



GAZDASÁGI
VERSENYHIVATAL

VERSENYTANÁCS

VJ-82/2006/17.

Ikt. sz.: VJ-82/2006/12.

A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa a **Haszon Lapkiadó Kft.** (Budapest) eljárás alá vont vállalkozással szemben fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolása tárgyában indult eljárás során, nyilvános tárgyaláson, meghozta az alábbi

határozatát

A Versenytanács megállapítja, hogy Haszon Lapkiadó Kft. 2005. júniusa és szeptembere között az Internetes honlapján megtévesztésre alkalmasan közölte médiaajánlatában a terjesztett és a nyomott példányszámaira vonatkozó adatokat, valamint 2006. áprilisában a nyomott példányszámára vonatkozó adatot.

Ezért vele szemben 10.000.000,-Ft., azaz tízmillió forint versenyfelügyeleti bírságot szab ki, amelyet e határozat kézhezvételétől számított harminc napon belül, a Gazdasági Versenyhivatal 10032000-01037557 sz. bírságbevételi számlája javára kell megfizetnie.

E határozat felülvizsgálata a Fővárosi Bírósághoz címzett keresettel kérhető, amelyet a Versenytanácsnál, a kézhezvételtől számított harminc napon belül kell benyújtani vagy ajánlott levélben postára adni.

I.

A vizsgálat indítása és tárgya

1) A Gazdasági Versenyhivatal (GVH) a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény (a továbbiakban: Tpv.) 70. § (1) bekezdése alapján 2006. június 12-én versenyfelügyeleti eljárást indított a Haszon Lapkiadó Kft. ellen, mert észlelte, hogy a vállalkozás, a Haszon Magazin című kiadványa példányszámára vonatkozó adatok közzétételével, valószínűsíthetően megsértette a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló többször módosított 1996. évi LVII. törvény (a továbbiakban: Tpv.) fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolására vonatkozó III. fejezetének rendelkezéseit.

II.

2) A lapkiadók két fogyasztói kör részére értékesítik terméküket, egyrészt hirdetési felületként a hirdetni kívánó vállalkozások részére, másrészt a hirdetésekkel kiegészített tartalmat az olvasóiknak. A hirdetési bevételek az olvasópiaci értékesítési bevétel többszörösét is elérhetik.

3) A sajtótermékek hirdetési felületének értékesítésekor az egyik legfontosabb mutató a példányszám. Ezen belül szóba jöhet a nyomtatott, a terjesztett, illetve az értékesített példányszám. A terjesztett példányszám az értékesített (eladott) példányok számán túlmenően tartalmazza az olvasókhoz ingyenesen eljuttatott példányok számát is. A hirdetők szempontjából értelemszerűen az olvasókhoz eljuttatott példányszám, azaz a terjesztett példányszám játszik döntő szerepet.

4) A Magyar Terjesztés-ellenőrző Szövetség (a továbbiakban: Matesz) negyedévenkénti gyorsjelentéseket, illetve félévenként auditált adatokat tesz közzé. A példányszám auditálás lényege, hogy egy független szervezet (Magyarországon a Matesz) igazolja megfelelő vizsgálatok elvégzése után, hogy az adott lap ténylegesen milyen példányban került értékesítésre, terjesztésre, ill. nyomtatásra. A Matesz által végzett auditálás célja, hogy egy független, zárt rendszerű ellenőrzési eljárással igazolja a terjesztési adatok valóságát. Ha az auditálási listán szereplő kiadvány gyorsjelentésben szereplő negyedévenkénti és megjelenésenkénti összesen értékesített és/vagy terjesztett átlaga, valamint az erre az időszakra vonatkozó auditálás adatai között +-2%-os eltérés mutatkozik, ezt az eltérést a Matesz nyilvánosságra hozza.

5) A MATESZ a kiadóktól kapott (nem auditált) adatokat ún. negyedéves gyorsjelentésekben közli a felhasználóival. A gyorsjelentésekre való hivatkozás során a felhasználónak jeleznie kell, hogy "auditálás előtti adat"-ról van szó.

6) A piac számára standard sajtóolvasottsági eredményeket nyújt továbbá a Szonda Ipsos és a GfK Hungária piackutató intézetek országos médiahatókörvizsgálata, a Nemzeti Médiaanalízis.

III.

7) A Haszon Lapkiadó Kft.-t 2003. január 30-án alapította a bécsi székhelyű Stipsicz Beteiligungs GmbH., főtevékenysége a lapkiadás. Mérlegkimutatása szerint 2005-ben az értékesítésének nettó árbevétele 220 millió forint volt, amely nagyjából megegyezett az előző évi adattal.

8) A Haszon Magazin című kiadvány mintegy 84-100 oldalon megjelenő gazdasági havilap, amely 2003. áprilisa óta jelenik meg. Havi megjelenéséből is adódóan a napi- és hetilapokhoz képest

kevésbé aktuális gazdasági vagy akár politikai témájú beszámolókat, inkább egy-egy téma kapcsán készített átfogóbb elemzéseket, tanácsadó jellegű cikkeket közlő magazin.

9) A Haszon Lapkiadó Kft. versenytársának tekinti a Cash Flow, Üzlet és Siker, Piac és Profit, Manager Magazin és CEO¹Magazin kiadványokat. A vállalkozás médiaajánlatában a Nemzeti Médiaanalízis 2004. évi adataira hivatkozással a HVG-vel és a Figyelővel is összehasonlítja kiadványát. Más összehasonlításokban szerepelnek az Üzlettárs, a Cégvezetés, a Napi Gazdaság, illetve a Világgazdaság című lapok is.

10) Megemlítendő, hogy fentiek részben hetilapok, mint a HVG (politikai-gazdasági lap) és a Figyelő (üzleti-gazdasági lap), valamint napilapok, így a Napi Gazdaság és a Világgazdaság, amelyek eltérő célcsoporttal rendelkezhetnek, bár egy-egy téma feldolgozása tekintetében részbeni helyettesítésre alkalmas lehet.

11) Ezen lapok közül a Matesz nyilvántartásában 2005/2006. folyamán következők szerepeltek, az alábbi példányszámokkal:²

	2005/I. negyedévi gyorsjelentés			2005/II. negyedévi gyorsjelentés			2005/III. negyedévi gyorsjelentés		
	nettó nyomott	összesen értékesített	összesen terjesztett	nettó nyomott	összesen értékesített	összesen terjesztett	nettó nyomott	összesen értékesített	összesen terjesztett
168 Óra	47.347	32.962	33.832	45.964	32.789	33.701	45.674	32.963	33.843
Figyelő	19.753	13.388	15.692	20.523	13.683	15.729	20.128	14.209	16.131
Haszon³	35.674	19.645	35.550	108.021 (36.007)	54.093 (18.031)	85.847 (31.949)	34.250	20.056	23.625
HVG	113.629	93.103	94.750	112.825	91.378	92.820	109.858	92.414	93.684
Manager Magazin	17.833	7.813	10.128	17.000	12.093	13.309	18.833	15.348	16.163
Üzlet és Siker	27.388	554	26.796	26.340	592	25.362	22.819	619	21.727
Világgazd.	15.764	13.954	14.091	15.993	14.209	14.423	15.870	14.133	14.348

	2005. IV. negyedévi gyorsjelentés			2006. I. negyedévi gyorsjelentés				2005. I. félév auditált		
	nettó nyomott	összesen értékesített	összesen terjesztett	negyedév nettó nyomott	összesen aktívan vásárolt	összesen értékesített	összesen terjesztett	nettó nyomott	összesen értékesített	összesen terjesztett
168 Óra	45.796	33.137	34.364	44.599	31.752	33.704	34.756	46.656	32.880	33.764
Figyelő	20.794	14.610	16.758	20.046	12.608	14.001	15.876	20.142	13.560	15.702
Haszon	34.167	19.944	23.992	31.200	18.919	18.919	19.092	34.924	18.846	31.610
HVG	112.466	93.226	94.259	109.679	89.745	91.462	92.966	113.211	92.179	93.559
Manager Magazin	20.669	13.782	15.452	-	-	-	-	17.474	10.919	12.347
Üzlet és Siker	24.380	652	23.350	23.008	720	720	21.027	26.631	643	25.839
Világgazd.	16.155	14.083	14.572	15.678	10.618	13.895	14.234	15.881	14.083	14.260

A Matesz által a Haszon Magazin megjelenéseiről 2005. január-júniusi időszakára vonatkozóan kiadott Terjesztési Bizonyítványban szereplő adatok.⁴

	Nettó nyomott példányszám	Összesen értékesített példányszám	Összesen terjesztett példányszám
2005. január	35 007	18 600	34 907
2005. február	36 007	18 580	36 000
2005. március	36 007	21 756	35 743
2005. április	36 007	18 069	34 851
2005. május	36 007	18 599	25 637
2005. június	30 507	17 473	22 522
Összesen	209 542	113 077	189 660

¹ a CEO az angol Chief Executive Officer szavak bevett rövidítése.

² Vj-82/2006/8.

³ Zárójelben a helyes adatok, a negyedévi összpéldányszám hárommal történő osztása révén

⁴ Vj-82/2006/7.

Megjelenésenkénti átlagok	34 924	18 846	31 610
Utolsó auditálás ⁵ átlagai	38 007	19 385	34 800

12) Az eljárás alá vont a hirdetői, illetve potenciális ügyfelei számára, nem ismert gyakorisággal rendszeresen prezentációt tart, amelyhez ún. *prezentációs anyagok* is készülnek. A prezentációs anyag két változata ismert a GVH számára.

- a) Az egyik a "Haszon, a magyar vállalkozók és döntéshozók magazinja! Sikereink számokban" címet viseli. A borító oldalon a cím alatt az alábbiak olvashatók: "Haszon magazin a nemzeti Médiaanalízis adatai alapján 2005. június."
- b) A másik a "Haszon a siker magazinja! Sikereink számokban" címet viseli. A borító oldalon a cím alatt az alábbiak olvashatók: "Haszon magazin a nemzeti Médiaanalízis adatai alapján 2005. július."

Mindkét anyagban a Haszon Magazin terjesztési és kiadási adatai kerülnek bemutatásra és elemzésre más, hasonló profilú heti és havi lappal, így elsősorban a Figyelővel, a HVG-vel és a Cash Flow-val. Az anyagok alakja, a szöveg elrendezése arra utal, hogy azok szóbeli előadásokhoz készült ppt⁶ formátumú bemutató diáképek.

IV.

A kifogásolt magatartás

A 2005. májusi és a 2006. áprilisi médiaajánlatok

13) A piacon bevett gyakorlatnak megfelelően eljárás alá vont médiaajánlatot tesz közzé a Haszon Magazin hirdetési felületeinek értékesítése érdekében. A kifogásolt magatartást az eljárás alá vont egyes médiaajánlataiban szereplő információk képezik a terjesztett, illetve a nyomott példányszámokra vonatkozóan.

14) Az eljárás alá vont – állítása szerint 2005. május közepe és szeptembere közötti időszakban láthatóan – a *www.haszon.hu* weblapon Médiaajánlatot helyezett el "Haszon - Forgassa Haszonnal!" címmel.

A médiaajánlat 2. oldalán az alábbi olvasható:

"A Haszon a legnagyobb példányszámú gazdasági havilap:

36.000 db összesen *terjesztett* példány*

* Matesz 2005-ös adatok alapján (Figyelő: 16.131, Üzlet és Siker: 21.707)"

A 6. oldalon olvasható:

"*nyomott* példányszám 36.000 darab"

15) Az eljárás alá vont "Haszon - Forgassa Haszonnal!" című Médiaajánlata a fenti weboldalon 2006. április 27-én olvashatóan az alábbi tájékoztatást adta:

A 2. oldalon az alábbiak olvashatók:

"24.000 db összesen *terjesztett* példány*

* Matesz 2005./IV. negyedéves adatok alapján kerekítve (23.992-ről)"

A 6. oldalon:

"*nyomott* példányszám: 36.000 db

⁵ 2005. április 22., 2004. július-decemberi időszakra vonatkozóan.

⁶ File formátum, amelyet Power Point program segítségével készült diáképek készítésére és tárolására használnak.

A prezentációs anyagok

16) A 2005. júniusi "Haszon, a magyar vállalkozók és döntéshozók magazinja! Sikereink számokban Haszon Magazin a Nemzeti Médiaanalízis alapján" című prezentációs anyagban a célcsoport tekintetében a Haszon Magazint a Figyelővel és a HVG-vel hasonlította össze a Nemzeti Médiaanalízis adataira hivatkozással. A példányszámra vonatkozó oszlopdiagram (az 5. dia) felállításakor azonban a HVG példányszámát figyelmen kívül hagyta a kiadó. A diagram a Haszon Magazin, a Figyelő, a Manager Magazin és az Üzlet és Siker újságárusnál értékesített és összesen terjesztett példányszámait hasonlítja össze. A célcsoport esetében vizsgált két hetilap közül az egyiket az alacsonyabb példányszámút felvette az összehasonlításba, a jelentősen magasabb, jellemzően 90.000 darab feletti terjesztett példányszámmal rendelkező HVG-t mellőzte. Így szerepelhetett a 36 ezres példányszámú Haszon Magazin az összehasonlításban első helyen.

17) A 2005. júliusi változat szerint a lap "2005. októberében 36.000 példányszámmal jelentkezik" majd (3. dia).

Kiugróan magas példányszámok megadása a Matesz 2005. II. negyedévi gyorsjelentéséhez

18) A Haszon Lapkiadó Kft. a Matesz 2005. II. negyedévi gyorsjelentéséhez az addiginál lényegesen magasabb számadatokat adott meg. Az eltérést a Matesz az auditált adatok későbbi közzétételekor jelezte.

V.

Az eljárás alá vont nyilatkozatai

19) Az eljárás alá vont nyilatkozata szerint a Haszon Magazin 36.000 darabos példányszámára utaló adat 2005. május közepe és 2005. szeptember vége között volt megtalálható a honlapjukon elhelyezett médiatájékoztatóban. Kijelentését a Matesz 2005. I. negyedévi adataira alapozta, mely szerint a lap összesen terjesztett példányszáma 35.550 példányt ért el, ehhez kell hozzáadni további 450 darabot, amelyet ügyfelei részére ingyenesen küldött ki.

20) A vállalkozás nem rendelkezik olyan dokumentumokkal, melyek azt mutatnák, hogy a médiatájékoztatókat mikor helyezték el, illetve vették le a honlapjukról. A tájékoztatók elhelyezésének módja nem teszi lehetővé, hogy a feltöltésekre és módosításokra vonatkozó információkat reprodukálják.

21) Előadta, hogy a "Haszon, a magyar vállalkozók és döntéshozók magazinja! Sikereink számokban" címet viselő, a "Haszon magazin a nemzeti Médiaanalízis adatai alapján 2005. június." alcímű prezentáció egy alkalommal, összesen nyolc üzletember részvételével tartott megbeszélésen került bemutatásra. A "Haszon a siker magazinja! Sikereink számokban" című, és a "Haszon magazin a nemzeti Médiaanalízis adatai alapján 2005. július." alcímű prezentációs anyagot személyesen és elektronikus formában is terjesztették, így összesen mintegy 200 gazdálkodó szervezethez jutott el.

22) A Matesz részére a 2005. évi II. negyedéves gyorsjelentés alapjául szolgáló adatokat e-mailen küldték el 2005. július 29-én 12 óra 8 perckor. Azonban a megküldött adatok között a megjelenések száma oszlopban elírás történt, nem 3, hanem 1 megjelenésre lett levetítve az összes példányszám. A Matesz az elkészült gyorsjelentést 2005. augusztus 2-én küldte meg tagjainak. A kiadó a hibát ezen a példányon észlelte és a telefonos egyeztetést követően kérték helyesbítését 2005. augusztus 4-én, a csatolt e-mail-ek révén alátámasztva. Ugyanakkor kérésük határidő után érkezett, így a Matesz már nem tudta azt figyelembe venni.

23) Az eljárás alá vont véleménye szerint minden, akár csak néhány hetes sajtópiaci tapasztalattal rendelkező felhasználónak rögtön szembeötlő az adatokban az elírási hiba. Ezenkívül a gyorsjelentésben szereplő adatok nem hivatalosak, csak tájékoztató jellegűek, az auditálás után

azonban a 2005. I. féléves auditált Matesz adatokban már a helyes számokkal szerepelt a Haszon Magazin. Nem készítették javított médiatájékoztatót a 2005. II. negyedévi eredményeket helyesbítendő, hiszen tisztában voltak azzal, hogy ezek az adatok nem helyesek, ezért nem is tüntették fel ajánlatukban.

- 24) A 2005. májust követő időszakban 2005. novemberéig 19 új hirdetőjük lett, ami megfelel az éves átlagnak. A 2005. május és december közötti időszak teljes nettó bevétele 81,6 millió Ft volt, míg ugyanezen időszakban 2004-ben 81,1 millió Ft, tehát a tényleges növekedés is csupán 0,6%-os volt, mely a teljes reklámpiac 14%-os növekedéséhez viszonyítottan elenyésző.
- 25) Fogyasztói, illetve hirdetői panasz nem érkezett a Haszon Lapkiadó Kft.-hez, egy médiaügynökség telefonon felhívta figyelmüket a Matesz 2005. évi II. negyedéves gyorsjelentésben szereplő elírásra. A versenytársak részéről a Sanoma Budapest Kiadói Zrt. élt panasszal, melyre írásban reagáltak.
- 26) A 2006. október 12-i beadványában előadta, hogy a 2006. áprilisában nyomott 32.300 db példányszámhoz hozzá kell számítani a Haszon Karrier című különszámát is, amelyből összesen 15.000 darabot nyomtattak, figyelembe véve, hogy több hónapig lesz a piacon. Így havi 3000 darabbal számítva indokolttá válik a 2006. áprilisi médiaajánlatban kommunikált 36.000 darabos példányszám.
- 27) A 2006. október 19-i tárgyaláson előadta, hogy a Haszon Magazinban szereplő reklámok nem automatikusan jelentek meg a Haszon Karrier külön kiadványban, ez utóbbira vonatkozóan a hirdetések elhelyezését külön kellett megrendelni.
- 28) A 2005 júniusi és júliusi prezentációkban közölt "2005. októberében 36.000 példányszámmal jelentkezik a lap" a nyomtatott és nem a terjesztett példányszámra utalt. Megjegyzi, hogy alapkiadásnál pontosan nem lehet előre tudni, hogy különböző piaci tényezők miatt hogyan fog változni a nyomott példányszám a jövőben. A nyomott példányszám 2005. májusában még 36.007 volt, 2005. júniusában ez 5.500-al csökkent. Emögött a cég üzletpolitikai döntése húzódik meg. A megjelenésekre vonatkozó adatok a piac előre nem látható változásai miatt csak becslések lehetnek, amely bevett gyakorlat a piacon.
- 29) A fenti közléssel kapcsolatban előadja még, hogy az Erste Bankkal tárgyalást folytattak, amelynek során szóban megállapodtak 3.000 darab Haszon Magazin előfizetés megvételéről, amelyet a 2005. júliusi prezentációban már figyelembe vett. Az Erste Bank végül csak a 2005. évi 10. és 11. számokból vásárolt, 1250-1250 darabot, amelyet számával igazolt. Előadja, hogy végül 2005. októberében ténylegesen 33.000 darab volt a nyomtatott példányszám, amely már nem maradt el lényegesen a kommunikált 36.000 darabos példányszámtól.
- 30) Az eljárás alá vont a jogsértést nem ismerte el. Arra az esetre azonban, ha a Versenytanács mégis jogsértőnek ítélné a magatartását kérte az eljárás során tanúsított együttműködő magatartásának a figyelembe vételét az esetleges bírság megállapításával kapcsolatban.

VI.

A Versenytanács határozata

- 31) A Tpv. 8.§ (1) bekezdése szerint tilos a gazdasági versenyben a fogyasztókat megtéveszteni. A Tpv. 8.§ (2) a) pontja szerint a fogyasztók megtévesztésének minősül különösen, ha az áru ára, lényeges tulajdonsága tekintetében valótlan tény vagy valós tény megtévesztésre alkalmas módon állítanak, a c) pontja szerint ilyennek minősül, ha az áru értékesítésével, forgalmazásával összefüggő, a fogyasztó döntését befolyásoló körülményekről ... megtévesztésre alkalmas tájékoztatást adnak. A Tpv. 9. §-a alapján a használt kifejezéseknek a mindennapi életben, illetőleg a szakmában elfogadott általános jelentése az irányadó annak mérlegelésénél, hogy az adott tájékoztatás a fogyasztók megtévesztésére alkalmas-e.

- 32) A Tpv. 14. §-a értelmében az érintett piacot a vizsgált termék vagy szolgáltatás és a földrajzi terület figyelembevételével, ezek kombinációjaként kell meghatározni. Az eljárással közvetlenül érintett árun túlmenően a piac-meghatározás szempontjából figyelembe kell venni az azt – a felhasználási célra, az árra, a minőségre és a teljesítés feltételeire tekintettel – ésszerűen helyettesíteni képes árakat (keresleti helyettesíthetőség), valamint a kínálati helyettesítés szempontjait.
- 33) Az érintett termék eljárás alá vont Haszon Magazin című kiadványa nyomtatott sajtótermék, üzleti-gazdasági jellegű havilap. Helyettesítői a hasonló profilú havi-, és korlátozottan a hetilapok. Az érintett termékpiac tehát az üzleti-gazdasági jellegű heti és havilapok magyarországi piaca. A terjesztési információk alapján megállapítható, hogy az érintett piacon az eljárás alá vont piaci részesedése valószínűsíthetően meghaladja a 10 százalékot.
- 34) A nyomtatott sajtó vonatkozásában - a Legfelsőbb Bíróságnak a Vj-125/1996. számú ügyben hozott Kf. II. 27.254/1998/5. számú ítéletében foglaltaknak is megfelelően - meg kell különböztetni a fogyasztók két körét, a lap olvasóit és a lapban reklámot megjelentetni szándékozókot (Vj-14/2004, Vj-198/2005.). A Versenytanács konzekvens gyakorlata szerint a nyomtatott sajtótermékek lényeges tulajdonságai a lapterjesztési jellemzők, a forgalmazási és az értékesítési adatok, az olvasottsági mutatók és nem utolsósorban konkrétan a lap példányszáma (lásd a Vj-194/1996, Vj-181/1998, Vj-116/2000, Vj-21/2002, Vj-14/2004, Vj-15/2004 számú versenyfelügyeleti eljárásokban hozott határozatok).
- 35) A fogyasztók vállalkozások általi tájékoztatásának számos formája létezik. A tájékoztatás a megtételének helyétől, formájától függetlenül versenyjogi értékelés tárgya lehet. Így versenyjogilag releváns tájékoztatás a Versenytanács Vj-22/2004. számú eljárásban kifejtettek szerint, amelyet az adott vállalkozás az általa készített és alkalmazott médiaajánlatokban tesz, amennyiben ezek a versenyjogilag releváns fogyasztói döntés meghozatala előtt válnak ismertté a fogyasztók előtt, s elemeit képezik annak a tájékoztatásnak, amelyet a vállalkozás nyújt a (potenciális) fogyasztók számára. Az interneten történő közzététel révén ezen tájékoztatások nagyszámú fogyasztó tájékoztatására is alkalmasak, a prezentációk, személyes megkeresések révén ugyanakkor kisebb, ám célzottan megkeresett kör szerezhethet tudomást az adatokról.
- 36) A példányszámra vonatkozó közlés azon vállalkozások részére hordozott üzenetet, kik a példányszám ismeretében döntenek arról, hogy melyik - a lap tematikája szerint nekik megfelelő - kiadványban jelentetik meg hirdeteiket, figyelembe véve azt, hogy a hirdetést megjelentetők alapvető érdeke az is, hogy minél több olvasóhoz jusson el az adott kiadványban elhelyezett hirdetés (Vj-21/2002, -14/2004.). A lap példányszámára vonatkozó, a tényeknek meg nem felelő tájékoztatást nem lehet alapozni egy üzleti terven alapuló, természetéből adódóan bizonytalan prognózisra, illetve arra, hogy a lapban megjelenő reklámok szervezése már a lap kiadása előtt megkezdődik (Vj-71/2004.). A Versenytanács rámutatott a Vj-72/2004. sz. ügyben arra, hogy a hirdetések szempontjából másodlagos jelentőségű, hogy a példányszám hány százaléka kerül vásárlás révén, illetőleg ingyenesen a fogyasztókhoz.
- 37) A 2005 májusa és szeptember között az Interneten közzétett médiaajánlatban szereplő 36.000-es példányszámot a 2005. január-április közötti időszakra vonatkozó *auditált* Matesz adatok csak részben támasztották alá. A *nyomott példányszám* tekintetében (január kivételével) valamennyi hónapban, a *terjesztett példányszám* tekintetében viszont csak februárban. A *nem auditált* gyorsmérleg adatok alapján a terjesztett példányszám nem tért el számottevően ettől. Igaz, hogy a gyorsmérleg az eljárás alá vont által szolgáltatott, külső forrásból nem ellenőrzött adat, de 2005 májusában csak ez a forrás, azaz a 2005. I. negyedévi gyorsmérleg állhatott az eljárás alá vont, ill. a megrendelői rendelkezésére ahhoz, hogy a 36.000-es médiaajánlat megalapozottságát megítélhessék. Ugyanakkor 2005 májusát követően az eljárás alá vont számára már folyamatosan ismertté váltak az ajánlatban szereplőnél lényegesen alacsonyabb májusi, júniusi, illetve a II. negyedévi terjesztési adatok, amelyeket viszont a fogyasztók csak a szeptemberben megjelenő II. negyedévi nem auditált gyorsjelentésből ismerhettek meg. Ebből az következik, hogy 36.000-es médiaajánlatról az eljárás alá vontnak tudnia kellett, hogy annak megalapozottsága hónapról

hónapra csökken, mégsem módosította az Internetes oldalon adott médiaajánlatát egészen 2005 szeptemberéig.

- 38) Az eljárás alá vont arra hivatkozott, hogy a médiapiacra szokásos gyakorlat, hogy a példányszámokra vonatkozó előrejelzések becslések, amelyek a későbbi tényleges piaci folyamatok hatására változhatnak. Azt is állítja, hogy a hirdetőket elsősorban nem a nyomtatott, hanem az értékesített, illetve a terjesztett példányszámok érdeklik. Ezen állításokat a Versenytanács nem vonja kétségbe, az eljárás alá vont magatartását azonban ez nem magyarázza. 2005 májusának közepétől ugyanis azt állította a médiaajánlatában, hogy havonta 36.000 darabot fog kinyomtatni, miközben 2005. júniusától kezdődően ennél lényegesen kisebb példányszámban jelentette meg a lapot (2005 júniusában például csak 30.507 példányszámban). Miközben tehát az Internetes honlapján továbbra is 36.000 darabot kommunikált, a valóságban már szándékában sem volt ennyit kinyomtatni, hiszen a nyomtatási rendeléseket legkésőbb az előző hónapban már el kell küldeni. Ennek következtében viszont a terjesztett példányszámra vonatkozó közlése sem lehetett valós, hiszen hogyan tudott volna 36.000-et terjesztetni a lapból, ha ennél néhány ezerrel kevesebb szándékozott kinyomtatni?
- 39) A hirdetőket valóban elsősorban nem a nyomtatott, hanem a terjesztett példányszámok érdeklik. Ez azonban csak a múltbeli adatok elemzésére lehet automatikusan igaz, hiszen utólag valóban kevésbé fontos egy hirdetőnek az a tény, hogy egy kiadó mennyit nyomtatott ki a lapból, és elsősorban azt nézi, hogy a ténylegesen mennyit terjesztett. Ugyanakkor, ha egy kiadó rendszeresen számottevően többet nyomtat ki egy lapból, mint amennyit ténylegesen terjeszt, és ezt huzamosabb időn keresztül csinálja, ez valószínűleg gazdaságtalan, és a hirdetőt ez óvatossá teheti. Esetünkben azonban nem a múltbeli, hanem a jelenre, illetve a közeli jövőre vonatkozó közlésekről van szó. A terjesztett, de különösen az értékesített példányszám előrejelzése szükségszerűen csak becslés lehet, és a hirdetők is így kezelik. A nyomtatott példányszám közlése azonban, különösen a jelenre, illetve az elkövetkező néhány hónapra nézve már kizárólag a kiadó döntését tükrözi. Amikor az eljárás alá vont a 2005 májusi médiaajánlatában 36.000 db nyomtatott példányszámot ígér, akkor ezt a hirdetők nem becslésnek, hanem a kiadó szándékát kifejező döntésének veszik. Súlyosan megtévesztő a hirdetők szempontjából az, ha a kiadó a saját szándékáról is valótlanul nyilatkozik.
- 40) Az ugyanezen médiaajánlat 2. oldalán szereplő 36.000 darabos terjesztett példányról szóló közlést önmagában (ha azt a 6. oldalon nem követte volna a 36.000 darabos nyomtatott példányszám közlése) tekinthető lett volna becslésnek. Az összes terjesztett példány már 2005. februárja óta folyamatosan csökkent, és a csökkenés különösen 2005. májusától kezdve vált drasztikussá (több mint 10.000 példánnyal csökkent februárhoz képest). Ezért ez a becslés önmagában véve is megalapozatlan. Amint azt a Vj-71/2004. sz. ügyben a Versenytanács leszögezte, egy lap példányszámára vonatkozó, a tényeknek meg nem felelő tájékoztatást nem lehet alapozni egy üzleti terven alapuló, természetéből adódóan bizonytalan prognózisra. Az Erste Bankkal folytatott tárgyalásokra, annak lezárulása előtt ugyancsak nem lehet jogszerűen hivatkozni. E tárgyalások kimenetelének bizonytalanságát mutatja az is, hogy végül is csak az októberi és a novemberi számból rendelt a bank 1250 darabot, ami tehát a május és szeptember közötti médiaajánlat megalapozására nem alkalmas. Jelen esetben azonban az egyébként a terjesztésre vonatkozóan a fentiek szerint önmagában is megalapozatlan 36.000-es adatot a ténylegesen nyomtatni szándékoló példányszám eleve valótlaná tette.
- 41) Az eljárás alá vont nem adott kielégítő magyarázatot arra, hogy a 2006. áprilisi médiaajánlatában miért szerepeltette továbbra is a 36.000-es *nyomtatott* példányszámra vonatkozó adatot. A rendelkezésre álló nettó nyomott példányszámra vonatkozó tényleges adatok havi átlaga mind 2005. IV., mind pedig 2006. I. negyedévében ettől lényegesen kisebbek voltak. Különösen jelentős az eltérés 2006. I. negyedéve vonatkozásában, ahol az ajánlott 36.000 helyett ténylegesen csak átlagosan havi 31.200 példányt állított elő az eljárás alá vont.
- 42) Azzal védekezett, hogy a nyomtatott példányszámra vonatkozó előrejelzésnél figyelembe vette a Haszon Karrier különkiadvány nyomtatott példányszámait is. Ezt a védekezést azonban a

Versenytanács nem fogadta el tekintettel arra, hogy a hirdetőik szempontjából a Haszon Magazin és a Haszon Karrier különkiadvány két önálló kiadványnak számított, mivel a hirdetéseket mindkettőben egymástól függetlenül kellett megrendelni. A Haszon Magazin példányszámába a különkiadványt legfeljebb akkor lehetett volna beszámítani, ha az abban elhelyezett hirdetések automatikusan, minden külön megrendelés és fizetés nélkül a különkiadványban is megjelentek volna. E feltétel hiányában a két kiadvány példányszáma a hirdetőik szempontjából semmiképpen nem vonható össze. Ezért a különkiadvány Haszon Magazin 2006. áprilisi médiaajánlatában szerepeltetett példányszámok (ezen belül a nyomtatott példányszámok) valóságtartalmának alátámasztására nem vehető figyelembe.

- 43) Az eljárás alá vont 2005 júniusi prezentációs anyagát (amelyben a HVG-vel való összehasonlítás az 5. dián hiányzik), nyilatkozata szerint, mindössze nyolc személlyel közölte, ezért ez a közlés, a fogyasztók csekély számára tekintettel nem alkalmas a megtévesztésre.
- 44) A Versenytanács elfogadta az eljárás alá vont magyarázatát a 2005 júliusi prezentációs anyagában szereplő októberi előrejelzésre vonatkozóan. A 2006. júliusi prezentációs anyag terjesztésére már az előző havinál sokkal szélesebb körben került sor. A 2006 júliusi prezentációs anyagot az eljárás alá vont 200 vállalkozásnak küldte meg, amely – tekintettel a fogyasztók speciális körére (reklámozó cégek) – nem tekinthető csekély számúnak. Ugyanakkor az eljárás alá vont, eladása szerint, ekkor már tárgyalásban állt az Erste Bankkal egy jövőbeni jelentősebb megrendelésről, amely az októberre vonatkozó előrejelzés alátámasztásával összefüggésben már figyelembe vehető. Az e tárgyalások tárgyát képező 3000 előfizetés beszámítása esetén a 36.000 darabos előrejelzés már nem tért el lényegesen attól, amire júliusban megalapozottan számítani lehetett.
- 45) A Matesz 2005. II. negyedévi gyorsjelentéséhez szolgáltatott kiugróan magas szám adatokkal kapcsolatban a Versenytanács elfogadta az eljárás alá vont védekezését. Eszerint a kiugróan magas számok olyan hibák, amelyek a "sajtópiaci tapasztalattal rendelkező" felhasználóknak rögtön "szemet szúrnak", ezért azokat – a korábbi havi adatok alapján – valószínűsíthetően negyedévi adatokként kezelték, amelyből a havi adatokra egyszerű osztással lehetett következtetni.
- 46) A fentiek alapján Versenytanács megállapítja, hogy az eljárás alá vont Internetes honlapján 2005 júniusa és szeptembere között látható médiaajánlatában a nyomtatott és a terjesztett, a 2006 áprilisában elhelyezett médiaajánlataiban pedig a nyomtatott példányszámokra vonatkozóan tényadatokkal alá nem támasztható, valótlan adatokat közölt a fogyasztóival. Valótlan adatok közzététele önmagában, objektíve megvalósítja a Tpv. 8. § (1) bekezdésébe ütköző magatartást, ha az érdemben képes a fogyasztók döntéseit befolyásolni. Erre az áru bármely lényeges tulajdonságára irányuló piaci közlés alkalmas, a hirdetőik számára a példányszámok nyilvánvalóan ennek számítanak. A jogsértést megállapítására a Tpv. 77. § (1) bekezdésének d) pontja alapján került sor.
- 47) A Versenytanács, a Tpv. 78. § (1) bekezdése alapján, az ügyben bírság kiszabását tartotta indokoltnak, amelynek összegét a Tpv. 78. § (3) bekezdésében rögzítettek szerint állapította meg. A 2005. júniusától szeptemberéig tartó időszakra vonatkozó médiaajánlatban a saját szándékával sem alátámasztható, valótlan nyomtatott példányszám közlése különösen súlyos jogsértésnek minősül, amely a "sajtópiaci tapasztalattal rendelkező felhasználók", azaz a hirdetőik megtévesztésére is alkalmas volt. A hirdetőik ugyanis a médiaajánlat közzétételének időszakában nem tudhatták, hogy az eljárás alá vontnak szándékában sem állott a közölt példányszámban kinyomtatni a Haszon Magazint. A ténylegesen nyomtatni szándékozott példányszám gyors csökkenésére ráadásul a korábbi gyorsjelentések adatai alapján sem lehetett következtetni. Semmi sem utalt arra, hogy a kiadó júniusban 5.500 példánnyal csökkenteni fogja a nyomtatott példányszámot. Következésképpen a 36.000-es nyomtatott példányszám közlése még a tapasztalt hirdetőket is megtéveszthette, hiszen semmi okuk nem lehetett annak valóságtartalmában kételkedni.

- 48) A nyomtatott példányszám a jövőre vonatkozóan nyilván csak kiindulásul szolgálhat arra vonatkozóan, hogy ennek alapján a hirdetőknél fontos terjesztett példányszám alakulását megbecsülhessék, illetőleg, hogy a kiadó által közölt becslés megalapozottságát megítélhessék. Ha azonban már a kiindulásul szolgáló adat is lényegesen eltér a valóságostól, akkor az ebből kiinduló becslés is szükségszerűen megalapozatlan lesz, amelynek ellenőrzésére a médiaajánlat közzétételének idején még sem gyorsjelentés, sem pedig auditált adat nem állt rendelkezésre. Mindezek miatt a hirdetőknél a megalapozott médiaajánlat közzétételéhez fűződő jogos érdekeiket súlyos sérelem érte, amelynek a bírság összegében is ki kell fejeződnie.
- 49) A 2005-ös médiaajánlatához képest a 2006. áprilisi ajánlat megismétli a jogsértést azáltal, hogy megint 36.000 darab nyomtatott példányt ígér, miközben az előző három havi ténylegesen kinyomtatott példányszám havonta alig haladta meg a 31.000-et. Ennyiben a 2006. áprilisi médiaajánlat tovább erősítette a jogsértés megtevesztő jellegét. Ugyanakkor a terjesztett példányszámokra vonatkozóan már a korábbi ténytűszámoknak pontosan megfelelő példányszám (24.000) szerepelt. Ez a közlés azonban legfeljebb a hirdetőket elbizonytalanítására alkalmas, mert nincs ésszerű magyarázat arra vonatkozóan, hogy miért akar a kiadó 36.000 példányt nyomtatni, miközben csak 24.000 példány terjeszthetőségére számít. (Ebben a számban – az értékesített példányszámon felül – már az ingyenesen terjeszteni kívánt példányok is benne vannak.)
- 50) A verseny veszélyeztetettségével kapcsolatban a Versenytanács figyelembe vette azt is, hogy a médiapiacra – a korábbi eljárások tapasztalatai alapján megállapíthatóan – láthatóan nem működnek jól a piacok szokásos "öntisztulási" folyamatai. A kiadók ugyanis elvileg számíthatnának arra, hogy amennyiben a médiaajánlataik megalapozatlansága később világossá válhat a hirdetőket előtt, akkor ez csökkentheti a bizalmat a kiadó iránt, ami a hirdetési megrendelések csökkenését eredményezheti. A Matesz gyorsjelentései, illetve az auditált adatai ugyanis elvileg bármely felhasználó számára elérhetőek. A hasonló ügyek viszonylag nagy száma (az utóbbi négy-öt évben több mint tíz eset) viszont arra enged következtetni, hogy még mindig akadnak olyan kiadók, amelyek ezzel az "öntisztulással" komolyan nem számolnak. Ezek közé tartozik az eljárás alá vont is.
- 51) A Versenytanács nem talált olyan körülményt, amely az eljárás alá vont javára, a bírságot csökkentő tényezőként figyelembe lett volna vehető. (Nem tekinthető ilyennek önmagában az a körülmény, hogy az eljárás során az eljárás alá vont minden, a GVH által kért információt rendben szolgáltatott. Az eljárásban történő együttműködés az eljárás alá vont törvényi kötelezettsége, nem külön érdemlésre számot tartó magatartás.)
- 52) A bírság megállapított összege az eljárás alá vont 2005. évi árbevételének 4,5 %-a, ami alatta marad a Tpv. 78. § (1) bekezdésében megállapított törvényi maximumnak.
- 53) A határozat elleni jogorvoslat lehetőségét a Tpv. 83. § (1) bekezdése biztosítja.

Budapest, 2006. október 19.