



GAZDASÁGI  
VERSENYHIVATAL

## GVH bírság az FHB-nek

**A FHB Jelzálogbank Nyrt. (FHB) lakáshitel termékeihez nyújtott hitelfedezeti életbiztosításról 2004 és 2006 között adott egyes tájékoztatásai alkalmasak voltak a fogyasztók megtévesztésére – állapította meg a Gazdasági Versenyhivatal (GVH). A pénzügyi emiatt 10 millió forint bírság megfizetésére köteles.**

A GVH 2008 nyarán indított eljárást az FHB Nyrt. ellen. A bank 2004 és 2006 között közzétett hirdetéseiben lakáscélú hiteleihez ingyenes hitelfedezeti életbiztosítást kínált. (A hitelfedezeti életbiztosítások a pénzügyi szervezetek által nyújtott kölcsönök egyik sajátos biztosítékának minősülnek. Esetükben a biztosító arra vállal kötelezettséget, hogy az adós halála esetén a hitelező részére megfizeti az adós még fennálló tartozásának összegét.) 2004. június 1-jét követően a bank Üzletszabályzatában rögzítésre került, hogy „a hitelfedezeti életbiztosítás teljes futamidő alatti fenntartására az FHB nem vállal kötelezettséget. A hitelfedezeti életbiztosítás megszüntetését az FHB üzleti stratégiájában, eredményességében bekövetkezett, illetőleg egyéb lényeges változások indokolhatják”.

A GVH szerint a pénzügyi szolgáltatások esetében kiemelkedően fontos a fogyasztók pontos, megfelelő tájékoztatása. Annál is inkább, mert – éppen a termék sajátosságai következtében – az értékesítési folyamatban a felek közötti bizalomnak is meghatározó szerepe van. A fogyasztók ismereteinek a banki szolgáltatások területén lévő hiányosságai, valamint a pénzügyi szervezetek szakmai hozzáértése iránti kényszerű bizalom igen hangsúlyossá teszi a fogyasztókat tájékoztató vállalkozások versenyjogi felelősségét. Miután a szolgáltatás – jellegéből adódóan – a fogyasztói oldalt részben kiszolgáltatottá teszi, alappal várható el a vállalkozásoktól a teljes, alapos, korrekt, megbízható tájékoztatás. Csak így kerülhet a fogyasztó olyan helyzetbe, hogy megalapozottan hozzon döntést az adott banki szolgáltatás esetleges igénybevételéről.

Kiemelendő továbbá, ha a reklámozó bármiféle tényközlésbe belebocsátkozik, akkor a reklámnak a fogyasztói döntést megalapozó lényeges, releváns információkat tartalmaznia kell. A fogyasztó ugyanis a megjelenő, illetve elhangzó információkat értékeli, és adott esetben nem méri fel azt, hogy a tájékoztatás nem teljes körű. Ilyenkor a reklámozó a felelősség, hogy a reklám terjedelmi korlátai között meghatározza az átlagfogyasztó számára a tájékozott fogyasztói döntés meghozatalához elengedhetetlenül szükséges minimális információk körét.

A versenyhatóság véleménye szerint jelen esetben a fogyasztók számára a különböző vállalkozások és termékek közötti választás során lényeges körülménynek minősül, hogy a kínált lakáshitel termékekhez a hitelező ingyenes hitelfedezeti életbiztosítási terméket is ad. Ezt igazolja, hogy az FHB az ingyenes életbiztosítás nyújtását 2004 és 2006 között rendszeresen szükségesnek ítélte reklámjaiban megjeleníteni, illetve hogy a reklámok az ingyenességet hangsúlyozták, márpedig az ebből eredő költségmegtakarítás nyilvánvalóan hatással bír a fogyasztói döntésekre. Ezzel összefügg az a körülmény is, hogy egyes bankok

megkövetelik a hitelfedezeti életbiztosítás megkötését, amelynek költsége befolyással bír a versenytársak közötti választás során.

Az FHB reklámjai alapján tehát a fogyasztók azt hihették, hogy ha a bank által kínált hitel terméket választják, akkor ezzel együtt a futamidő végéig egy életbiztosítási fedezetben is részesülnek, amelyért nem kell fizetniük. Csakhogy az FHB Üzletszabályzata értelmében a bank nem vállalt kötelezettséget az ingyenes hitelfedezeti életbiztosítás futamidő végéig tartó fenntartására. 2008 tavaszán meg is szűnt az ingyenes életbiztosítási fedezet igénybevételeének lehetősége.

A bank magatartása alkalmas volt a fogyasztók megtévesztésére, így a GVH 10 millió forint bírságot szabott ki az FHB Nyrt-re.

A bíróság összegének meghatározásakor súlyosító körülménynek bizonyult, hogy a megtévesztőnek minősített 2004 és 2006 közötti hirdetések hosszú időn keresztül elérhetőek voltak, a fogyasztók széles köréhez juthattak el és a jogtévesztő magatartás a fogyasztót hosszú időre megkötő ügyletekkel összefüggésben valósult meg. A GVH azonban enyhítő körülményeket is figyelembe vett. A bank a reklámok egy része esetében elismerte felelősségét, s e körben ígéretet tett a fogyasztói sérelmek orvoslására. Az FHB azt vállalta, hogy azon fogyasztók, akik 2004. június 2. és 2006. december 31. között kötöttek kölcsönszerződést és korábban még nem csatlakoztak, 2009. február 1. és 2009. március 31. között lehetőséget kapnak arra, hogy csatlakozzanak az eljárás alá vont tulajdonában álló FHB Kereskedelmi Bank Zrt. által már korábban kialakított és működtetett (az Allianz Hungária Biztosító Zrt.-vel kötött szerződésen alapuló) csoportos hitelfedezeti biztosításhoz. A csatlakozást választó ügyfelek 2009. évben megfizetendő biztosítási díjának 50 százalékát az FHB magára vállalja. A bank jelezte, hogy 2009. január 1-jét követően honlapja főoldalán, illetve 2009. február 1-jétől az aktuális kondíciókat tartalmazó hirdetményben is szerepelteti fenti tartalmú akcióját, továbbá azt két országos napilapban két alkalommal közzé is teszi.

Az ügy hivatali nyilvántartási száma: **Vj-102/2008**.

Budapest, 2009. február 5.

Gazdasági Versenyhivatal  
Kommunikációs Csoport

További információ:

Mihálovits András

Gazdasági Versenyhivatal

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

levél: 1245 Budapest, 5. Pf. 1036

tel: +36-30 618-6618

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

<http://www.gvh.hu>