



GAZDASÁGI  
VERSENYHIVATAL  
VERSENYTANÁCS

☒ 1054 Budapest, Alkotmány u. 5.

☎ 472-8864 ☏ Fax: 472-8860

Vj-39/2004/20.

A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa a Gazdasági Versenyhivatal által az **AXEL Springer Magyarország Kft.** eljárás alá vont ellen fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolása miatt indult eljárásban – tárgyaláson kívül – meghozta az alábbi

**h a t á r o z a t o t**

A Versenytanács az eljárást megszünteti.

A határozat ellen nincs helye jogorvoslatnak.

**I n d o k o l á s**

**I.**

A Gazdasági Versenyhivatal a Tpv. 70. § (1) bekezdése alapján hivatalból indított vizsgálatot annak megállapítására, hogy az eljárás alá vont vállalkozás, az általa a Baranya, Somogy és Tolna megyében megjelentetett Tempó című apróhirdetési újság „a mai megjelenésben” rovaton közzétett első oldalas adataival, - mely a lapszámban megjelent különböző típusú hirdetések darabszámát közölte – a fogyasztók megtévesztésére alkalmas magatartást tanúsított-e.

## II.

1) A cégbíróság által 1991. április 16-án bejegyzett eljárás alá vont vállalkozás – kinek fő profilja a megyei napilapok kiadása – hat megyében jelentet meg napilapokat.

Az eljárás alá vont vállalkozás 1997-ben jelent meg a hirdetési lapok piacán, míg a vizsgálattal érintett térségben – Baranya, Somogy és Tolna megye – 2001. utolsó negyedévében lépett piacra.

2) Az apróhirdetési újságok piacát élénk verseny jellemzi.

Fenti három megyében – az eljárás alá vont vállalkozáson kívül – további négy piaci szereplő van jelen, így a

- hetente kedden és pénteken, A/3-as méretben, 40-48 oldalas terjedelemmel, 166.- Ft/db fogyasztói áron megjelenő Bazar,
- A hétfőn, szerdán és pénteken A/3-as formátumban 40 oldalon, 160 Ft/db fogyasztói áron (országosan terjesztett) Mai Hirdetés,
- A naponta megjelenő országos terjesztésű 16 A/3-as oldalon megjelenő, 97.- Ft/db áru Expressz, valamint a
- Hétfőtől csütörtökig A/3-as méretben megjelenő 24 oldalas Újpressz, melynek fogyasztói ára 95.-Ft/db.

3) Az apróhirdetési újságok piacán jelentős változás zajlott le az utóbbi évek során azáltal, hogy a nagyobb, tőkeerős vállalkozások hirdetési gyakorlata változott.

A vállalkozások a nyomtatott sajtó helyett más, általuk szintén hatékonynak tekintett hirdetési formákat helyeztek előtérbe, így reklámhordozóként jelent meg az Internet, illetve emelkedett a saját rendezvényeken, illetve a szponzorálással összefüggésben kifejtett hirdetési tevékenység.

4) Az eljárás alá vont vállalkozás eljárásban vizsgált apróhirdetéseket tartalmazó kiadványa hetente egy alkalommal, pénteken kerül piacra A/3-as formátumban, 40-48 oldalon, változó oldalterjedelemmel.

5) Baranya, Somogy és Tolna megye területén a Bazar c. hirdetési újság rendelkezik legnagyobb piaci részesedéssel, melyet az eljárás alá vont vállalkozás által kiadott újság követ.

6) A hirdetési újságokat igénybevevő fogyasztók két nagy csoportba oszthatók.

Az egyik fogyasztói csoportnak minősülnek azok a vásárlók, akik a hirdetési újságban közölt információk alapján kívánnak eligazodni a piaci viszonyok között, míg más oldalról fogyasztóknak minősülnek azok a megrendelők, akik az áru – számukra lényeges tulajdonságai ismeretében – kívánnak dönteni arról, hogy hirdetéseiket mely újságban jelentetik meg annak érdekében, hogy az hatékonyan jusson el a hirdetéssel megcélzott fogyasztói csoportokhoz.

7) Az eljárás alá vont fenti megyékben megjelentett apróhirdetési újsága „a mai megjelenésben” rovaton az első oldalon közlést teszi, hogy az adott lapban – a hirdetések tárgya szerinti bontásban – hány darab hirdetés jelenik meg.

A rovat pontosan közli a megjelent állás, ingatlan, jármű, továbbá az un. vegyes apróhirdetések számát.

A lapban ténylegesen megjelenő hirdetések száma – számszerűen – nem feltétlenül felel meg a tényleges darabszámnak.

### III.

8) Az eljárás alá vont vállalkozás – védekezésének előterjesztése mellett – előadta, hogy eddig folytatott hirdetési gyakorlatán változtat, melyet az eljárás esetleges szünetelése esetén igazol.

9) Védekezésében előadta, hogy az állás témájú hirdetések tekintetében vétkeesség nem terhelte, mert az adott lapszám megjelenésének időpontjára, a munkaügyi központok lemondták a hirdetést.

Az un. autós és ingatlanos hirdetési szám vonatkozásában az eltérést azzal magyarázta, hogy ezek a hirdetések felhívják a fogyasztók figyelmét az adott hirdetést megrendelő cég elérhetőségére, miáltal a fogyasztók által a lapban ténylegesen meg nem jelent ajánlatok is elérhetők. Az un. vegyes apróhirdetések vonatkozásában arra hivatkozott, hogy egy-egy apróhirdetés több különböző tárgyat is takar, miáltal a vegyes hirdetések „több ezres”-ként megjelent száma nem tekinthető túlzottnak.

10) Álláspontja szerint az eljárással érintett piacot országosnak kell tekinteni. Előadta továbbá, hogy a fogyasztók választását alapvetően az adott lap ismertsége határozza meg, mint lényeges árutulajdonság.

Kifejtette azt az álláspontját is, hogy az ésszerűen eljáró fogyasztó nem az általa közölt hirdetési típusonkénti darabszám alapján dönt, hanem a hirdetések tartalmát veszi figyelembe összhangban a 9) pontban kifejtettekkel.

#### IV.

A vizsgálati jelentés jogsértés megállapítását indítványozta azzal, hogy a Tptv. 75. §-ában írt jogszabályi feltételek fennállni látszanak, vagyis indokolt lehet az eljárás szünetelése.

11) A vizsgálati jelentés érdemben kifejtette, hogy földrajzi piacnak a három megye területe minősül, figyelemmel arra, hogy a vizsgált újság részesedése elenyésző az országos piacon a területi átfedéssel összefüggésben, nem vitatva azt az eljárás alá vonti törekvést, miszerint jogszerűen kívánja felhívni a figyelmet a hirdetési újságban megjelentetett különböző típusú hirdetések számára.

Kifejtette, hogy a fogyasztók összehasonlítási lehetősége érdekében szükséges szétválasztani a közvetlen és közvetett elérhetőséget az esetben, ha az eljárás alá vont vállalkozás közölni kívánja az adott típusú hirdetések számát (autós és ingatlanhirdetések).

Az un. vegyes tartalmú apróhirdetésekre nézve a vizsgálati jelentés kifejtette, hogy az esetben, amennyiben az eljárás alá vont vállalkozás a továbbiakban is meg kívánja jelölni az adott lapban megjelent ilyen típusú hirdetések számát, akkor hirdetésből kell

kiderülnie, hogy egy adott hirdetés hány tárgyat/szolgáltatást kínál, miáltal elkerülhető a közzétett apróhirdetések és a meghirdetett tárgyak fogalmának keveredéséből származó jogszerűtlen pontatlanság.

12) Az eljárás alá vont vállalkozás álláspontjával szemben a vizsgálati jelentés kifejtette, hogy az un. ésszerűen eljáró fogyasztótól nem várható el, hogy a részére az eljárás alá vont vállalkozás által pontosan megjelölt számokat veszi alapul döntésénél, annál is inkább, ha szükségletei kielégítése érdekében regionális hirdetési újságot választ, szemben az internetes keresés, vagy közvetítői szolgáltatások helyett, ezáltal jogosan olyan hozzáférési eszközt kíván vásárolni, mely közvetlenül tartalmazza a számára lényeges információkat.

## V.

A Tpvt. 8. § (1) bekezdése szerint tilos a fogyasztóknak a gazdasági versenyben való megtévesztése.

Az eljárás alá vont vállalkozás – hirdetési tevékenységét – a vizsgálati jelentésben megjelölt kínálati piacon fejtette ki, így magatartása vonatkozásában a Tpvt. 8. § (1) bekezdésében írt törvényi feltétel – a magatartásnak a gazdasági versenyben való kifejtése – fennáll.

Megjegyzi a Versenytanács, hogy az esetben, ha a földrajzi piac szélesebb körben kerülnek meghatározásra, mint az a vizsgálati jelentésben szerepel, ez nem csökkentené az eljárás alá vont vállalkozás magatartásának piaci súlyát, sőt éppen annak növelésére lenne alkalmas, a földrajzi piac határának kitágítása folytán, függetlenül attól, hogy csökkenne az eljárás alá vont vállalkozás piaci részesedésének aránya.

A Tpvt. 8. § (2) bekezdése szerint a fogyasztók megtévesztésére alkalmas magatartásnak minősül, ha valamely vállalkozás az áru lényeges tulajdonsága tekintetében valótlan tény, vagy valós tény megtévesztésre alkalmas módon állít, vagy az áru lényeges tulajdonságairól bármilyen más megtévesztésre alkalmas tájékoztatást ad.

A versenyjogi felelősség megállapításához arra van szükség, hogy a bekövetkezett jogsértő állapot okozati összefüggésben legyen az adott vállalkozás magatartásával.

A rendelkezésre álló adatok alapján az okozati összefüggés hiánya nem állapítható meg. Az a körülmény, hogy valamely jogellenes magatartás az adott vállalkozásnak felróható-e, a jogellenesség szempontjából nem vehető figyelembe, ennek értékelésére bírság kiszabása esetén a bírság összegének meghatározása körében van lehetőség.

Fentiek következtében a Versenytanács – független az eljárás alá vont vállalkozás előadásától – nem találta megállapíthatónak a rendelkezésre álló adatok alapján, hogy az állás témájú hirdetésekre vonatkozó, megtevesztésre alkalmas adatközlés ne lenne jogellenes.

Egyetért a Versenytanács a vizsgálati jelentésben kifejtett állásponttal az un. autós és ingatlanos hirdetések vonatkozásában közölt számadatok tekintetében is.

Versenyjogilag nem vitatható önmagában az az eljárás alá vonti gyakorlat miszerint – éppen annak illusztrálására, hogy milyen nagyságrendben jelennek meg nála különböző típusú hirdetések – ezekről informálja a fogyasztókat, annak érdekében, hogy illusztrálja azt, miszerint újságja keresett, vagyis abban érdemes hirdetni, illetve azt érdemes tájékozódás céljából is megvásárolni.

Az eljárás alá vont vállalkozás a hirdetési számok megjelentetése révén fejezi ki, hogy azokat árúja lényeges tulajdonságának tekinti, viszont éppen ebből adódóan kell ezeket a számokat a fogyasztók által átláthatóan a fogyasztók ésszerű döntésére alkalmas módon közölni.

Nem fogadható el az az álláspont, hogy egy-egy hirdetés akár azért, mert elérhetőségi címet tartalmaz, akár azért, mert abban több áruféleség is hirdetésre kerülhet, megalapozza egy ellenőrizhetetlen számadat közlését. Az ésszerűen eljáró fogyasztótól ugyanis – a vizsgálati jelentésben kifejtett okból – nem várható el, hogy egy pontos szám mögé nézzen.

Az esetben, ha az eljárás alá vont vállalkozás nem tudja, vagy nem képes a pontos számokat megjelölni, ez esetben célszerű, ha elhagyja az erre utaló adatok közlését, illetve azokat valós módon közli.

Fentiekre tekintettel a Versenytanács álláspontja szerint az eljárás alá vonti magatartás a Tpv. 8. § (2) bekezdés a) pontjába ütközhet.

## VI.

A Tpv. 75. § (1) bekezdése szerint az eljáró versenytanács elrendelheti a hivatalból indult eljárás szünetelését az esetben, ha a vizsgált magatartás a verseny szabadságát, vagy tisztaságát csekély fokban veszélyezteti és az eljárás alá vont vállalkozás vállalja, hogy tartózkodik a magatartás folytatásától, illetve kárveszély esetén megteszi a kár megelőzéséhez szükséges intézkedéseket.

A Versenytanács a tényállásban írt magatartás piaci súlyára, valamint az eljárás alá vont vállalkozás vállalására tekintettel elrendelte az eljárás szünetelését.

A Tpv. 76. § (1) bekezdés a) pontja alapján a vizsgáló utóvizsgálatot tartott, melynek adataiból megállapíthatóan az eljárás alá vont vállalkozás eleget tett vállalásának.

Fentiekre tekintettel a Versenytanács az eljárást megszüntette a Tpv. 76. § (3) bekezdés c) pontja alapján.

Budapest, 2005. február 15.