teljesítését, anélkül, hogy a törvénysértés megvalósulását, vagy annak hiányát megállapítaná. A Tpv. 82. §-a értelmében a végzés ellen külön jogorvoslatnak van helye.
277. Az 1/2003/EK rendelet 5. cikke második albekezdésének harmadik fordulata szerint a tagállamok versenyhatóságai kötelezettségvállalásokat fogadhatnak el.

XI.2. A kötelezettségvállalás értékelése

278. Az eljárás alá vont által Vj/59-230/2013. sz. iratként benyújtott, valamint a Vj/59-234/2013. sz. irat 3. pontjával kiegészített vállalás tartalmát a VIII. fejezet ismerteti.
279. A Tpv. 75. § alapján az eljáró versenytanács a beterjesztett kötelezettségvállalást három szempont alapján vizsgálja:
- az eljárás alá vont a kötelezettségvállalása alkalmas-e a feltételezett jogsértés jövőbeni megakadályozására, vagyis, hogy ezen magatartás tekintetében biztosított-e az eljárás alá vont magatartásának jövőbeni összhangja a Tpv., illetve az EUMSZ rendelkezéseivel;
 - biztosítja-e a közérdek hatékony védelmét;
 - annak betartása ellenőrizhető-e.

XI.2.1. Az árazást érintő vállalások értékelése

280. A Nielsen árazást érintő vállalásai tartalmi szempontból két részre oszthatók:
- a) egyfelől az adatbázis és szoftverszolgáltatások független értékesítését és árazását biztosító vállalásokra (Arianna kedvezmény megszüntetése, adatbázisok elkülönült értékesítésének fenntartása, elkülönült ár- és kedvezményrendszer kialakítása és feltüntetése), melyek a feltételezett jogsértő magatartás megszüntetését eredményezik;
 - b) másrészt a feltételezett jogsértő állapot más magatartásformával való létrehozását korlátozó vállalásra (az Arianna árazására vonatkozó vállalás).
281. Az eljáró versenytanács szerint a vállalások biztosítják, hogy a Nielsen ne legyen képes a jövőben az adatbázis és szoftver árak olyan módon való összehangolására, hogy az alkalmas legyen a szoftverpiaci versenytársak kiszorítására.
282. A vállalások az Arianna mellett kiterjednek más, funkcionálisan hasonló képességgel rendelkező kiegészítő vagy helyettesítő szoftverekre is, és garantálják, hogy a szoftverek megvétele semmilyen módon ne befolyásolja az adatbázisok árát (az ajánlatokban az Arianna külön tételként szerepel, Arianna nélküli szerződéskötés esetén automatikusan

csökken a szerződéses ár a feltüntetett árral). Ilyen módon biztosított az, hogy a Nielsen más jogcímen se tudjon az adatbázisok árából a versenytársak által nem reprodukálható kedvezményt adni, hiszen az ilyen kedvezmények az Ariannáról való lemondás esetén is megmaradnak.

283. Az elkülönült értékesítésre és árazásra vonatkozó vállalások azonban önmagukban nem akadályozzák meg az adatbázis és szoftverárak kizárásra alkalmas módon történő összehangolását. A Nielsen ugyanis nem sértené meg ezen vállalásokat azzal, ha magasabb adatbázis árakat és alacsonyabb (akár jelképes) szoftver árakat alkalmazna (azonos együttes ár fenntartásával), vagyis ha az adatbázisok árából keresztfinanszírozná a szoftvereket. Ezért szükséges a vállalat azon pontja, amely megakadályozza, hogy az Arianna ára elszakadjon a piaci értékétől, illetve egy versenyzői piacon kialakuló kompetitív ártól.
284. Nem várható, hogy az Arianna kedvezmény megszűnése az árak emelkedéséhez vezetne a piacon, hiszen a Nielsen eddig is a csomagok végső áráról tárgyalt ügyfeivel, nem annak egyes tételeiről, és az elérhető legmagasabb árat szabta, a kötelezettség pedig nyilvánvalóan nem növeli a Nielsen alkuerejét. Az eljáró versenytanács szerint a Nielsen a kötelezettségvállalás mellett azonos csomagárat lesz képes elfogadtatni a piacon, mint korábban, ezt pedig olyan módon teheti meg az Arianna kedvezmények kivezetése után, hogy csökkenti az adatbázisok árát, hiszen a szoftverek árát nem csökkentheti jelentősen. Ennek eredményeképpen olyan árak alakulhatnak ki a piacon, amelyek lehetővé teszik a szoftverfejlesztők számára, hogy az Arianna (valós) árával versenyképes ajánlatot tegyenek.
285. Az árazással kapcsolatos vállalásokat főszabály szerint a 2016. január 1.-től kezdődően kell alkalmazni, az ezen időpont utáni időszakra hatályos szerződésekkel kapcsolatos ajánlatokra. A határozatlan idejű szerződések esetében a Nielsen vállalja, hogy ajánlatot tesz a szerződés módosítására a jelen vállalásokkal való összhang megteremtése céljából. A vizsgálók álláspontja szerint jelen helyzetben ilyen módon biztosítható a legjobban, hogy a vállalatok a lehető leghamarabb az ügyfelek lehető legtágabb körére kiterjedjenek.
286. A Nielsen a vállalat teljesítését kötelezővé tevő GVH döntés közlésének napját követő 30 napon belül közvetlenül és egyedileg értesíti az ügyfeleit a vállalásokról.

XI.2.2. Az adatbázis külső szoftverfejlesztő részére való hozzáférhetővé tételével kapcsolatos vállalások értékelése

287. A vállalatok értelmében a Nielsen feltétel nélkül engedélyezi, hogy az ügyfelei a nézettségmérési adatokat külső szoftverfejlesztő által rendelkezésükre bocsátott szoftverrel kezeljék, amennyiben a szoftveres adatkezelés során az adatok az ügyfelek birtokából nem kerülnek át a szoftverfejlesztő birtokába. A Nielsen vállalja, hogy e megoldás esetében a szükséges technikai támogatást külön írásbeli megállapodás alapján, a szolgáltatással arányos díj ellenében megadja.
288. Amennyiben a szoftveres adatkezelésre olyan módon kerül sor, amelynek során az adatok az ügyfél birtokából átkerülnek a szoftverfejlesztő birtokába (vagy az ügyféltől vagy az ügyfél kérése alapján a Nielsentől), az ehhez szükséges engedélyt a Nielsen a következő feltételek valamelyikének teljesítéséhez köti:
- a. a szoftverfejlesztő kizárólag Nielsen ügyfelek részére nyújt szoftverszolgáltatást és nem végez olyan kapcsolódó tevékenységet, melynek keretében az adatokat más célra is hasznosítani tudná;

- b. a szoftverfejlesztő hatékony műszaki intézkedéssel biztosítja, hogy az általa kezelt Nielsen adatokhoz csak az a Nielsen ügyfél férhessen hozzá; akár a szoftveren keresztül, akár egyéb módon, aki az ő számára az adatokat átadta, illetve akire tekintettel az adatokat a Nielsen az ő számára átadta;
 - c. a szoftverfejlesztő biztosítja, hogy folyamatosan vizsgálható legyen az ügyfélköre, illetve az ügyfeleivel kötött szerződéseinek tartalma azt ellenőrizendő, hogy nem nyújt-e olyan tartalmú szolgáltatást a szoftverfejlesztő, melynek keretében a Nielsen adatok átadásra kerülhetnek olyan ügyfél számára, illetve melynek keretében a Nielsen adatok felhasználásra kerülhetnek olyan ügyfélnek nyújtandó egyéb szolgáltatáshoz, aki nem vásárlója a Nielsen adatoknak.
289. A Nielsen kötelezettségvállalása kezeli a nézettségmérési adatok szoftveres kezelésének mindkét tipikus esetét, azaz amikor 1) az adatok az ügyfelek birtokából átkerülnek, illetve amikor 2) az adatok az ügyfelek birtokából nem kerülnek át a szoftverfejlesztő birtokába. Az 1) esetben a Nielsen különös feltételek előírása nélkül is hozzájárul a külső szoftveres adatkezeléshez, míg a 2) esetben, amikor jogosulatlan adatfelhasználás veszélye sokkal nagyobb, három különböző opcionális feltétel közül választhatnak az ügyfelek, amennyiben külső szoftverfejlesztőt kívánnak bevonni. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint a három választható feltétel olyan jogi és műszaki intézkedéseket tartalmaz, amelyek alapvetően arányosnak tekinthetők a Nielsen szerzői jogainak védelméhez fűződő érdekekkel. A vállalás elfogadásával egy olyan egységes és transzparens feltételrendszer jön létre, amely biztosítja, hogy bármely aktuális és potenciális szoftverfejlesztő azonos feltételekkel férhet hozzá a jövőben a Nielsen nézettségmérési adataihoz, és ezáltal versenyt támaszthat a szoftveres nézettségelemzési piacon.
290. A vállalás szerint a Nielsen a GVH döntés közlésének napját követő 30 napon belül közvetlenül és egyedileg értesíti az ügyfeleit a változásokról, valamint vállalja, hogy a vállalások teljesítése során együttműködően, a jóhiszeműség és tisztesség követelményének [Ptk. 1:3. §] megfelelően jár el. Ezáltal biztosítható, hogy az ügyfelek és szoftverfejlesztők megkeresése esetén diszkriminációmentesen jár, ezáltal megelőzhetővé válnak a jövőbeli, esetlegesen versenyjogsértő magatartások.
291. A Nielsen vállalja, hogy már a vállalásokat kötelezővé tevő GVH döntés közlését követően minden szerződéskötési folyamat során a vállalásnak megfelelően jár el, ezentúl a GVH döntés közlésének napján hatályos szerződések esetében is alkalmazza a vállalásokat, ha az ügyfél ezt kéri. Ezen keresztül biztosított, hogy minden új szerződéses kapcsolat során az új hozzáférési feltételek alkalmazásra kerülnek, valamint a hatályos szerződések is módosíthatóak lesznek, amennyiben az ügyfél új szoftverfejlesztőt kíván megbízni.
292. A fentiek alapján az eljáró versenytanács előzetes álláspontja szerint az eljárás alá vont vállalásai hatékonyan kezelik mindkét azonosított versenyproblémát, melyek által megszűnik a feltételezett jogsértő állapot fennállta. Következésképpen ezen magatartások tekintetében biztosított az eljárás alá vontak magatartásának jövőbeni összhangja a Tpv-t., illetve az EUMSZ rendelkezéseivel.
293. A Tpv-t. 75. § alapján valamely kötelezettségvállalás elfogadásának további feltétele, hogy annak révén biztosítható legyen a közérdek hatékony védelme. Ebben a tekintetben az eljáró versenytanács mindenekelőtt azt tartotta szem előtt, hogy az eljárás alá vontak kötelezettségvállalásának elfogadása esetén rövid időn belül megszűnik a Nielsen adatbázisaihoz való hozzáférés korlátozásából eredő a versenyt (esetlegesen) korlátozó

magatartás, amely elősegíti a nézettségi adatokat kezelő szoftverek hatékony fejlesztését, ami a versenyhez fűződő közérdek szempontjából lényeges körülmény.

294. Lényegesnek ítélte az eljáró versenytanács azt is, hogy nem elhanyagolható szempont az sem, hogy jogsértés megállapítása esetén csak nehezen becsülhető további jogalkalmazási költségekkel és időbeli késedelemmel oldható meg a versenyprobléma. Ezzel szemben a kötelezettségvállalás elfogadásával megtakaríthatóvá válik az eljárás alá vont észrevételeinek vizsgálatához, illetve értékeléséhez; valamint az esetleges bírósági eljáráshoz kapcsolódó jogalkalmazási költség és idő.

XI.2.3. A kötelezettség betartásának ellenőrizhetősége

295. Értelmszerűen csak olyan kötelezettségvállalás fogadható el, amelynek betartása a Gazdasági Versenyhivatal által megfelelően ellenőrizhető. Az ellenőrizhetőség elengedhetetlen feltétele az előírt kötelezettség egyértelműsége, annak elkerülése érdekében, hogy utóbb annak értelmezése vitatottá váljon a Gazdasági Versenyhivatal és a kötelezett vállalkozás között. Az eljáró versenytanács szerint a kötelezettségvállalás kiegészítései kellő mértékben könnyítik meg a kötelezettségvállalások ellenőrizhetőségét az utóvizsgálat(ok) számára.

296. A kötelezettségek betartását a GVH utóvizsgálatok révén fogja ellenőrizni.

XI.2.4. Az eljáró versenytanács kötelezettségvállalással kapcsolatos álláspontjának összegzése

297. Az eljáró versenytanács a kötelezettségvállalást tartalmában elfogadhatónak tartotta, amely alkalmas az azonosított versenyproblémák kezelésére. Erre tekintettel az eljáró versenytanács a Tpv. 75. § alapján megállapította, hogy a kötelezettségvállalás alkalmas a jogsértés jövőbeni megakadályozására, vagyis, hogy ezen magatartás tekintetében biztosított az eljárás alá vont magatartásának jövőbeni összhangja a Tpv., illetve az EUMSZ rendelkezéseivel és biztosítható a közérdek hatékony védelme.

298. Mindezek alapján az eljáró versenytanács a rendelkező rész szerinti – az eljárás alá vont vállalásával egyező – kötelezettség előírása mellett az eljárását a Tpv. 75. § alapján megszüntette.

XII.
Eljárási kérdések

299. A GVH hatásköre az EUMSZ. 102. cikke tekintetében az 1/2003/EK rendelet 5. cikkén, valamint a Tpv. 33. § (3) bekezdésén, a Tpv. 21. § tekintetében pedig a Tpv. 45. §-án alapul. A GVH illetékessége a Tpv. 46. § alapján az ország egész területére kiterjed.

Budapest, 2015. november 10.

Dr. Bara Zoltán s.k.
előadó versenytanács tag

dr. Berki Ádám s.k.
versenytanács tag

dr. Miskolczi Bodnár Péter s.k.
versenytanács tag