



GAZDASÁGI
VERSENYHIVATAL
VERSENYTANÁCS

1245 Budapest, Pf. 1036.

Telefon: 472-8864 Fax: 472-8860

VJ-60/2004/91.

A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa az **Aréna Üzemeltető Rt.** (Budapest) I. rendű, a **Multimédia Sound & Lights Kft.** (Budapest) II. rendű és a **Ticketpro Jegyterjesztő Kft.** (Budapest) III. rendű eljárás alá vont vállalkozásokkal szemben gazdasági erőfölénnyel való visszaélés, illetőleg versenykorlátozó megállapodás miatt indult versenyfelügyeleti eljárásban, nyilvános tárgyaláson, meghozta az alábbi

határozatát

A Versenytanács megállapítja, hogy *egyrésztől* az I. rendű Aréna Üzemeltető Rt. és a III. rendű Ticketpro Jegyterjesztő Kft. eljárás alá vont vállalkozások közötti jegyszolgáltatási szerződésnek a III. rendű eljárás alá vont számára a Budapest Sportarénában, a 2003. márciusa és 2005. június 30-a közötti időszakban megrendezésre került rendezvények vonatkozásában kizárólagosságot biztosító kikötései, *másrésztől* az Aréna Üzemeltető Rt. és a II. rendű eljárás alá vont Multimédia Sound & Lights Kft. közötti éves bérleti szerződések, valamint *harmadrésztől* az Aréna Üzemeltető Rt. és a rendezvényszervezők között ezen időszakban, a Budapest Sportaréna rendezvényeire megkötött bérleti szerződéseinek a TicketPro Jegyterjesztő Kft. jegypénztári szolgáltatásainak kötelező igénybevételét előíró kikötései *együttesen* alkalmasak voltak a gazdasági verseny torzítására.

A Versenytanács megállapította, hogy az előző pontban leírt szerződések egyben együttesen sértik a EK Szerződés 81. cikkében foglalt tilalmat is, ezért összeegyeztethetetlenek a közös piaccal.

Egyéb tekintetben az eljárást megszünteti.

E határozat felülvizsgálatát a felek a kézhezvételtől számított 30 napon belül kérhetik a Fővárosi Bírósághoz címzett, de a Versenytanácsnál benyújtandó keresettel.

Indokolás

I.

Az eljárás indításának körülményei

1. Az eljárás megindítását az indokolta, hogy a Gazdasági Versenyhivatal (GVH) tudomására jutott információk szerint az I. rendű eljárás alá vont Aréna Üzemeltető (a továbbiakban: Aréna) Rt. a Budapest Sportaréna üzemeltetése során a rendezvényszervezésben szokásos bérleti szerződésekhez képest jelentősen nagyobb, egyoldalú előnyöket biztosított a maga számára, amely magatartás megvalósíthatja a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló, többször módosított 1996. évi LVII. évi törvény (Tpv.) 21. §-ában foglalt tilalmat, különös tekintettel annak a) pontjában foglaltakra.
2. Az eljárás indítására továbbá az is okot adott, hogy a GVH tudomására jutott információk szerint az I. rendű eljárás alá vont által a II. rendű eljárás alá vont Multimédia Sound & Lights (korábbi nevén: Multimédia Concerts, a továbbiakban: Multimédia) Kft., illetve a III. rendű eljárás alá vont Ticketpro Jegyterjesztő (a továbbiakban: Ticketpro) Kft. vállalkozásokkal, a Budapest Sportaréna üzemeltetésével kapcsolatosan olyan szerződéseket kötött, amelyek alkalmasak voltak a gazdasági verseny korlátozására. E magatartás – a Tpv. 11. §-a szerint – a versenykorlátozó megállapodások tilalmába ütközhet.
3. A fentiek alapján – a Tpv. 67. § (1) bekezdésére figyelemmel, illetve a 70. §-a szerint – 2004. április 6-án a Gazdasági Versenyhivatal versenyfelügyeleti eljárást indított a nevezett eljárás alá vont vállalkozásokkal szemben.
4. A Versenytanács 2005. április 14-én az eljárás EKSz. 81. cikkének vizsgálatára való kiterjesztése mellett döntött (Vj-60/2004/38). A kiterjesztést az alábbiak indokolták:
 - a. Az vizsgálat során valószínűsíthetővé vált, hogy az eljárás alá vontak között megkötött egyes megállapodások, illetve érdekeltségi-irányítási kapcsolatok együttesen azt eredményezhették, hogy más kiemelkedő nemzetközi művész promócióját bonyolító rendezvényszervező vállalkozások (promóterek) csak igen előnytelen feltételek mellett tudnák kibérelni a Budapest Sportarénát. Ezek a promóterek a rendezvényeik egy részét ezért nem hozzák Magyarországra, hanem valamely környező ország erre alkalmas helyszínét veszik igénybe, lemondanak a rendezvényről vagy alacsonyabb szintű szolgáltatást nyújtó helyszínre viszik.
 - b. Az Aréna Rt. és a Ticketpro Kft. közötti jegyértékesítésre vonatkozó kizárólagossági megállapodás alkalmas lehet arra, hogy korlátozza a környező országokból a Budapest Sportarénában megrendezendő események látogatását, tekintettel arra, hogy – a GVH rendelkezésére álló akkori információk szerint – a Ticketpro jegyértékesítési hálózata viszonylag kevés külföldi eladási pontot foglalt magában.
5. Az iratok Tpv. 72. § (1) bekezdés b) pontja szerinti visszaadását követően a vizsgálók a tényállás tisztázása végett további adatokat szereztek be részben az eljárás alá vontaktól, részben egyéb piaci szereplőktől, versenytársaktól.

6. A vizsgált időszak kezdete 2003 márciusa, amely időponttól kezdődően az I. eljárás alá vont a Sportarénát ténylegesen rendezvények lebonyolítása céljából kiadja, illetve hasznosítja. Az időszak vége 2005. június 30-a, az Aréna Rt. Budapest Sportaréna feletti kizárólagos hasznosítási jogait biztosító szerződés megszűnésének napja.

II.

Az eljárás alá vont vállalkozások

7. A Budapest Sportaréna (a továbbiakban: Sportaréna) a leégett Budapest Sportszarnok helyén, az állam (képviselésében a GyISM¹) és az építető közötti koncessziós szerződés alapján épült. A Sportaréna weboldalán található információk szerint a 2000. évi XL. törvény rendelkezett arról, hogy a csarnok minél előbb felépüljön. Az ország teherbíró képessége miatt az építkezés nem állami beruházként valósult meg, hanem magántőkéből, "quasi koncessziós" formában. Az építés jogát elnyert cég francia *Bouygues* cégcsoport a magyar állammal kötött megállapodás alapján a 2003. márciusi megnyitótól számított 20 évig főbérelője és kizárólagos üzemeltetője a Budapest Sportarénának.

8. Az építető a Sportaréna felépítés, illetőleg az építés finanszírozása fejében az államtól a létesítmény hosszú távú üzemeltetésére, ill. hasznosítására kizárólagos jogot kapott. A 2003. márciusi megnyitás előtt módosított megállapodás alapján az állam (illetőleg a GyISM) évente 20+6, számára ingyenes eseménynappal rendelkezik. A Sportaréna fennmaradó idejére az I. rendű eljárás alá vont (az építető cégcsoport képviselésében) szervezhet programokat, amelyek bevételéből kell fedeznie az építéshez felvett hitelek visszafizetését és üzemeltetnie a létesítményt.

9. A Budapest Sportaréna ún. multifunkcionális rendezvénycsarnok, befogadóképessége 12 ezer fő. A csarnok a legmodernebb fény- és hangtechnikával felszerelt. A küzdőtér többféle elrendezés szerint felosztható, maximális nagysága 8 ezer négyzetméter. A Sportaréna leginkább sportrendezvények, zenei és színházi előadások, koncertek, kiállítások, vásárok, politikai, vallási vagy egyéb célú gyűlések, összejövetelek, konferenciák, vállalati rendezvények lebonyolítására alkalmas.

10. Az Aréna Rt-t a Cégbíróság 2001. augusztus 27-én jegyezte be 315 millió forint tőkével. A cég igazgatósági tagjai és a felügyelő bizottság tagjai – egy kivételével – külföldi lakosok, a működő cégben érintett ország – Magyarországon kívül – Franciaország. Az Aréna Rt-nek két tulajdonosa volt: 99,9 %-nyi részvényhányaddal a francia Bouygues Batiment, ill. 0,01 %-ban a Bouygues Hungária vállalkozások. Az igazgatósági tagok a Bouygues Batiment alkalmazottai közül kerültek ki.

11. Az Aréna Rt-t ténylegesen – a GyISM, a Sportaréna tulajdonjogát ténylegesen gyakorló Rendezvénycsarnok Rt. és az Aréna Rt. között létrejött Üzemeltetési Megállapodás alapján – az ugyancsak francia érdekeltségű Horode Hungária Kft. által kijelölt menedzsmenst működteti. A Horode Hungária Kft. – mint a Horode nemzetközi rendezvényszervezői cégcsoport magyarországi leányvállalata – a Bouygues Batiment

¹ Gyermek, Ifjúsági és Sportügyi Minisztérium

felkérésére, az GyISM egyetértésével végzi a cég működtetését és adja az ún. Kulcs Menedzsereket, akiknek a kijelölésében az állam képviselőjének vétő joga van. A Bouygues és az Horode cégcsoport között irányítási kapcsolat – az Aréna Rt. érintő fent leírt kapcsolaton túlmenően – nincs.

12. A fent hivatkozott Üzemeltetési Megállapodás kötelezi az Aréna Rt-t saját jegyrendszer felállítására. A menedzsment ennek olyan formában tett eleget, hogy megszerezték a Ticketsoft jegyértékesítő rendszert az Aréna Rt. számára. A jegyértékesítő rendszer használati joga az Horode Hungária Kft. közvetítésével került az Arénához.

13. A Ticketsoft jegyértékesítő rendszer a 2908026 Canada Inc. tulajdona, amelynek használati jogát egy csehországi leányvállalatán keresztül a Horode Hungária Kft. vállalkozásnak átengedte. A 2908026 Canada Inc. cserébe megkapta a Budapest Sportaréna jegyértékesítési hardware rendszerének használati jogát, valamint a belépők exkluzív jegy kibocsátási és forgalmazási jogát minimálisan 5 évre, valamint egy opcióval a szerződés további 5 éves meghosszabbítására. A 2908026 Canada Inc. a Multimédia Concerts Kft-t irányító cégcsoport részvételével a Ticketsoft jegyértékesítő rendszer Sportaránát érintő felhasználására létrehozta a Ticketpro Kft-t.

14. A Ticketpro Jegyterjesztő Kft-t a Cégbíróság 2003. március 13-án jegyezte be 3 millió forint alaptőkével. A Kft-nek – a 2004. április 23-i cégkivonat szerint – két tagja van: a Multimedia International Kulturális és Szolgáltató Kft. (jelentős befolyással) és a 2908026 Canada Inc. kanadai cég (többségi irányítást biztosító befolyással). A Ticketpro tulajdonosi-irányítási viszonyai többször módosultak. A jelen eljárás szempontjából annak van jelentősége, hogy a Ticketpro Kft. tulajdonosi körében a Multimedia cégcsoport, különböző vállalkozásai, illetve ezen vállalkozások vezető tisztségviselőin keresztül jelentős, de kisebbségi tulajdonosi befolyással folyamatosan jelen van.

15. A társasági szerződés szerint a többségi tulajdonos a kizárólagos tulajdonosa a Ticketpro jegyértékesítési software-ének, a Ticketsoft-nak. A Ticketpro társasági szerződésének alapján a Multimedia Concerts Kft. koncertjeinek kizárólagos jegyárúsítási jogaival Magyarországon a Ticketpro rendelkezik.

16. A Multimédia Concerts Kft. 1997. szeptember 17-én került cégjegyzésre, 15 milliós tőkével. A többségi irányítással rendelkező tagja a Nagy-Britanniához tartozó Channel Islands-on bejegyzett Multimedia Organisation (Europe) Limited. Ezen kívül egy külföldi és egy magyar kisebbségi üzletrész tulajdonosa van.

III.

A Budapest Sportaréna működésének körülményei

17. A Budapest Sportcsarnok újjáépítésével kapcsolatos beruházási szerződés megkötéséről szóló 2342/2000. (XII. 29.) Korm. határozat 6. pontjának felhatalmazása alapján, a Magyar Köztársaság Gyermek-, Ifjúsági és Sportminisztériuma, az Aréna Üzemeltető Rt., valamint a Rendezvénycsarnok Ingatlanfejlesztő és Kezelő Rt. között létrejött *Üzemeltetési Szerződés*ben, valamint a minisztérium Szervezeti és Működési Szabályzatában foglaltakkal összhangban, az új Budapest Sportaréna üzemeltetésével

kapcsolatosan a Gyermek-, Ifjúsági és Sportminisztériumot megillető Minisztériumi Eseménynapok (állami eseménynapok) elosztásának rendjét a 19/2003. (IX. 15.) sz. GyISM utasítás melléklete határozza meg.

18. Az Aréna Rt. kizárólagos jogosultsággal hasznosítja a Sportarénát annak megnyitása, 2003. márciusától kezdődően. A hasznosítás módja a Sportaréna bérbeadása. A bérbevevők rendezvényszervező vállalkozások, amely abból a körből kerültek ki, amelyek a rendezvényszervezés terén már több sikeres produkciót lebonyolítottak. A megnyitás óta – a sportrendezvényeket, illetve a minisztériumi eseménynapokat figyelmen kívül hagyva – egynél több rendezvénye csak két vállalkozásnak (köztük a II. rendű eljárás alá vontnak) volt. A minisztériumi eseménynapokat nem számolva, a vizsgált időszakban megrendezett, összesen 31 rendezvény közül 27-re a Multimedia szervezésében került sor. A vizsgált időszak hosszát (másfél év) tekintve és figyelemmel a minisztériumi eseménynapokra (amelyek egy részét a minisztérium nem is vette igénybe, a Budapest Sportaréna kihasználtsága alacsonynak mondható.

19. Az Aréna Rt. és a Ticketpro Kft. között "Ticketing Service Agreement" (a továbbiakban: Jegyszolgáltatási Megállapodás elnevezésű szerződés jött létre, miszerint az Aréna Rt. a Budapest Sportaréna jegypénztárának kizárólagos üzemeltetési jogával a Ticketpro Kft-t bízta meg. A Jegyszolgáltatási Megállapodás értelmében a Ticketpro szolgáltatja a jegyértékesítéshez szükséges szoftvert és hardvert, valamint elvégzi minden, a Sportaréna rendezvényeire vonatkozó jegyekkel kapcsolatos szolgáltatást. A Ticketpro e szolgáltatásainak feltételeit az ún. "Rules of Box Offices Services"² dokumentum határozza meg. A Jegyszolgáltatási Megállapodás 5 évre szól.

20. A jegyszolgáltatási feladatok közé tartozik a jegy előállítása, jegyirodai, a telefonos ügyfélszolgálaton keresztül és az on-line jegyértékesítés, illetve a jegyek ellenőrzésére alkalmas beléptető rendszer működtetése. Ennek keretében az Aréna biztosítja díjmentesen a hardvert, míg az Arénában lévő jegyirodát bérleti díj fejében biztosítja a Ticketpronak. Az Aréna a Ticketpro-t megbízta azzal, hogy a rendezvényszervező jegybevételeinek az Arénát megillető részét az elszámolásig visszatartsa. A Ticketpro köteles az Aréna kérésére rendelkezésre bocsátani minden jegyértékesítéssel kapcsolatos információt: az eladott jegyek számától kezdve az eladás helyéig és idejéig, módjáig.

21. A szerződés egyrészt a piaci rendezvényekre, másrészt a minisztériumi napokra is érvényes azzal, hogy erre vonatkozóan a Ticketpro a jegyszolgáltatást ingyenesen köteles elvégezni a Minisztérium (mint kvázi rendezvényszervező) részére.

22. Az Aréna Rt. a leendő rendezvényszervezőkkel részletes, több lépcsőben megvalósuló bérleti szerződést kötött. A rendezvényszervező a "Budapest Sportaréna Általános Bérleti Feltételei" (a továbbiakban: ÁSZF) ismeretében és elfogadása mellett kezdeményezi a rendezvényének programba vételét (első opció). A későbbi pontosítás után kerül sor a bérleti szerződés, valamint az alábbiak szerinti kapcsolódó szerződések megkötésére az Aréna Rt. mint bérbeadó, illetve a jegyszolgáltatással megbízott Ticketpro és a rendezvényszervező mint bérbevevő között.

² A dokumentum magyar nyelvű változata a "Jegypénztári Szabályzat".

23. A bérleti díj a rendezvény nettó bevételének 15 %-a, egy minimális és egy maximális díjösszeg meghatározása mellett. A fizetési feltételek szerint a tervezett bevétel alapján számolt teljes összeg első részletét (az összeg 30 %-a) a szerződés aláírásakor kell teljesíteni, mely egyben foglaló is. A következő részösszeget (az összeg 60 %-a) egy hónappal a rendezvény kezdőnapja előtt, az utolsó fizetést (az összeg 10 %-a) a rendezvény kezdőnapja előtt 15 nappal kell megfizetni. Ettől eltérő fizetési feltételek is ismertté váltak, amikor az első, 20 %-os részlet megfizetésére a szerződés aláírásakor, a következő 30 %-ra két hónappal a rendezvény előtt, a harmadik, 40 %-os részletre egy hónappal a szerződés aláírása előtt, végül a fennmaradó összegre a rendezvény kezdőnapja előtt 15 nappal került sor. A bérbeadói jutalék megfizetésének módját az ÁSZF tartalmazta.

24. A rendezvényszervező köteles volt az Aréna jegyértékesítő partnerével, azaz a Ticketpro-val Jegypénztári Megállapodást kötni, amelyben vállalta, hogy minden egyéb olyan jegyeladási szolgáltatást (szolgáltatót) kizár az értékesítésből, amely nem a Ticketpro-n keresztül értékesíti a jegyeket. A szervező az Arénával való bérleti szerződésének aláírása napján köteles a Ticketpro-val is megkötnie a szerződést. A jegypénztári szolgáltatásokat csak a Ticketpro láthatja el, és kizárólag a Ticketpro és a jegyirodái számítógépes rendszerével nyomtatott jegyek tekinthetők érvényesnek.

25. A jegyértékesítés a következő platformokon zajlik: az Aréna jegypénztára, a Ticketpro telefonos ügyfélszolgálati központja, a Ticketpro weblapja, és a Ticketpro partner jegyirodáin keresztül. Lehetőségként említi a szerződés, hogy – meghatározott feltételekkel – a rendezvényszervező is kiválaszthat jegyértékesítőket (ún. Disztribútor), amennyiben a Ticketpro azt előzetesen, írásban jóváhagyja. A rendezvényszervező fenntarthatja magának a jogot arra, hogy bizonyos számú jegyet (max. az összes jegy 10 %-át) saját hálózatának – értve ez alatt klubokat, médiát, szponzorokat – értékesítse, de ezen csoportok számára is a jegyértékesítés csak a Ticketpro-n keresztül folyhat, illetve nem folyhat oly módon, mely a Ticketpro-nak konkurenciát okozna. Ezen disztribútorok a Ticketpro kinyomtatott jegyeit értékesítik, és akkora jutalékra tarthatnak igényt, mint a Ticketpro egyéb jegyirodái (azaz 6 %-ra).

26. A Ticketpro és a rendezvényszervezők közötti jegypénztári Megállapodás későbbi változata szerint a szervező az elvitt jegyek után 8 %-os jutalékot köteles fizetni a Ticketpro felé, de ha nem tudja eladni az elvitt jegyeket, akkor a visszahozhatja azokat hálózati értékesítésre, ekkor a Ticketpro 6 %-os jutalékra jogosult, míg a másik 6 %-ra a jegyet ténylegesen értékesítő vállalkozás.

27. A rendezvényszervező köteles a rendezvényről készített reklámkampányában szerepeltetni a Ticketpro telefonos ügyfélszolgálati számát, webhelyét, logóját, a jegypénztárak címét, az Aréna logóját.

28. A rendezvényszervező a Ticketpro-val Jegypénztári Megállapodást köt. Ezt a szerződést – a fentebb említett módon, a bérleti szerződések alapján – a rendezvényszervezők kötelesek megkötni. A rendezvényszervező vállalja, hogy *a szerződés aláírásától számított 3 évben* – amennyiben az Arénában rendez eseményt - a Ticketpro lesz jegyeinek kizárólagos szállítója, terjesztője és értékesítője.

29. A Ticketpro köteles a rendezvényszervező részére megadni a hálózatán értékesített jegyekre vonatkozó információkat, így „az eladott jegyek számát, a befolyt összeget, a fizetés módját stb.”, amely adatoknak akár egy adott pillanatig vagy egy konkrét időtartamra vonatkozólag hozzáférhetőnek kell lenniük.

30. A Ticketpro köteles a rendezvény reklámozására, megjelenítésére a saját promóciós anyagaiban. A rendezvényszervező a jegy előlapjának tartalmát szabadon meghatározhatja, de a hátoldalon a Ticketpro értékesíthet reklámokat. Ez annyiban változott az újabb szerződésminta szerint, hogy a Ticketpro jogosult meghatározni a jegy alatt, a perforálás és a jegyszöveg között található hirdetési csík tartalmát is.
31. A Ticketpro egyszeri rendezvény esetén legkésőbb a rendezvényt követő második munkanapon, heti vagy havi rendszerességű rendezvény esetén a rákövetkező hétkedden kell az elszámolást átnyújtania a rendezvényszervező részére. Az elszámolás során jogosult visszatartani az Arénát megillető összegeket, és a Ticketpro-t megillető értékesítésért fizetendő jutalékot.
32. A rendezvény pénzügyi eredményéért egyedül a rendezvényszervező felel, és nem hivatkozhat arra, hogy a Ticketpro azt befolyásolta volna. A Ticketpro-t 12 %-os (de minimum 360 HUF) jegyértékesítési jutalék illeti a jegyszolgáltatásokért. Amennyiben a rendezvény elmarad, a Ticketpro-t ugyanúgy megilleti a fenti jutalék.
33. Az újabb szerződésminta szerint a Ticketpro csak a jutalék felére, azaz 6 %-ra tart igényt, ha a rendezvény a szervező hibáján kívüli okból marad el. A Ticketpro a rendezvény megkezdése előtti beeresztési időszakban elektronikus beléptető rendszert üzemeltet, mely alkalmas a jegyek eredetiségének vizsgálatára. A rendezvényszervezőt terheli a Ticketpro elektronikus jegyértékesítéssel, illetve -fizetéssel járó többletköltsége is.
34. Az Aréna Rt. és a Multimedia Concerts Kft. éves bérleti szerződést (Annual rental agreement) kötött, amelyet a felek 2003. májusában írtak alá egy évre, mely időtartam közös megegyezéssel meghosszabbítható. A szerződés egy *általános bérleti előszerződésnek* tekinthető, mely adott rendezvény esetén kiegészítésre kerül a korábban leírt bérleti szerződéssel. A szerződést a felek egy évre meghosszabbították.
35. Ez a szerződés meghatározza a Multimedia által fizetendő bérleti díjakat. A fizetési feltételek eltérnek a más rendezvényszervezők számára általánosan meghatározott fizetési feltételektől, amennyiben a Multimedia a szerződés érvényessége alatt legalább 5 eseményt szervez az Arénában. Ezen túlmenően az Aréna biztosítja a Multimedia számára az „Aréna Első számú Partnere” címet az ezzel járó kedvezményekkel együtt. Ha pedig a szerződés hatálya alatt a Multimedia legalább 10 rendezvényt szervez az Arénában, a 11. alkalmat ingyen és bérmentve kaphatja meg. (A következő évre megújított szerződésben már nem szerepel az „Aréna Első számú Partnere” cím, és 10 rendezvény után a fizetendő bérleti díj "kedvezményes bérleti díj"-ra változott.) Ötnél kevesebb eseménynap lefoglalása esetén a Multimédia elveszti preferált státuszát.

IV.

Alternatív bérleti, rendezvényszervezői és jegyértékesítő rendszerek

36. A rendezvényhelyszínek a környező országokban (Ausztria, Szlovénia, Horvátország, Csehország, valamint Németország) nagyjából az alábbiakban leírt rendszerekben működnek. Az egyik jellemző gyakorlat szerint a helyszínek saját, ún. *in-house*, azaz házon belüli *jegykibocsátói (jegyértékesítői) rendszert* működtetnek. Sok esetben azonban az in-house rendszer mellett lehetővé teszik bérlőik, a

rendezvényszervezők számára, hogy azok a saját vagy az általuk preferált jegykibocsátókon keresztül oldják meg a jegyértékesítést. Ez általában úgy valósul meg, hogy a külsős rendszernek hozzáférést engedélyeznek a saját (in-house) rendszerükhöz. A másik elterjedt gyakorlat az, hogy a helyszín nem alkalmaz in-house rendszert, hanem *a rendezvényszervező bonyolítja le a jegykibocsátást* az általa választott vállalkozáson és rendszeren keresztül. A helyszín úgy biztosítja a bevételét, hogy a jegyek meghatározott százaléka felett ellenőrzési jogot tart fenn magának. Ez részben az eladott jegyek számának nyomon követését, részben pedig a jegyek egy részének általa történő értékesítését jelenti.

A rendezvényhelyszínek

37. A magyarországi rendezvényhelyszínek közül a vizsgálat azokat a helyszíneket vonta vizsgálat alá, amelyek az Arénával egyes szempontokból összehasonlítható adottságokkal rendelkeznek. Ezek az alábbiak: a Debreceni Főnix Csarnok, a Fővárosi Nagycirkusz, a budapesti Petőfi Csarnok, a Budapesti Olimpiai Központ (BOK), amely a volt Népstadiont és intézményeit fogja egybe. (Ide tartozik a Puskás Ferenc Stadion, a Körcsarnok, a Kisstadion és a Nemzeti Sportcsarnok.) Jelentős rendezvényhelyszín továbbá a budapesti SAP Csarnok, amely a korábbi Budapest Sportcsarnok leégése után ideiglenes jelleggel épült, de jelenleg is üzemel, illetve a budapesti Művészetek Palotája is. A fentiekén túlmenően számításba került még a Győri Egyetemi Csarnok és a budapesti Hit Gyülekezete Csarnok is.

38. A fenti helyszínek közül csak az Aréna bérleti díja %-os, a többi helyszínek fix összeget határoznak meg. A bérleti díjak máshol ugyan alacsonyabbak, mint az Arénáé, de ezek a helyszínek sok olyan szolgáltatással nem rendelkeznek, amelyeket az Aréna alapszolgáltatásként nyújt. Ha ezekkel a szolgáltatásokkal a rendezvényszervező felszereli a helyszíneket (pl. színpad, technika), a bérleti díj illetve az egyéb ráfordítások összege alig marad alatta az Arénának fizetendő összegnek. Beléptető rendszer sehol sincs az Arénán kívül, a rendezvényszervező saját belátása szerint dönti el, hogy saját vagy jegyértékesítője hatáskörében a beléptetést megoldja.

A jegyértékesítési rendszerek

39. A jegyértékesítők két csoportját lehet megkülönböztetni: *elsődleges jegyértékesítőknek* nevezhetők azokat a vállalkozásokat, amelyekkel a rendezvényszervezők (esetleg a helyszínek közvetlenül) leszerződnek a rendezvényre szóló jegyek előállítására, terjesztésére, esetleg a beléptetés kapcsán. E szint után következnek az ún. másodlagos jegyértékesítők, amelyek az elsődleges jegyértékesítővel kötött, általában bizományosi szerződés keretei között, jutalék ellenében vesznek részt az értékesítésben. *A vizsgálat az elsődleges jegyértékesítők tevékenységére terjedt ki.*

40. A *Ticket Express* 2000 óta működik Magyarországon, és jelenleg az egyik piacvezető jegyértékesítő vállalkozásnak számít, mely a *Showtime Kft.* rendezvényszervezői érdekeltségébe tartozik. Hálózata országos kiterjedésű, és a társaság külföldi érdekeltsége (Eventim csoport) és egy közös szoftver (német CTS Eventim AG tulajdonában álló Timosoft on-line rendszer) és egyéb on-line kapcsolatok (osztrák CTS Euroticket jegyértékesítő rendszer) használata folytán a szomszédos országokban (Ausztria, Horvátország, Szlovénia, Szlovákia, Lengyelország) is képes jegyértékesítésre. A *Ticket Express* nyilatkozata szerint a CTS Eventim jegyértékesítő

rendszer igen elterjedt, és az összes európai általános beléptetési rendszerrel kompatibilis.

41. A *Ticket Express* jegyértékesítő rendszere magában foglalja a jegyirodai hálózatát, amely több mint 100 tagból áll (saját jegyirodák, egyéb jegyirodák, utazási irodák stb.). Ezen kívül több mint 200 külföldi partnerrel áll kapcsolatban, ahol a fogyasztók hozzájuthatnak a jegyekhez. Lehetősége van továbbá internetes és telefonos jegyértékesítésre is. Kínálata igen széles, a kis klubrendezvényektől a nagy stadionokig mindenféle rendezvény jegyeinek terjesztésével foglalkozik.

42. Az értékesítés folyamata úgy zajlik, hogy a rendezvényszervező utasítása alapján a *Ticket Express* felviszi az adott helyszín térképét a Timosoft rendszerre, és az egyes értékesítési végpontokon a partnerek a *Ticket Express* biztonságos (hamisítás megakadályozása miatt) jegypapírjára kinyomtatva adják át a belépőt a végfogyasztónak.

43. A rendezvényszervezőktől a jegyértékesítésért 6-10 % jutalékot (ebből kb. 2 % a rendszerhasználati díj) kér, a pontos érték alku kérdése, az értékesíthető jegyek számától és árától függ. A rendezvényszervező kérésére a *Ticket Express* az on-line rendszer segítségével az eladási adatokról napi vagy heti eladási adatokat közöl. A rendezvény elmaradása esetén a *Ticket Express* a jutalék felére tart igényt.

44. Az *Interticket Kft.* 1995. december óta tevékenykedik Magyarországon, számítógépes jegyértékesítési és beléptetési rendszerek fejlesztésével, üzemeltetésével foglalkozik. Tevékenysége egyrészt a rendszert üzemeltető szoftvert (a hardver a helyszíneken található), másrészt – a partnerek igényére - a jegypapírok nyomtatását érinti. Elsősorban színházi, de emellett koncert- és sportrendezvények jegyértékesítését végzi.

45. Országos on-line hálózatot működtet, amely a következő területekre terjed ki: országos jegyirodai hálózat, internetes és telefonos jegyértékesítés. Az országos hálózaton túl az *Interticket* rendszere külföldön is ismert részben in-house (azaz helyszínek saját rendszere), részben külsős jegyértékesítőként. Ezek az országok: USA, Kolumbia, Svájc, Svédország, Olaszország, Ciprus, Szerbia, Vietnám.

46. Jelenleg kb. 50 előadóhellyel és rendezvényszervezővel áll szerződéses kapcsolatban, de kizárólagos szerződése nincs, partnerei általában más rendszeren keresztül is értékesítik jegyeiket. Az *Interticket* tudatos üzletpolitikája, hogy a magyar jegyértékesítési piacon meg kívánja őrizni függetlenségét, egyetlen rendezvényszervezőhöz sem kötődik különösebben, ezért a hazai rendezvényszervezők nem látnak benne vagy egy szorosan hozzá kötődő cégben konkurenciát.

47. Az *Interticket* a 3-10 % körüli terjesztői jutalékot, és 1-3,5 % körüli rendszerhasználati díjat számít fel (koncertek esetén inkább kevesebbet, színházak esetén magasabbat) a jegyértékesítésért. A rendszerből bármikor lekérhető az eladott jegyek aktuális száma. Beléptetési rendszere bármely külföldi vagy hazai beléptetési rendszerrel összekapcsolható, amely egyébként általános nemzetközi gyakorlatnak nevezhető. Ez alól a magyar *Ticketpro* számít kivételnek, mely hasonló kapcsolódási felülettel nem rendelkezik. A jegyek hátoldalának tartalmát a szerződéses partner jogosult meghatározni.

48. A *Jegyzóna* 2004. decemberben indult a Szerencsejáték Rt. új szolgáltatásaként, mely elsősorban sportrendezvényekre, koncertekre, színházi előadásokra forgalmaz

belépőjegyeket, bérleteket. Hálózata csak Magyarországra terjed ki, a forgalmazás on-line rendszeren keresztül történik, amely csak helyszíni jegyértékesítést (értve ezen a jegyirodákat, melyek elsősorban a lottózók, kb. 4000 terminál) tesz lehetővé.

49. Viszonylag rövid múltja miatt rendszeres kapcsolatai még nem alakultak ki, de általánosságban elmondható, hogy rendezvényszervezőkkel és nem helyszínekkal köt szerződéseket. A jegyértékesítésért a rendszerhasználati díjat is magában foglaló 10-12 %-os jutalékot (elmaradt rendezvény esetén 5 %-ot) kér, és általában heti/havi elszámolási gyakorlatot folytat. Az on-line rendszer segítségével az eladási adatokról bármikor tájékoztatni tudja a rendezvényszervezőt.

50. A jegyértékesítői rendszer az első osztályú bajnoki futballmérkőzéseknek helyt adó stadionokkal kompatibilis, illetve kifejlesztett egy mobil leolvasó rendszert, amely gyakorlatilag bármely rendezvényen és helyszínen működtethető. A belépőjegyben kinyomtatásra kerülő feliratokat a szerződéses partnerrel egyeztetve határozza meg.

51. A *Concert & Media Kft.* 1995. végén alakult, elsősorban fesztiválok, koncertek, egyéb különleges rendezvények szervezésével, lebonyolításával, valamint on-line hálózattal működő jegyértékesítéssel foglalkozik. A Művészetek Palotája kizárólagos jegyterjesztője, mely jogosultságot három – komolyzenével foglalkozó - pályázó közül pályázat útján szerezte meg.

52. A Multimedia úgy nyilatkozott, hogy amikor szerződéses kapcsolatba került egy rendezvénye miatt a Concert & Mediával, akkor választhatott: vagy a Concert & Media terjeszti a rendezvénye valamennyi jegyét, vagy csak a jegyek meghatározott részét, 50 %-át, a másik felével pedig a Multimedia szabadon rendelkezhet. Ez utóbbi esetben a Concert & Media jutaléka valamivel magasabb lett volna, ezért inkább az első opció mellett döntött. (Vj-60/2004/71.)

53. A hálózaton keresztül értékesített jegyekről naprakész eladási adatokkal rendelkezik, az elszámolás heti rendszerben történik. A rendezvény elmaradása esetén a jutalék megilleti a jegyirodát. Nyilatkozata szerint a helyszínek fele saját jegyterjesztő rendszerrel rendelkezik, és ragaszkodik annak a használatához.

54. A *Concert & Média Kft.* 15 %-os jutalékkal dolgozik, melyből 8 % az érintett jegyirodáé, 2 % a rendszerhasználati díj, és 5 % a Concert & Media-é. Partnerei leginkább a hazai szereplők, nemzetközi művészek meghívása jóval kisebb részt ölel fel. A külföldi rendezvényszervezés (pl. az Olasz és Svéd Kulturális Évad) 10-12 %-ot tesz ki tevékenységéből.

A rendezvényszervezők

55. A *Showtime Kft.* 1995 óta tevékenykedik a hazai *rendezvényszervezői piacon*, elsősorban külföldi és hazai koncertek rendezésével foglalkozik kisebb helyszínektől kezdve a nagy stadionokig. Nyilatkozata szerint évi 8-15 nemzetközi könnyűzenei koncertet szervez, és a Multimedia Kft-vel együtt a nemzetközi könnyűzenei koncertpiac legnagyobb részét lefedik. Az általa szervezett rendezvények jegyterjesztője a Ticket Express (tőle nem független vállalkozás), mint preferált – de nem kizárólagos - jegyértékesítő.

56. A *Krokodil Rock Kft.* 1989 óta végzi magyar és külföldi zenekarok koncertszervezését vidéki és fővárosi helyszíneken, illetve a szomszédos országokban. Kizárólagos jegyterjesztési szerződése senkivel nincsen, az általa szervezett

rendezvények jegyei széles körben, az összes kisebb és nagyobb jegyirodában kaphatóak. Jellemzően 5-6 %-os jutalékot fizet a jegyértékesítők felé. Az elszámolásra vagy a rendezvény előtti nap, vagy aznap kerül sor. Az eladott jegyekről általában heti egyszer kér információt a jegyértékesítőtől.

57. A *Petőfi Csarnok* nem csak helyszín, hanem rendezvényszervező is egyben. Mint rendezvényszervező a Petőfi Csarnok tekinthető fő helyszínének, de külső helyszínen is részt szokott venni. Volt már arra is példa, hogy külföldi helyszínre közvetített zenekart. A jegyeladásról naprakész statisztikát kér, és az elszámolás legkésőbb a rendezvény napjáig megtörténik.

58. A *Sziget Kft.* 1993-ban alakult, leginkább az évente megrendezésre kerülő Sziget Fesztiválról ismert, ahol könnyűzenei programoktól kezdve a sport- és kulturális programokig mindenféle program megszervezését bonyolítja. Mára több fesztivál is kapcsolódik a nevéhez (pl. soproni Volt, Budapest Parádé, Extrém Sportsziget), és külföldön Marosvásárhelyen is szervez egy fesztivált. A fesztiválok szervezésében piacvezetőnek mondható.

59. A jegyértékesítés on-line rendszerben folyik a saját weboldalukon keresztül, illetve saját és szerződéses jegyirodáin (pavilonok, saját iroda, Ticket Express, Tesco, Szerencsejáték Rt. stb), külföldön pedig szerződéses partnereiken keresztül. A jegyterjesztők felé 2,5-12 % közötti jutalékot fizet.

60. A több helyszínen folyó Extrém Sportsziget fesztivál és szilveszteri „megabuli” során az Aréna Rt. elfogadta, hogy a Sziget Kft-nek olyan jegyre van szüksége, mely több helyszínre való belépést biztosít, csak azt a feltételt támasztotta, hogy a Ticketpro-n keresztül is folyjon jegyértékesítés.

61. A *Concerto Bt.* kisebb, 150-1000 fős látogatottságú rendezvényeket szervez, legtöbbször a Petőfi Csarnokot választja helyszínéül. Rendezvényeire a jegyértékesítést adott helyszínen, saját vállalkozása és szerződéses partnerein keresztül végezheti. A terjesztői jutalék gyakorlatában általában 6 % körüli.

V.

Eljárás alá vontak nyilatkozatai

Ticketpro Kft.

62. A Ticketpro a Ticketsoft számítógépes on-line rendszert használja, melyre a 2908026 Canada Inc. tulajdonában levő Tikepro spol. s.r.o. cseh társasággal kötött felhasználói szerződés (License Agreement, 2003. február 18.) keretében van lehetősége. A Ticketsoft alkalmas jegyelőkészítés, foglalás, nyomtatás, terjesztés és eladás elvégzésére, a jegyek elektronikusan vagy nyomtatva készülnek. A Ticketsoft rendszer elvileg összekapcsolható más rendszerekkel (bár a kapcsolódási felület nincs kiépítve), de a Ticketpro erre egyrészt a rendszer biztonságosságának megingása miatt, másrészt üzleti érdekei miatt nem hajlandó.

63. A Ticketpro úgy tudja, hogy több vállalkozás is tett ajánlatot az Aréna Rt-nek a Budapest Sportaréna jegyértékesítésére, de az Aréna a Ticketpro-t választotta, feltehetőleg azért, mert akkor csak a Ticketpro rendelkezett vonalkódos

jegyrendszerrel. Ez a rendszer egyébként több tíz millió forintos beruházást jelentett számára.

64. A Ticketpro Inc. az a nemzetközi hálózat, melyhez a magyar Ticketpro is tartozik. Nemzetközi viszonylatban a Ticketpro kb. 4000 értékesítési ponttal rendelkezik (Kanada, Lengyelország, Csehország, Szlovákia, Olaszország, Kína, folyamatban van az orosz és az indiai piacra lépés). Budapesten nagyjából kiegyensúlyozott a Ticketpro és legnagyobb riválisuk, a Showtime helyzete, az előbbi 39, az utóbbi 28 értékesítési ponttal rendelkezik. Vidéken már a Ticketpro elterjedtebb.

65. Előadta, hogy jutaléka két részből áll: 6 % a hálózat-fenntartási költség, 6 % a jegyet ténylegesen értékesítő jutaléka. Szerinte a 12 % egyáltalán nem tekinthető magasnak, mivel a nemzetközi viszonylatban igen elterjedt *Ticketmaster* 15 %-os jutalékkal dolgozik. Az átlagos, hagyományos módszerrel dolgozó jegyirodák jutaléka 5-8 %, de ezért a jegyértékesítő csak a tényleges értékesítést végezte, pl. a bevételek kezelését, jegyellenőrzést, jegyterjesztést nem foglalta magában.

66. A Ticketpro a 6 %-os hálózatüzemeltetési díjból az alábbi feladatokat látja el: ülőhelyek pontos elosztása, ügyfélkezelési feladatok, percre pontos értékesítési statisztikák, amik hozzáférhetőek a rendezvényszervező és az Aréna számára, a belépő személyek elektronikus ellenőrzése (statisztikakészítés), ami alkalmas a hamis jegyek kiszűrésére, jegyterjesztés, kedvezmények érvényesítése a jegyértékesítés során (gyerek, nyugdíjas stb.)

67. A rendezvény elmaradása esetén (amennyiben nem a szervező hibájából valósul meg) a Ticketpro tulajdonképpen dupla munkát végez, mert az eladott jegyeket vissza kell váltania. Mindezért azonban lemond az őt illető jutalék feléről.

68. A 12 %-os jutalék az Aréna jóváhagyásával került meghatározásra. Nagyobb volumenű rendezvények esetén mindig 12 % jutalékot kér, míg egyéb – vásár, kiállítás – rendezvényenél a jutalék kisebb, pl. a jegyárak alacsonyabb mivolta, az elővételi rendszer feleslegessége miatt.

69. Az Aréna és a Ticketpro közötti kizárólagos szerződés nem egyedi megoldás Európában, pl. a Ticket Express-t tulajdonoló Eventim jegyhálózatnak is van kizárólagos szerződése egy rendezvénycsarnokkal Kiel-ben és Flensburgban.

70. A kizárólagosság eddig három rendezvény kapcsán (nevezetesen: David Copperfield, REM, Joe Cocker) nem valósult meg, amikor is az Aréna a Ticketpro-t arra kérte, hogy egyes szektorok értékesítését egy harmadik fél végezhesse, aki a Ticketpro felé csak hálózatfenntartási díjat (6 %) köteles fizetni. Utóbb kiderült, hogy ez a harmadik vállalkozás a Ticket Express volt. A Ticketpro elvileg felléphetett volna az Aréna ezen törekvésével szemben, mivel az a kettejük közötti szerződést sérti, ezzel azonban nem kívánt élni. Mellesleg megjegyzi, hogy annak ellenére, hogy a Ticket Express is értékesíthetett közvetlenül jegyeket, a Ticketpro mégis nagyobb eladási számot produkált.

71. A Ticketpro szerint ez a kettős jegyértékesítés sok bonyodalomhoz vezetett az REM koncerten. Több esetben adott helyre több jegy lett értékesítve, továbbá a Ticket Express-es jegyek is többféle megjelenésűek voltak, és a biztonsági őrök – a Ticket Express megfelelő tájékoztatása hiányában - nem tudták, melyik jegy valódi.

72. Az Aréna Rt. minimális foglalkoztatású, főként irányítási feladatokat ellátó stábbal dolgozik, ezért sok nélkülözhetetlen feladatot más cégek látnak el kizárólagos jogosultsággal (pl. takarítás, műszaki karbantartás, jegyértékesítés). A biztonsági feladatok csak úgy láthatók el megfelelően, ha egy jó helyismerettel és rutinnal rendelkező cég végzi, nem pedig egy, az Arénában teljesen ismeretlenként mozgó vállalkozás. A zökkenőmentes működésben gondot okozna, ha a biztonsági személyzetnek minden alkalommal más jegyeket és jegyértékesítő adatbázist kellene megismernie.

73. A Ticketpro számára érthetetlen, hogy miért okoz gondot egyes rendezvényszervezőknek, hogy a Ticketpro-nak reklámozási helyek (pl. plakátokon, jegyeken) vannak fenntartva, hiszen a rendezvényszervező elementáris érdeke, hogy reklámanyagokon feltüntessék, hogy a jegyek hol – azaz „a Ticketpro országos hálózatában” – kaphatók.

74. A Ticketpro keretszerződést köt a jegyértékesítő partnerirodákkal, mely szerződés tartalmazza, hogy az egyes irodák által eladott jegyek száma üzleti titkot képez. Ezzel a Ticket Express is egyetértett, amikor aláírta a szerződést, mint a Ticketpro jegyeinek értékesítő irodája (egyfajta bizományosi szerződés). Így a Showtime felé nem szolgáltatható ki olyan adat, hogy adott területen, régióban mekkora az eladott jegyek száma.

75. Az internetes jegyértékesítés útján – rendezvényektől függően – a jegyek kb. 8%-át értékesítik. A külföldi jegyértékesítés nem jelentős, mivel a külföldi művészek egy turné keretében jönnek Magyarországra, és minnek jönnének ide a fogyasztók, ha saját országukban is megtekinthetik a rendezvényt (illetve fordítva, minnek mennének a magyarok külföldre). A jegyeladások igen csekély részét teszik ki a külföldi jegyeladások, azok is jórészt interneten keresztül történnek.

76. A Ticketpro nem csak az Aréna jegyeit értékesíti, hanem egyrészt a Multimedia kizárólagos partnereként a Multimedia más helyszíneken szervezett rendezvényeinek jegyeit, illetve más szervezőknek is az Arénán kívüli helyszíneken. Példaként említi a Prológ Kft-t, mint promótert, vagy a tavalyi nyári Szabad Tér Kht. rendezvényeit. Az Arénán kívüli rendezvény esetén a Ticketpro 10 %-os jutalékot kér a szervezőtől.

Multimedia

77. Nyilatkozata szerint az Aréna jegyrendszere kizárólag a meglévő számítógépes megoldással működhet. Két főrendszer egymás mellett nem működtethető, legfeljebb alrendszerek kapcsolódhatnak rá, amitől – úgy tudja – a Ticketpro nem zárkózik el.

78. Előadta, hogy az Arénával kötött Éves Bérleti Szerződés újabb egy évre meghosszabbításra került. Annak, hogy az "Aréna elsődleges partnere", nincs semmi jelentősége, nem is használja ezt a címet.

79. A Multimedia azért kötött kizárólagos szerződést a Ticketpro-val, mert 2002 végén csak ez a cég rendelkezett on-line jegyértékesítő rendszerrel. A Multimedia természetesen nem csak az Arénában, hanem minden egyéb rendezvényénél a Ticketpro-t veszi igénybe. A Ticketpro mindig ugyanazokat a szolgáltatásokat nyújtja, kivéve a beléptető rendszert, melyre csak a Multimedia kérésére kerül sor. A jutalék a nem Arénában tartott rendezvények esetén 10 %.

80. Egy rendezvényszervező számára nem olyan fontos, hogy a jegyértékesítője külföldi kapcsolatokkal is rendelkezzen, mert a külföldön értékesített jegyek száma igen csekély, legfeljebb 2-3 %. A Multimedia tapasztalatai szerint inkább a határ menti területekről, különösen Belgrád környékéről érkeznek külföldi fogyasztók, de ezek száma is elhanyagolható.

Aréna Rt.

81. A Budapest Sportaréna kétféle beléptető rendszerrel működik, kézi leolvasóval vagy forgókapuval. A két rendszer azonos hardver és szoftver alapon működik. A forgókapuk használatára a rendezvényszervező kérésére vagy jogszabályi előírásra kerül sor; az elmúlt két szezonban java részt a forgókapukat üzemeltették, habár a kézi leolvasó egyszerűbb, gyorsabb beléptetést tesz lehetővé.

82. A beléptető rendszer alapvetően alkalmas más jegyrendszerrel való összekapcsolásra, amennyiben a rendszert hozzáhangolják az eredeti rendszerhez a biztonsági előírásoknak való megfelelés szempontjából. Az összehangolás több hónapos szoftverfejlesztéssel valósulhat meg, mely nélkül a beléptető rendszer és az Aréna nem üzemeltethető kellő biztonsággal. (Vj-60/2004/24/A.) Nyilatkozata szerint a Ticket Express és az Ticketpro között folytak tárgyalások a rendszerek összekapcsolásáról, azért lehetett a David Copperfieldre, az REM-re és a Joe Cocker-re közvetlen Ticket Express-es voucher jegyet venni.

83. Az Aréna a Ticketpro-t a nemzetközi trendek és hazai piaci viszonyok és a biztonságos üzemeltetés szempontjainak figyelembe vételével választotta. Jelenleg úgy gondolja, hogy csak a Ticketpro rendszere alkalmas arra, hogy az Arénát megillető bérleti díjat vissza lehessen tartani a rendezvényszervezőtől.

84. Az Aréna működése során a Ticketpro kizárólagossága ellenére előfordultak olyan sportesemények, amikor nem Ticketpro-s jegy került forgalomba (a több helyszínes bérletet említi), és az Aréna kérésére a Ticketpro csak meghatározott számú jegyet értékesített, a többit pedig az aktuális rendezvényszervező által megjelölt jegyterjesztő értékesítette.

85. Az Arénának jelenleg egy rendezvényszervezővel sincs keretszerződése. Annyi kedvezményt nyújt csak, hogy ha egy rendezvényszervező egy naptári évben legalább 10 eseményt szervez az Arénában, akkor a 11-re kedvezmény illeti, ami általában a bérleti díj kedvezményét jelenti. Erre 2004 folyamán nem került sor.

Hegedűs László tanú

86. Hegedűs László 2004. december 17-ig volt a Multimedia képviselője, egyben egyik igazgatója. Meghallgatására a Multimedia kérésére került sor.

87. Előadta, hogy a Budapest Sportaréna egyáltalán nem egyedülálló helyszín Magyarországon, jelenleg is vannak helyettesítői, és a kínálat folyamatosan bővül. Jövőre elvileg elkészül a szombathelyi csarnok, és Budapesten a Hungexpo területén épül egy 22.000 fős csarnok is. Ezen kívül még több városban folyamatosan épülnek az újabb stadionok.

88. A Multimedia Kft. azért döntött a Ticketpro mellett, és azért kötött vele kizárólagos szerződést, mert a Ticketpro elnyerte az Aréna kizárólagos jegyterjesztésének jogát. (Ez idő tájt Hegedűs László a Multimedia képviselője volt.) Az Aréna előtt a Budapest Sportcsarnokban is igen gyakori bérlő volt a Multimedia, ezért tudta, hogy a Budapest

Sportarénában is sűrűn meg fog fordulni. Természetesen azért is volt megfelelő a Ticketpro, mert a Ticketsoft rendszer teljesen kielégíti a Multimedia elvárásait. Maga a Multimedia is azt javasolta az Arénának, hogy a Ticketsoft rendszer mellett döntsön.

89. A Multimedia számára nem fontos, hogy jegyértékesítőjének külföldi értékesítési pontjai széles hálózatot öleljenek fel, mivel a külföldön a magyar rendezvényekre értékesített jegyek száma igen csekély. Ezek a jegyek is nagyrészt külföldi utazási irodák által kerülnek értékesítésre egy szervezett utazás részeként. Ekkor a külföldi utazási irodák úgy funkcionálnak, mint a Ticketpro szerződéses jegyértékesítő partnerei, a jutalék felére is igényt tarthatnak. Azok a külföldiek, akik egyénileg vásárolják meg a jegyet a külföldi Ticketpro-s jegyirodában, egy voucher-t kapnak, amely önmagában belépésre nem jogosít, ahhoz a helyszínen a voucher-t be kell cserélniük a tényleges jegyre. Ennek biztonsági okai vannak, mert a jegyen található vonalkód fontos információkat hordoz, melyek külföldre vitele esetén a rendszer zártsága sérülhet. Ez nem egyedülálló megoldás, mert a nagy versenytársuk, a Ticket Express is ugyanígy értékesíti jegyeit külföldön. Egyébként sokkal jelentősebb, és egyre inkább teret nyer az internetes jegyértékesítés, azaz egy külföldi számára is egyszerűbb, ha a voucher helyett inkább interneten keresztül veszi meg a jegyet.

VI.

A versenytársak nyilatkozatai

90. A jegyelőállítás és -értékesítési szolgáltatások terén a Ticketpro legjelentősebb versenytársa a Ticket Express vállalkozás álláspontja szerint a rendezvényszervezők számára a Ticketpro-val kötelezően megkötendő Jegypénztári Megállapodás igen hátrányos. A 12 %-os jutalék jóval magasabb az európai gyakorlatnál, amely 8 %. A Ticketpro indokolatlanul tart igényt a jegyek, plakátok felületén saját hirdetései számára. Előnytelen a megállapodásban rögzített fizetési ütemezés és a nemzetközi gyakorlattal sem egyező bevétel elszámolási rendszer, valamint az esetleges koncertlemondás esetére kikötött díjszámítás.

91. A Ticket Express álláspontja szerint a helyszín kiadója, egy rendezvényszervező és egy jegyelőállító- és forgalmazó rendszer (vállalkozás) által kialakított együttműködés a fogyasztói árat jelentős mértékben növeli és minden más rendezvényszervező számára elviselhetetlenül nagy többletterhet rak.

92. Álláspontja szerint a Ticketpro-val kötelezően létrehozandó üzleti kapcsolat – közvetve – tisztességtelen előnyhöz juttatja a Multimédia Kft-t – azáltal, hogy a Ticketpro egyik jelentős befolyással bíró tulajdonosa – hozzájuthat bizalmas információkhoz a versenytársak üzleti tevékenységével kapcsolatban.

93. Az általa bemutatott európai gyakorlatoknak megfelelő rendszerben a rendezvényszervező (promoter) vállalja az eseménnyel kapcsolatos legnagyobb kockázatot, ezért az ő döntési kompetenciájába tartozik annak eldöntése, hogy hogyan, hol, milyen vállalkozások keresztül és milyen áron (költségen) történjen a jegyek előállítása és értékesítése.

94. A fentiekől megkülönböztetve kezelendő külön kérdésnek tartja az elektronikus jegyrendszer nyújtotta biztonsági problémák kezelését. Határozottan állítja, hogy nem

csak a Ticketpro által használt rendszer képes megfelelően garantálni a helyszínre való belépés, a jegyeladások nyomon követésének, illetve a hamisítás elleni védelemnek a feladatát. Példálózó jelleggel felsorolja három ország (Ausztria, Szlovénia, Németország) összesen tizenhárom olyan rendezvény csarnokát, amelyek fizikai adottságaik tekintetében hasonlítanak a Budapest Sportarénához, és amelyekben a rendezvényszervező választhatja meg a jegyelőállítási- és értékesítési rendszerét, illetve amelyekben a beléptető rendszer alkalmas többféle jegyrendszer kezelésére is.

95. A versenytárs tudomása szerint a Budapest Arénában eddig rendezett koncertek esetében ténylegesen nem használták a beléptető rendszert. Ha azonban ez a rendszer használatra kerül, könnyen alkalmassá tehető többféle jegyrendszerben – többek között a versenytárs Ticket Express által – előállított jegyek fogadására.

96. A Ticket Express a Showtime Budapest Kft. vállalkozás érdekelttségébe tartozik. A Showtime Budapest a hazai rendezvényszervezői piac egyik legrégebbi szereplője Brády Márton. A Showtime, a TicketExpress és partnercégeinek hálózatát 11 év alatt építette ki, amelynek eredményeként 5 országban, több mint 600 helyen tudnak online jegyet árulni nagy biztonsággal. Ez a jegyrendszer a Ticketpro hálózatának kb. 150-szerese. Nehezményezi, hogy mindenhol tudja használni a saját hálózatát, kivéve a Budapest Sportarénában.

97. Mint promoter nem döntheti el szabadon, hogy saját jegyeit hol és hogyan értékesítse. Kérte a Ticketpro-t, hogy adja meg az eladásait eladási pontonként annak érdekében, hogy a tervezni tudja a régiókénti reklámkampányait, a kért információkat azonban nem kapta meg. Ezzel olyan helyzetbe kerül, hogy nem tudja módosítani az általa szervezett rendezvények jegyeinek értékesítési kampányát a jegyek fogyásának arányában.

98. Előadja továbbá, hogy mivel a Ticketpro nem rendelkezik külföldi eladási pontokkal és ő nem használhatja a Ticket-Express mintegy 400 külföldi eladási pontjait, emiatt jelentős bevételtől esik el. A Showtime a nem az Arénában rendezett koncertjeire öt európai országból igen jelentős külföldi eladási adatokkal rendelkezik.

99. Nyilatkozata szerint az Aréna egyedülállóan előnytelen feltételeket kínál, ezért ezt a helyszínt igyekszik csak a lehető legszükségesebb esetekben igénybe venni, bár ez sokszor igen nehéz, mivel az Aréna rendelkezik a legmodernebb és legkorszerűbb felszereltséggel, mely egy nemzetközi show, koncert során mára már elengedhetetlen. Az Aréna ezért igen nehezen helyettesíthető, és több millió forintos plusz ráfordítást igényel a Showtime részéről az, hogy egy másik helyszínt egy-egy rendezvényére kielégítő technikával fel tudjon szerelni.

100. A Krokodil Rock Kft az Aréna jelenlegi feltételrendszerét elfogadhatatlannak tartja az Aréna jegyértékesítésbe való beavatkozása miatt.

VII.

Az érintett termékpiac és az eljárás alá vontak piaci helyzete

101. Egy magatartás versenyhatásait az érintett piacon kell vizsgálni. A Tptv. 14. § (1) alapján az érintett piacot a megállapodás tárgyát alkotó áru és földrajzi piac figyelembe

vételével kell meghatározni. A megállapodás tárgyát alkotó árun kívül figyelembe kell venni az azt felhasználási célra, az árra, a minőségre és a teljesítés feltételeire tekintettel ésszerűen helyettesíthető árukat (keresleti helyettesíthetőség), továbbá a kínálati helyettesíthetőség szempontjait. Földrajzi terület az, amelyen kívül a fogyasztó nem, vagy csak számottevően kedvezőtlenebb feltételek mellett tudja az árut beszerezni, vagy az áru értékesítője nem, vagy csak számottevően kedvezőtlenebb feltételek mellett tudja az árut értékesíteni.

102. A vállalkozásokra ható fő versenykorlátok a keresleti helyettesíthetőség, a kínálati helyettesíthetőség és (a különösen a gazdasági erőfölénnyel összefüggésben figyelembe veendő) a potenciális verseny. Az érintett termékpiaco(ka)t valamennyi szerződés tekintetében külön-külön, illetve az Aréna Rt. vélelmezett gazdasági erőfölénye szempontjából együttesen is meg kell vizsgálni.

103. Összhangban a Bizottság érintett piacról kiadott Közleményével³ (továbbiakban: Releváns Piac Közlemény), a piac meghatározásának alapvető célja – mind a termékek, mind a földrajzi dimenziójában -, hogy beazonosítsa a vállalkozás azon tényleges versenytársait, amelyek képesek korlátozni a megállapodásban érintett vállalkozások magatartását, és megakadályozni azokat abban, hogy a tényleges verseny kényszerítő erejétől függetlenül viselkedjenek. Ez az a szemszög, amelyből a piac meghatározása lehetővé teszi többek között a piaci részesedések kiszámítását.

104. A vizsgált megállapodások tárgyát képező áru jelen eljárásban közvetlenül a Budapest Sportaréna mint rendezvényhelyszín, mivel a rendezvényszervezők számára ez képezi az Arénával kötendő bérleti szerződés tárgyát és a rendezvény helyét, a Ticketpro pedig a Budapest Sportarénában lebonyolított rendezvények belépőjegyeire kapott kizárólagos jogot.

105. Ahhoz, hogy egy *rendezvény*, mint szolgáltatási végtermék létrejöjjön, a következő részzolgáltatásokra van szükség:

- rendezvény helyszínének a kiválasztása,
- rendezvény megszervezése (a rendezvényszervező szolgáltatási tevékenységére),
- a belépőjegyek szolgáltatása, ezen belül is: jegyelőállításra, jegyterjesztésre, jegyértékesítésre, jegyellenőrzésre (együtt: az elsődleges jegyértékesítő szolgáltatási tevékenységére).

Tekintettel arra, hogy a vizsgált megállapodások az imént említett valamennyi részzolgáltatást érintik, érintett termékpiacnak e három, egymáshoz kapcsolódó piac minősül, amelyeket külön-külön, valamint együttesen, egymással való összefüggéseikben is elemezni kell.

106. Az egyes részzolgáltatások kiválasztása során meghatározó jelentősége van a rendezvény jellegének és egyéb, sajátos körülményeinek. Általánosságban elmondható, hogy a rendezvények – a teljességre törekvés nélkül – feloszthatók sport, kulturális (pl. kiállítás), szórakoztató (pl. zenei, irodalmi, színházi, mozi, egyéb művészi), vallási, politikai, egyéb (pl. vásár, vállalati, iskolai, családi) típusú rendezvényekre. Az egyes

³ Commission Notice on the definition of the relevant market for the purposes of Community competition law, (Official Journal C 372 on 9/12/1997)

típusokon és a zárójelbe foglalt csoportokon belül is szétválaszthatók a nagyobb közönséget vonzó, és a szűkebb kört érdeklő rendezvények. A rendezvény, mint szolgáltatási termék típusa nagyban meghatározza, hogy a) milyen helyszínen bonyolítható le, b) ki képes (rendezvényszervezőkre vetítve: kinek a foglalkozási körébe tartozhat) a megszervezésére, c) hogyan jusson el a fogyasztókhoz (ki és milyen módon juthat be a rendezvényre).

107. A *keresleti helyettesíthetőség* kérdését – valamennyi részszolgáltatás tekintetében – a rendezvény mint output jellege, sajátosságai jelentősen befolyásolja. A Budapest Sportarénában megrendezésre kerülő rendezvények többnyire igen egyediek, általában egyszeri alkalmat jelentenek. Ezért egyik sem igazán helyettesíthető a másikkal, se az egyes rendezvénycsoportokon, se az egyes csoportokon belül (egy zenei koncert és egy kiállítás, de még egy komolyzenei koncert és egy könnyűzenei koncert közötti helyettesíthetőség tulajdonképpen kizárt). A keresleti helyettesíthetőség ott merülhetne fel reálisan, amikor ugyanaz a rendezvény két különböző helyen kerülne megrendezésre és a fogyasztók ugyanazon köre választhatna. Mivel azonban a rendezvények java része egyszeri, ezért a fogyasztói döntés többnyire csak abban áll, hogy az egyedi alkalomra menjen vagy ne menjen.

108. A rendezvények közötti *kínálati helyettesíthetőség* a rendezvényszervező szempontjából a különböző fajta rendezvények közötti választásban jelenik meg. Az egyes rendezvénycsoportok közötti helyettesíthetőség többnyire fennáll, de az egyes műfajokon belül a konkrét rendezvények között kínálati helyettesíthetőséget a rendezvényszervező számára jelentősen leszűkíti az a tény, hogy a jelentősebb világsztárok többnyire csak általuk ismert promoterekkel hajlandók dolgozni. A fentebb meghatározott csoportoknál azonban nem lehet tágabb a meghatározás, mert pl. egy sportesemény megszervezése egészen más elvárásokat támaszt, mint egy koncert megszervezése. Vállalati rendezvények esetén nem beszélhetünk nyitott rendezvényről, valamint egy vásár, kiállítás is egészen más hozzáértést igényel. Végezetül, vannak olyan rendezvények, melyek megszervezése igen erős anyagi háttérrel, komoly fedezetet feltételez, melyet csak kevés hazai rendezvényszervező engedhet meg magának (pl. az Arénában szervezett események).

109. A program-összeállítását áttekintve, a Budapest Sportaréna, mint rendezvényhelyszín egyrészt sport-, másrészt szórakoztató, harmadrészt egyéb (vásár, kiállítás, vállalati napok) rendezvény helyszínéül szolgálhat, méghozzá olyan rendezvényeknek, melyek nagyobb érdeklődésre tartanak számot a közönség körében, többek között amiatt, mert az Aréna bérleti díjai magasak, és ezért csak nagyobb jelentőségű rendezvényt érdemes itt megtartani. A megállapodások ezek közül a rendezvények közül is csak a kereskedelmi célú, szórakoztató jellegű rendezvényekre vonatkoznak. A sportesemények, vállalati napok és a kiállítások, vásárok azonban ez utóbbiaktól elhatárolhatók pl. a rendezvény zárt jellege (vállalati napoknál), a belépőjegyek ára, a jegyek helyszíni megvásárlása, azaz az elővétel és jegyértékesítő hálózat szükségletlensége, valamint az Aréna és a Magyar Állam közötti üzemeltetési szerződésben említett Minisztériumi Napok miatt. Ezek a Minisztériumi Napok leginkább, sporteseményeket, jótékonysági rendezvényeket és civilszervezetek rendezvényeit jelentik. Összegezve, a rendezvények közül csak a széles közönség érdeklődésére számító, ebből kifolyólag nagyobb költségvetésű, szórakoztató jellegű programokra (a továbbiakban: kiemelt jelentőségű rendezvények) terjedt ki a vizsgálat.

110. Az érintett rendezvények körének meghatározása összefüggésben van a szóba jöhető *rendezvényhelyszínek* kiválasztásával. A Budapest Sportarénán kívül több egyéb hazai és nemzetközi helyszín is szóba jöhet a nagyközönséget vonzó szórakoztató jellegű rendezvények megszervezésében, de a helyszínek közötti választást sok tényező befolyásolja, illetve korlátozza. Így pl. a koncert időpontja (szabadtéri vagy fedett helyszín), a befogadóképesség, ami meghatározza, hogy adott koncert bekerülési költsége mennyi néző esetén térülhet meg, milyen technikai feltételek szükségesek adott produkció kiszolgálásához, és a jegyterjesztési lehetőségek.

111. A Budapest Sportaréna magyar viszonylatban különleges adottságokkal rendelkezik. Ez pillanatnyilag az egyik – fedettként pedig a - legnagyobb befogadóképességű (12 ezer fő), fedett (a fedettség kérdése elengedhetetlen egy télen vagy ősszel megrendezendő esemény kapcsán, míg nyáron megkerülhető) csarnok, mely újszerűsége miatt jelenleg a legmodernebb felszereltséggel, és igen jó technikai adottságokkal bír, ami egyrészt a fogyasztók felé nyújtott magas szintű szolgáltatásokban, másrészt a fellépő művészek által igényelt feltételek (pl. világítás, fény és hangtechnika) kielégítésére való alkalmasságban jelentős.

112. A Sportaréna színvonala a hasonló jellegű külföldi csarnokokkal egyenlő, ami azért lehet említésre méltó, mert sok külföldi művész fellépéséhez elengedhetetlen bizonyos technikai feltételek biztosítása. Bár ezek a technikai feltételek felállíthatók más hazai helyszíneken is, azok egy-két alkalomra szóló felszerelése komolyabb ráfordítást igényel. A Sportaréna fővárosban való elhelyezkedése is fontos tényező lehet egyes – főként – külföldi művészek számára.

113. Mindazon túl tény, hogy több más hazai helyszínen is sok magas színvonalú rendezvény és nagy hírű művész produkciója került lebonyolításra. Ez a körülmény arra utal, hogy a Sportaréna – egyedisége ellenére – a szóba jöhető szempontok mindegyike szerint helyettesíthető, sőt egyes helyszínek, egyes szempontok alapján még előnyösebbek is lehetnek (pl. nagyobb befogadóképesség). A szóba jöhető helyszínek mindegyike azonban, a szempontok összességét tekintve alacsonyabb minőségi követelményeket képviselnek. A helyettesítés szempontjából szóba jöhető termékek különböző minőségi szintje azonban nem zárja ki a helyettesíthetőséget, ha az árak (bérleti díjak) arányai a helyszínek közötti minőségi különbségekhez igazodnak.

114. A *rendezvényszervezői részszolgáltatások piacán* sok szereplő tevékenykedik, de közülük csak viszonylag kevés alkalmas közülük arra, hogy széles közönség számára, azaz nagyobb befogadóképességű helyszín bérlésére, megtöltésére szervezzen meg egy programot. Ehhez ugyanis komoly anyagi háttér szükséges, különösen abban az esetben, ha a promóter külföldi művészt akar meghívni Magyarországra. Az elmúlt időkben nem egy rendezvény fulladt botrányba amiatt, mert a rendezvényszervező nem tudta garantálni ezt az anyagi háttérrel. Az Aréna Rt. - nyilatkozata szerint - azért is örült a Multimedia Kft-vel való kapcsolatnak, mert nem szeret az „utcáról” belépő szervezővel szerződni, hanem egy biztos háttérű, elismert reputációval és tapasztalattal rendelkező rendezvényszervező esetén érzi azt, hogy a bevétele garantált lesz, és a rendezvényről mindenki – a művész és a fogyasztó egyaránt – elégedetten fog távozni.

115. A rendezvényszervezői szakmában megfigyelhető egyfajta szakosodás, azaz egy-egy rendezvényszervező bizonyos rendezvénytípusokra specializálódik, mivel a különböző rendezvénytípusok eltérő szakértelmet, gyakorlatot igényelnek. Az eljárás alá vont Multimedia fő profilja például a nemzetközi könnyűzenei koncertek

szervezése, de emellett külföldi show-k, táncelőadások, egyéb, nagyobb közönséget vonzó rendezvényeket is szervez.

116. A nemzetközi rendezvények másfajta kiemelt rendezvényektől való különbözőségét az alábbiak mutatják. A külföldi művészek többnyire egy-egy turné keretében jutnak el Magyarországra, ami azt jelenti, hogy rendszerint a rendezvény napján érkeznek, és azt követően már el is hagyják az országot. Ez komoly kihívás elé állítja a szervezőt, mivel egy igen jól működő csapat és pontos, csúszásokat meg nem engedő forgatókönyv szükséges ahhoz, hogy a rendezvény időben elindulhasson és befejeződhessen. Ezen kívül egészen más promóció szükséges, mint pl. egy kiállítás vagy vásár esetén, és jegyértékesítő hálózatra is szükség van, hogy sok jegy már elővételben elkeljen (szemben egy kiállítással, vásárral). Végül komoly hozzáértés kell a jegyárak meghatározásához, egyrészt a különböző fogyasztók fizetési hajlandóságának felbecsüléséhez, hogy a rendezvény elkeljen, hiszen általánosságban elmondható hogy viszonylag drága jegyekről van szó külföldi művészek rendezvényeinél. Másrészt a művész gázsija is jelentősen megnyomja a költségeket.

117. Mindez alátámasztja azt, hogy a rendezvények körének jelen eljárásban való leszűkítése a nagy közönséget vonzó, szórakoztató jellegű rendezvények körére indokolt. Sőt, a rendezvényszervezői oldalról ezen belül is egy szűkebb rendezvénykör határozható meg, nevezetesen a *nemzetközi produkciók piaca*. A nemzetközi produkciók rendszerint jelentősen magasabb kockázattal járnak, nagyobb befektetést igényelnek, melyek csak és kizárólag nagyszámú közönség esetén térülnek meg. A Budapest Sportaréna programlistája is azt mutatja, hogy a magas bérleti díjak miatt elsősorban nemzetközi produkciók helyszínéül szolgált.

118. A rendezvényszervezők működéséhez hozzátartozik az a – nemcsak hazánkban, hanem a külföldi országokban is kialakult – gyakorlat, hogy egy-egy rendezvényszervező szorosabb, tartós szerződéses kapcsolatban áll egy-egy kiválasztott jegyértékesítővel. Ennek oka az, hogy a rendezvény sikerességéért a szervező felel, ezért fokozott érdeke a rendezvény eladhatósága, a telt ház, amelyből a jegyértékesítők jutalékát, a bérleti díjat és a fellépő művész gázsiját meghaladóan ő is bevételhez jusson.

119. Megállapítható, hogy jelenleg csak néhány olyan rendezvényszervező tevékenykedik a szélesebb körű szórakoztató rendezvények piacán, amelyek a fenti kritériumoknak megfelelnek. Ezek közül is a nemzetközi produkciók körében piacvezetőnek a Multimedia Kft. és a Showtime Kft. tekinthető, melyet sorban a Concert & Media, vagy a Sziget Kft. (ez utóbbi tevékenysége csak fesztiválokra, legfeljebb egy-egy fesztiválon kívüli rendezvényre terjed ki) követ. Az eljárás alá vont Multimedia Kft. az így meghatározott rendezvényszervezői piacon jelentős piaci szereplőnek számít.

120. Végezetül a *jegyértékesítői piacról*. A rendezvények lebonyolítása a jegyértékesítők működésével válik lehetővé. A jegyértékesítőket általában a rendezvényszervezők keresik meg, hogy aztán egy alkufolyamat végén megállapodjanak a jegyértékesítő jutalékában, melyet a jegyár részeként végső soron a végfogyasztó fog megfizetni. A rendezvényszervező és a jegyértékesítő között bizalmi viszony alakul ki, hiszen a rendezvényszervező bevétele teljes mértékben a jegyértékesítőn és annak további kapcsolatain (jegyirodák) keresztül fog realizálódni. A jegyértékesítők esetenként a jegyelőállítás, terjesztés, értékesítés és ellenőrzés feladatait

egyaránt ellátják. Egy nagy volumenű rendezvény esetén az elsődleges jegyértékesítők közül azok lehetnek csak potenciális szereplők a szélesebb körű szórakoztató rendezvények jegyeinek értékesítésében, akik kiterjedt hálózattal és korszerű technikával rendelkeznek. Ez alatt azt kell érteni, hogy a jegyértékesítő országos – akár nemzetközi – hálózatot tartson fenn, amely – egyebek között – jól működő on-line számítógépes rendszert igényel. A modern, legszélesebb körű jegyértékesítés a következő módokat jelenti: a) jegyirodai értékesítés saját és szerződéses partnereken keresztül, b) internetes, c) telefonos jegyértékesítés. Erre ma Magyarországon a Ticketpro, a Ticket Express, az Interticket, a Concert & Media képes.

121. A jegyértékesítők számítógépes rendszerrel dolgoznak, ahol kulcskérdés lehet adott rendszer más rendszerekkel való kompatibilitása. Ezzel kapcsolatban az egyik alapkérdéssé válhat a beléptetési rendszer. Ez teszi ugyanis lehetővé, hogy egy helyszín beléptetési rendszeréhez kapcsolódjon, és a jegyértékesítő jegyét a helyszín (vagy a beléptetést végző) rendszere felismerje. Sok esetben a jegyértékesítők azt nyilatkozták, hogy beléptetési rendszerük összekapcsolható akármelyik hazai vagy külföldi beléptetési rendszerrel (pl. Interticket, Jegyzóna, külföldi példák). Jelenleg Magyarországon nem kapott nagyobb hangsúlyt ez a kérdés, mivel a Sportarénán kívül más helyszínen nincs külön beléptető rendszer, de feltehetőleg a jövőben szélesebb teret fog nyerni (többek között az épülő újabb csarnokok esetében is).

122. A jegyértékesítés során fontos a biztonsági követelményeknek való megfelelés, amellyel a hamis belépőjegyek készítése megakadályozható. A fenti jegyértékesítők közül egyedül a Ticketpro-tól érkezett olyan válasz, hogy a számítógépes rendszer biztonságosságát ingatná meg, ha azt összekapcsolná más rendszerrel.

123. Mindezek alapján a Ticketpro-ra nézve megállapítható, hogy tekintélyes helyet foglal el a magyar jegyértékesítői piacon, mely piacot a vizsgálatban érintett rendezvények piacára vetítve arra körre kellett szűkíteni, amely országos hálózattal, on-line számítógépes rendszerrel rendelkezik. A jegyértékesítő szempontjából a kínálati helyettesíthetőség a legtágabb, hiszen számára mindegy, hogy egy sportrendezvényre vagy egy koncertre értékesít jegyeket. Ennek ellenére nem található az elsődleges jegyértékesítők között több szereplő, mint amelyeket a GVH vizsgálata – a piac leírása során fentebb említettek között – beazonosított.

124. Az érintett földrajzi piaccal kapcsolatban megállapítható, hogy van több olyan rendezvény, mely a magyar – többnyire budapesti – helyszín után/előtt pár nappal a szomszédos országokban is megrendezésre kerül, tekintettel arra, hogy a művész általában egy turné keretében több országot is meglátogat.

125. A jegyárakat tekintve nem található különösebb eltérés a hazai és a külföldi rendezvények között, és a legtöbb esetben a jegyárak interneten keresztül is megvásárolhatók, azaz tulajdonképpen bárki által bárhol hozzáférhető. Egy külföldi rendezvényen való részvételnek azonban jelentős addicionális költségei merülnek fel, mint pl. az utazási költség, az éjszakai hazajutás elkerülése végett egy éjszaka kinti eltöltése.

126. Felmerülhet, hogy a releváns földrajzi piac Magyarország területénél valamivel tágabb, s magában foglalja azokat a határmenti területeket, melyek egy fenti jellegű rendezvény esetén, mint potenciális fogyasztók szóba jöhetnek. Ezt támasztja alá egyrészt a Multimedia által előadott nézet is, mely szerint a határ menti területekről érkeznek néha fogyasztók, másrészt az, hogy a jegyárak eléggé kiegyenlítettek, a

külföldi jegyárak alig magasabbak a hazai jegyáraknál, harmadrészt pedig az, hogy Interneten bárki vásárolhat jegyet. Ezzel összefüggésben van jelentősége a Showtime azon nyilatkozatának is, hogy jelentős bevétele van külföldi jegyeladásokból.

127. A következők azonban mégis azt támasztják alá, hogy *a releváns földrajzi piac Magyarország területe*. Az ilyen jellegű koncertekre a fellépő művészek turné keretében jönnek, ami azt jelenti, hogy a környező országokban is fellépnek. Az utazási és az esetleges egyéb költségek (pl. éjszakai hazautazás elkerülése végett szállásköltségek) miatt a külföldről érkező személy koncertlátogatási költsége jelentősen megemelkedhet, s így ez a magyarországi rendezvény látogatásának mellőzése mellett szóló érv (ugyanaz vonatkozik a hazai fogyasztók külföldi koncertlátogatására is). Ugyan az Interneten való jegyvásárlás lehetősége bárki számára adott, azonban sokaknak nincs Internet-kapcsolatuk vagy hitelkártyájuk, ill. még jelentős a bizalmatlanság az ilyen típusú vásárlással kapcsolatban. Ezenkívül a fogyasztóvédelmi szabályok is nehezebben érvényesíthetők a határokon átnyúló kereskedelmi ügyletek esetében (pl. elmaradt koncert esetén nyilvánvalóan nehézségekbe ütközik a jegy árának visszakövetelése, stb.). Ehhez adódnak hozzá azok az egyéb hátrányok, melyek szintén a releváns földrajzi piac nemzetiként való meghatározásának helyességének irányába mutatnak. Ezek közé tartozik a más valutánem, az átváltási veszteség, az átutalási díj, stb. Az eljárás alá vontak és a megkérdezett versenytársak (a Showtime kivételével) úgy nyilatkoztak, hogy a külföldre eladott jegyek mennyisége az értékesített összes jegyhez képest kis mennyiséget tesz ki.

128. Összefoglalóan, a fentiek alapján a jelen eljárásban *érintett termékpiac a kiemelt jelentőségű, nemzetközi szórakoztató rendezvények piaca*, amelyhez kapcsolódik három részszoolgáltatási piac: a) az ilyen rendezvények lebonyolítására alkalmas helyszínének bérbeadása, b) e rendezvények megszervezése (promóciója), illetve c) e rendezvények jegyszolgáltatásainak piacai. A rendezvénypiac a részszoolgáltatási piacokkal összefüggésben vizsgálendő, illetve de külön-külön is vizsgálhatók a részszoolgáltatások piacai. Ezek a részpiacokon, illetve ezáltal a fentebb meghatározott rendezvénypiacon az eljárás alá vontak egyaránt jelentős piaci szereplőnek számítanak.

VIII.

A gazdasági erőfölény hiánya az érintett piacon

129. A Tpv. 22. § (1) értelmében gazdasági erőfölényben van az érintett piacon, aki gazdasági tevékenységét a piac többi résztvevőjétől nagymértékben függetlenül folytathatja, anélkül, hogy piaci magatartásának meghatározásakor érdemben tekintettel kellene lennie versenytársainak, szállítóinak, vevőinek és más üzletfeleinek vele kapcsolatos piaci magatartására. A (2) bekezdés értelmében a gazdasági erőfölény megítéléséhez vizsgálni kell különösen a) azt, hogy az érintett piacra való belépés és az onnan történő kilépés milyen költségekkel és kockázattal jár, illetve, hogy milyen műszaki, gazdasági vagy jogi feltételek megvalósítását igényli; b) a vállalkozás vagyoni, pénzügyi és jövedelmi helyzetét, illetve annak alakulását; c) az érintett piac szerkezetét, a piaci részesedések arányát, a piac résztvevőinek magatartását, valamint a vállalkozásnak a piac alakulására gyakorolt gazdasági befolyását.

130. Az Aréna Rt. piaci helyzetével kapcsolatban kétség kívül megállapítható, hogy a kiemelt jelentőségű, nemzetközi rendezvények lebonyolítására Budapest földrajzi területén jelenleg leginkább a Budapest Sportaréna alkalmas tekintettel arra, hogy másik, hasonló befogadóképességű és műszaki színvonalú fedett sportcsarnok a városban, illetve vonzási körzetében nincs. A kisebb befogadóképességű fedett, illetve (időszaktól függően) a hasonló vagy nagyobb befogadóképességű nyitott csarnokokban, illetve stadionokban azonban a hasonló rendezvények túlnyomó többsége megszervezhető.

131. Az Aréna Rt.-nek a Budapest Sportaréna bérbeadásából származó árbevétele ismert, de a piaci részesedése igen nehezen meghatározható, mert nem állnak rendelkezésre olyan összesített árbevételi adatok, amelyek a valamennyi szóba jöhető rendezvényhelyszínen lebonyolított, a fentebb meghatározott minőségi jellemzőknek megfelelő rendezvények bérbeadásából származó bérleti díjakat mutatnák.

A rendezvényhelyszínek piaca

132. Az Aréna Rt. piaci helyzetét a Versenytanács az alábbiakra (is) tekintettel értékelte:

- a. a piacra való belépés (új rendezvénycsarnokok építése) költséges, viszonylag nagy befektetést igényel, ennek ellenére az elmúlt években az országban több nagyobb rendezvénycsarnokot is átadtak, illetve építenek;
- b. az Aréna Rt. gazdasági helyzetét a Sportaréna építésével összefüggésben értékelve megállapítható, hogy a 2003. márciusi nyitást követő időszakra vetítve árbevétele nincs arányban a Budapest Sportaréna ismert építési költségeivel, amelynek visszatérülése – hasonló gazdasági eredmények esetén – a kizárólagos hasznosításra kapott húsz év alatt nem látszik valószínűnek;
- c. a gazdasági erőfölény hiányát látszik alátámasztani az a tény is, hogy az építető francia cég és a magyar állam közötti Üzemeltetési Szerződést 2005. június 30-i hatállyal a felek megszüntették;
- d. az érintett piac szerkezetét elemezve megállapítható, hogy a kiemelt jelentőségű, nemzetközi rendezvények lebonyolítására Magyarországon számos más helyszín is alkalmas, és amelyeken ténylegesen is lebonyolításra kerülnek hasonló rendezvények;
- e. a Budapest Sportaréna helyettesíthetőségét jelentős mértékben elősegíti az a körülmény, hogy a bérleti díjai viszonylag magasak, ezért az alacsonyabb igényeket kielégítő, de olcsóbb helyszínek képesek lehetnek a magasabb színvonalú, de drágább Sportaréna helyettesítésére a rendezvények egy jelentős része tekintetében;
- f. a Budapest Sportaréna nem minősülhet nélkülözhetetlen eszköznek, erre utal az a körülmény is, hogy – bár jelentős többletráfordítás révén, de – a legjelentősebb versenytárs, a Showtime a rendezvényeinek többségét más helyszíneken is le tudta bonyolítani;
- g. a Budapest Sportaréna piaci részesedése, az éves bérleti díjak alapján – a vizsgálók becslése alapján – 30 és 50 százalék közé tehető, amely önmagában nem elég magas gazdasági erőfölény megalapozásához.

Mindezek alapján a Versenytanács úgy ítélte meg, hogy az Aréna Rt. nem függetlenítheti magát számottevő mértékben a piac többi szereplőjétől, ezért gazdasági erőfölénye – a vizsgált időszakra vonatkozóan – nem állapítható meg.

A rendezvényszervezők piaca

133. A rendezvényszervezők érintett piacát kevés szereplős oligopol szerkezet jellemzi, amelyen két kiemelkedő szereplő (a Multimedia és a Showtime) mellett néhány további vállalkozás is jelen van. A hasonló szerkezetű piacokon egyetlen vállalkozás egyedüli gazdasági erőfölényét a piaci szereplők közötti stratégiai erőviszonyok kizárják. A közös erőfölényt pedig – egyebek mellett – a két vállalkozás közötti nyilvánvaló és olykor heves formában is megnyilvánuló érdekellentét teszi valószínűtlenné.

134. A Multimédia Budapest Sportarénával kapcsolatos privilegizált helyzete az Aréna Rt-vel kötött megállapodáson alapul és nem pedig a piac objektív sajátosságain. Számos olyan rendezvényszervező cég van az érintett piacon, amely képes és alkalmas is lenne arra, hogy a Sportarénában kiemelt rendezvényeket szervezzon. A fent említett körülményekre tekintettel a Multimédia gazdasági erőfölényes helyzete a kiemelt rendezvények szervezése tekintetében nem állapítható meg.

A jegyszolgáltatások piaca

135. Az elsődleges jegyszolgáltatás érintett piacán ugyancsak néhány jelentősebb vállalkozás van jelen, amelyek jellemzően egy-egy jelentősebb rendezvényszervező céghez kapcsolódnak, hanem nem is kizárólagos jelleggel. A jegyszolgáltatás és a rendezvényszervezés piaci közötti szoros kapcsolat miatt – gazdasági erőfölénnyel rendelkező rendezvényszervező vállalkozás hiányában – a gazdasági erőfölény a jegyszolgáltatás piacán is kizárt.

136. Gazdasági erőfölény hiányában az eljárást a Versenytanács a Tpv. 21. §-a, illetve az EK Szerződésének 82. cikkelye vonatkozásában megszüntette.

IX.

Jogszabályi háttér

137. Tekintettel arra, hogy az érintett piac vizsgálatakor egyik eljárás alá vont vállalkozás gazdasági erőfölényes helyzete sem volt megállapítható, a továbbiakban a Versenytanács jogi értékelése csak a Tpv. 11. §-ának és az EK Sz. 81. cikkének megsértésével összefüggésben kerül kifejtésre.

138. Az Európai Közösség alapító szerződésének (EKSz) 81. cikke szerint

„(1) A közös piaccal összeegyeztethetetlen és tilos minden olyan vállalkozások közötti megállapodás, vállalkozások társulásai által hozott döntés és összehangolt magatartás, amely hatással lehet a tagállamok közötti kereskedelemre, és amelynek célja vagy hatása a közös piacon belüli verseny megakadályozása, korlátozása vagy torzítása, így különösen

- a) a beszerzési vagy eladási árak, illetve bármely egyéb üzleti feltétel közvetlen vagy közvetett rögzítése,
- b) a termelés, az értékesítés, a műszaki fejlesztés vagy a befektetés korlátozása vagy ellenőrzése,
- c) a piac vagy beszerzési források felosztása,

- d) egyenértékű ügyletek esetén eltérő feltételek alkalmazása az üzletfelekkel szemben, ami által azok hátrányos versenyhelyzetbe kerülnek,
- e) 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.

(2) Az e cikk alapján tiltott megállapodás vagy döntés semmis.

- (3) Az (1) bekezdés rendelkezéseinek alkalmazásától azonban el lehet tekinteni olyan esetekben, amikor
- vállalkozások közötti megállapodások vagy megállapodások csoportja,
 - vállalkozások társulásai által hozott döntés vagy döntések csoportja,
 - összehangolt magatartás vagy magatartások csoportja

hozzájárul az áruk termelésének vagy forgalmazásának javításához, illetve a műszaki vagy gazdasági fejlődés előmozdításához, ugyanakkor lehetővé teszi a fogyasztók méltányos részesedését a belőle eredő előnyből anélkül, hogy

- a) az érintett vállalkozásokra olyan korlátozásokat róna, amelyek e célok eléréséhez nem nélkülözhetetlenek,
- b) levetővé tenné ezeknek a vállalkozásoknak, hogy a kérdéses termékek jelentős része tekintetében megszüntessék a versenyt.”

139. A Bizottság „de minimis” szabályról szóló Közleménye⁴ (továbbiakban: De minimis Közlemény):

„Azok a vállalkozások közötti megállapodások, melyek a tagállamok közötti kereskedelmet befolyásolják, a 81. cikk (1) bekezdése értelmében nem korlátozzák érzékelhetően a versenyt:

- ha a megállapodás részes feleinek együttes piaci részesedése nem haladja meg a 10 %-ot a megállapodás által érintett érintett piacok egyikén sem, amennyiben a megállapodás olyan vállalkozások között jött létre, melyek e piacok bármelyikén egymásnak tényleges vagy potenciális versenytársai (versenytársak közötti megállapodás) ; vagy
- a megállapodás részes feleinek egyedi piaci részesedése nem haladja meg a 15%-ot a megállapodás által érintett bármely érintett piacon, amennyiben a megállapodás olyan vállalkozások között jött létre, melyek e piacok bármelyikén egymásnak nem tényleges vagy potenciális versenytársai (nem versenytársak közötti megállapodás).

Azokban az esetekben, ahol a megállapodást nehéz besorolni versenytársak közötti megállapodásként vagy nem versenytársak közötti megállapodásként, a 10%-os küszöb alkalmazandó.”

140. A Tpv. vonatkozó paragrafusai:

A Tpv. 11. § (1) bekezdése szerint tilos a vállalkozások közötti megállapodás, amely a gazdasági verseny megakadályozását, korlátozását vagy torzítását célozza, vagy ilyen hatást fejthet, illetve fejt ki. A (2) bekezdés pontja példalózó jelleggel tartalmazza azokat az eseteket, melyek versenykorlátozást valósíthatnak meg, melyekből kiemelhető:

- a) a vételi vagy az eladási árak, valamint az egyéb üzleti feltételek közvetlen vagy közvetett meghatározása;
- b) az előállítás, a forgalmazás, a műszaki fejlesztés vagy a befektetés korlátozása vagy ellenőrzés alatt tartása;

⁴ Commission Notice on agreements of minor importance which do not appreciably restrict competition under Article 81(1) of the Treaty establishing the European Community (de minimis), 2001/C 368/07, 22.12.2001.

- c) a beszerzési források felosztása, illetve a közülük való választás lehetőségének korlátozása, valamint a fogyasztók meghatározott körének valamely áru beszerzéséből történő kizárása;
- d) a piac felosztása, az értékesítésből történő kizárása, az értékesítési lehetőségek közötti választás korlátozása;
- f) a piacra lépés akadályozása;
- g) azonos értékű vagy jellegű ügyletek tekintetében az üzletfeleket megkülönböztetik, ideértve olyan árak, fizetési határidők, megkülönböztető eladási vagy vételi feltételek vagy módszerek alkalmazását, amelyek egyes üzletfeleknek hátrányt okoznak a versenyben.

A Tpv. 16. §-a értelmében a Kormány rendeletben mentesítheti a megállapodások meghatározott csoportjait a 11.§-ban foglalt tilalom alól, melyről a Tpv. 17. §-ban foglalt szempontok figyelembe vételével rendelkezhet.

A Tpv. 17. §-a szerint a Gazdasági Versenyhivatal egyedi kérelem alapján hozott határozattal mentesítheti a 11. §-ban foglalt tilalom alól a megállapodást vagy tervezett megállapodást, ha

- a) az hozzájárul a termelés vagy a forgalmazás ésszerűbb megszervezéséhez, vagy a műszaki vagy a gazdasági fejlődés előmozdításához, vagy a környezetvédelmi helyzet vagy a versenyképesség javulásához;
- b) a megállapodásból származó előnyök méltányos része a fogyasztóhoz jut;
- c) a gazdasági verseny velejáró korlátozása vagy kizárása a gazdaságilag indokolt közös célok eléréséhez szükséges mértéket nem haladja meg; és
- d) nem teszi lehetővé az érintett áruk jelentős részével kapcsolatban a verseny kizárását.

X.

A tagállamok közötti kereskedelem érintettsége

141. Az EKSz. 81. cikk alkalmazásához szükséges megállapítani, hogy a kifogásolt magatartás hatással lehet-e a tagállamok közötti kereskedelemre. A tagállamok közötti kereskedelemre gyakorolt hatás kritériuma joghatóságot elhatároló feltétel, mely meghatározza a közösségi versenyjog alkalmazásának hatókörét.⁵ Ily módon ez egy olyan önálló közösségi jogi kritérium, amelyet minden esetben egyedileg kell értékelni.

142. A Tanács 1/2003/EK rendelet 3. cikk (1) bekezdése a tagállamok versenyhatóságait, jelen esetben a Gazdasági Versenyhivatalt, arra kötelezi, hogy amikor a nemzeti versenyjogot olyan megállapodásokra alkalmazzák, amelyek hatással lehetnek a tagállamok közötti kereskedelemre, akkor a közösségi versenyjogot is alkalmazzák.

143. Annak eldöntésére, hogy az adott megállapodás alkalmas-e arra, hogy érintse a tagállamok közötti kereskedelmet, az Európai Bizottság „Iránymutatás a

⁵ Ld. a 56/64. sz. Consten és Grundig egyesített ügyeket [EBHT 1966., 429. old.], ld. ezenkívül 6/73. és 7/73. sz. Commercial Solvents egyesített ügyeket [EBHT 1974., 223. o.]

kereskedelemre gyakorolt hatásnak a Szerződés 81. és 82. cikke szerinti fogalmáról” c. közleménye (a továbbiakban: Közlemény)⁶ szolgálhat eligazításul.⁷

144. Megvizsgálandó, hogy a megállapodások „*hatással lehetnek-e*” a tagállamok közötti kereskedelemre. Az EK Sz 81. cikkében foglalt „hatással lehet” fogalom funkciója az, hogy meghatározza a tagállamok közötti kereskedelemre gyakorolt szükséges hatás jellegét. Az Európai Bíróság által kialakított értékelési teszt szerint a „hatással lehet” kifejezés arra utal, hogy

a. jogi vagy ténybeli objektív tényezők egy csoportja alapján kellő mértékű valószínűséggel *előre látható*nak kell lennie annak, hogy

b. egy megállapodás, illetve magatartás közvetlen vagy közvetett, tényleges vagy *potenciális hatást* gyakorolhat a tagállamok közötti kereskedelem szerkezetére^{8 9}
¹⁰.

145. A kereskedelemre gyakorolt hatás értékelése objektív tényezők alapján történik, s nem szükséges a szubjektív szándék megléte az érintett vállalkozás(ok) részéről.¹¹ Ennek megfelelően nem szükséges vizsgálni azt, hogy a megállapodásokban részes felek részéről fennállt-e a szándék a tagállamok közötti kereskedelem befolyásolására.

146. A „hatással lehet” kifejezés, valamint a Bíróságnak a „kellő mértékű valószínűség”-re történő hivatkozása arra utal, hogy a közösségi jog alkalmazhatóságának megállapításához nincs szükség arra, hogy a magatartás a jövőben vagy a múltban a tagállamok közötti kereskedelemre ténylegesen hatást gyakoroljon. Elegendő, ha a magatartás „alkalmas” az ilyen hatás kiváltására^{12 13}.

⁶ Az Európai Bizottság „Iránymutatás a kereskedelemre gyakorolt hatásnak a Szerződés 81. és 82. cikke szerinti fogalmáról” 2004/C 101/07 sz. Közleménye.

⁷ A Közlemény ugyanis azokat az elveket rögzíti, amelyeket a közösségi bíróságok a tagállamok közötti kereskedelemre gyakorolt hatás az EK Sz 81. és a 82. cikkben szereplő fogalmának értelmezése kapcsán alakítottak ki (ld. Közlemény 3. cikk).

⁸ Lásd pl. a 319/82. sz. Kerpen & Kerpen ügyet [EBHT 1983., 4173. o.], a 240/82. sz. és egyéb, Stichting Sigarettenindustrie egyesített ügyeket [EBHT 1985., 3831. o., 48. pont], valamint a T-25/95. sz. és egyéb, Cimenteries CBR egyesített ügyeket [EBHT 2000., II-491. o., 3930. pont].

⁹ A Bíróság egyes, főként vertikális megállapodásokra vonatkozó ítéleteiben ezt azzal egészítette ki, hogy a megállapodás alkalmas a tagállamok közötti egységes piac kialakítására vonatkozó célkitűzés teljesülésének a hátráltatására, lásd pl. a T-62/98. sz. Volkswagen-ügyet [EBHT 2000., II-2707. o., 179. pont], valamint az 56/65. sz. Société Technique Mini re ügyet [EBHT 1966., 337. o.]. A megállapodásoknak az egységes piacra vonatkozó célkitűzésre gyakorolt hatása tehat olyan tényező, amelyet figyelembe lehet venni.

¹⁰ Ld. Közlemény, 23. cikk

¹¹ Ld. Közlemény 25. cikk 1. és 2. mondat

¹² Lásd pl. a T-228/97. sz. Irish Sugar ügyet [EBHT 1999., II-2969. o., 170. pont], valamint a 19/77. sz. Miller-ügyet [EBHT 1978., 131. oldal, 15. pont].

¹³ Ld. Közlemény, 26. cikk

147. Nem kötelező, illetve nem szükséges kiszámítani azt, hogy mekkora a tényleges volumene annak a tagállamok közötti kereskedelemnek, amelyre a magatartás hatást gyakorol.¹⁴

148. A kereskedelemre gyakorolt hatás kritériuma szempontjából történő értékelés számos olyan tényezőtől függ, amelyek egyenként nem feltétlenül meghatározó jelentőségűek¹⁵. A releváns tényezők közé tartozik a megállapodás jellege, a megállapodás tárgyát képező termékek jellege, valamint az érintett vállalkozások pozíciója és súlya¹⁶.

149. A közösségi jog alkalmazhatósága állapítható meg, ha a tagállamok közötti kereskedelem a megállapodás hatására másként alakul, mint ahogyan a magatartás nélkül valószínűleg alakult volna¹⁷ ¹⁸. Ez a "másként alakulás" megvalósulhat *a kereskedelem szerkezetére gyakorolt közvetett hatás* révén. Közvetett hatás gyakran a valamely megállapodás tárgyát képező termékkel rokon termék tekintetében keletkezik. Közvetett hatás keletkezhet például akkor, ha egy megállapodásnak olyan vállalkozások határon átnyúló gazdasági tevékenységeire van hatása, amelyek az adott megállapodás tárgyát képező termékeket használják, vagy azokra más módon támaszkodnak¹⁹. Ilyen hatás például akkor keletkezhet, ha a megállapodás olyan közbenső termékekre vonatkozik, amely kereskedelmi forgalomba ugyan nem kerül, viszont kereskedelmi forgalomba kerülő végtermékben használják fel.²⁰ Ilyennek minősül jelen ügyben maga a jegyértékesítési szolgáltatás, amely a fogyasztók irányában csak nem jelentős mértékben kerül a tagállamok közötti kereskedelmi forgalomba, azonban a rendezvényszervezők és a külföldi művészek közötti megállapodások, melyek határon átnyúló gazdasági tevékenységet valósítanak meg, jelentős mértékben támaszkodnak a jegydisztribúcióra. Ugyanígy, maga a Budapest Sportaréna, mint stadion sem kerül kereskedelmi forgalomba, azonban – hasonlóan a fentiekhez – szintén felhasználják a határon átnyúló gazdasági tevékenységet megvalósító vállalkozások (pl. a rendezvényszervezők és a külföldi művészek megállapodásai; a belépőjegyek külföldön történő megvásárlása).

150. A megállapodás a tagállamok közötti kereskedelem szerkezetére gyakorolt *potenciális* hatás révén is megváltoztathatja azt. Potenciális hatás az, amely a jövőben kellő mértékű valószínűséggel bekövetkezhet. Más szóval, figyelembe kell venni az

¹⁴ Ld. Közlemény 27. cikk 1. mondat

¹⁵ Lásd pl. a C-250/92. sz. Göttrup-Klim ügyet [EBHT 1994., II-5641. o., 54. pont].

¹⁶ Lásd pl. a C-306/96. sz. Javico-ügyet [EBHT 1998., I-1983. o., 17. pont]

¹⁷ 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].

¹⁸ Ld. Közlemény 34. cikk 3. mondat

¹⁹ E tekintetben lásd a T-86/95. sz. Compagnie Générale Maritime és mások ügyet [EBHT 2002., II-1011. o., 148. pont].

²⁰ Ld. Közlemény 38. cikk

előre látható piaci fejleményeket²¹ ²². Az számít, hogy a megállapodás vagy magatartás alkalmas-e arra, hogy hatással legyen a tagállamok közötti kereskedelemre, nem pedig az, hogy egy adott időpontban ténylegesen hatással is van-e rá.²³

151. Jelen ügyben mivel azon rendezvényhelyszínek száma, ahol a fentebb meghatározott típusú rendezvények szervezhetőek szűk, ezért az Aréna és a Ticketpro közötti, az utóbbi számára exkluzivitást biztosító szerződés a releváns piacon piaclezáró hatással bírhat. A piaclezáró hatás mind a jegyszolgáltatók, mind a rendezvényszervezők irányában érvényesül. Ez utóbbiak piacán a potenciális belépés lehetősége fennállhat, melyet a megállapodás negatív irányba befolyásolhat.

152. A tagállamok közötti kereskedelem érintettségének további kritériuma az, hogy a megállapodás a tagállamok közötti kereskedelemre gyakorolt hatása *érzékelhető* legyen. Az a követelmény, hogy a hatásnak a „tagállamok közötti” kereskedelem tekintetében kell fennállnia, feltételezi a legalább két tagállamot érintő, határon átnyúló gazdasági tevékenységre gyakorolt hatást. Nem követelmény, hogy a magatartás egy tagállam egésze és egy másik tagállam egésze közötti kereskedelemre hasson. Az EKSz. 81. cikk akkor is alkalmazható lehet, ha csak a tagállam egy része érintett, feltéve, hogy a kereskedelemre gyakorolt hatás érzékelhető²⁴ ²⁵.

153. A Közlemény szerint a tagállamok közötti kereskedelemre hatást gyakorolni már jellegüknél fogva is képes megállapodások esetében gyakran az is vélelmezhető, hogy ezek a hatások érzékelhetőek, ha a felek piaci részesedése túllépi a fent említett 5%-os küszöböt.²⁶ A vizsgált megállapodások egyrészt hatással vannak a rendezvényhelyszínek piacára, másrészt a jegydisztribúciós piacra, továbbá a rendezvényszervezői piacra. A vállalkozásoknak az érintett piacon elfoglalt helyéből következtetve megállapítható, hogy a vállalkozások piaci részesedése valószínűsíthetően meghaladja a fent említett 5%-os értéket.

154. A megállapodások *jellegüknél fogva* is érinthetik a tagállamok közötti kereskedelmet az alábbiak miatt:

- a. Az Aréna és a Ticketpro közötti megállapodás a potenciális külföldi belépőkkel szemben piaclezáró hatással bírhat, és felmerülhet annak a kérdése, hogy az Aréna és a Ticketpro közötti megállapodás alkalmas arra, hogy megnehezítse az – akár külföldi – jegydisztribútor belépését a piacra.
- b. A megállapodás jellegénél fogva hatással van a határokon átnyúló jegydisztribúcióra ugyanis a Ticketpro számára biztosított kizárólagosság

²¹ Lásd C-241/91. P. és a C-242/91. P. sz. RTE (Magill) egyesített ügyeket [EBHT 1995., I-743., 70. pont], valamint a 107/82. sz. AEG-ügyet [EBHT 1983., 3151. o., 60. pont].

²² Ld. Közlemény 41. cikk 1. és 2. mondat

²³ Ld. Közlemény 42. cikk 2. mondat

²⁴ Lásd pl. a T-213/95. és T-18/96. sz. SCK és FNK egyesített ügyeket [EBHT 1997., II-1739. o.], valamint a Közlemény 3.2.4 . és 3.2.6. fejezetét

²⁵ Ld. Közlemény 21. cikk

²⁶ Ld. Közlemény 53. cikk

nemcsak az egész ország területére²⁷ vonatkozik, hanem külföldre is (A Ticketpro más európai uniós tagállamokban is tart fenn jegyirodát (pl.: Szlovákia, Csehország, Lengyelország, Olaszország), azaz külföldiek közvetlenül vásárolhatnak jegyeket az Arénában megrendezendő koncertekre. Ezenkívül az Internetes jegyvásárlás lehetősége által külföldiek is vásárolhatnak jegyeket.

- c. Az ilyen jellegű rendezvényeken fellépő művészek sok esetben külföldiek. Tekintve azon rendezvényhelyszínek szűk számát, amelyekben ilyen jellegű koncerteket szerveznek, ha a koncertszervezők olyan előnytelen feltételekkel szembesülnek, melyek miatt egyes „world class” művészek budapesti fellépését kénytelenek lemondani, azért mert egyes művészek csak egy Budapest Sportaréna jellegű helyen lépnének fel (ilyen pedig csak egy van), akkor az alkalmas arra, hogy hatással lehessen a tagállamok közötti kereskedelemre.
- d. A hazai piacra potenciális külföldi rendezvényszervező versenytársak belépése nyitott lehetőség. Mivel azon rendezvényhelyszínek, amelyekben ilyen jellegű koncertek szervezhetőek, száma szűk, a megállapodás piaclezáró jellegű lehet, hiszen megnehezítheti más tagállambeli vállalkozások számára a piacra való behatolást.

155. Összefoglalva, a fentiek alapján megállapítható annak vélelme, hogy *a vizsgált megállapodások alkalmasak arra, hogy a tagállamok közötti kereskedelmet befolyásolják.*

XI.

Az eljárás alá vontak közötti megállapodások jogi értékelése

156. Az Aréna Rt. és a Ticketpro közötti Ticketing Service Agreement (Jegyszolgáltatási Megállapodás) lényegét tekintve *kizárólagos forgalmazási megállapodás*, ahol az Aréna a rendezvény megvalósításához szükséges szolgáltatások egy részét – a jegyszolgáltatásokat – a Ticketpro számára értékesíti, mely jogosultságért cserébe a Ticketpro az Aréna jegyelőállítását, a jegyforgalmazást, a rendszer üzemeltetését, jegyellenőrzést és a beléptetést elvégzi, nem csak a Budapest Sportarénát bérbe vevő rendezvényszervező, hanem az Aréna saját rendezvényei, valamint a Minisztériumi Napok esetében is.

157. E megállapodással érintett Aréna, illetve a Ticketpro piaci részesedése a releváns piacon valószínűsíthetően meghaladja a De Minimis Közleményben meghatározott 15 %-os küszöbszámot. A kizárólagos forgalmazási megállapodás a csoportmentesítés hatálya alá esik, amennyiben a kormányrendelet és az EK csoportmentesítési rendelet feltételeinek megfelel. E kizáró feltétel egyike az, hogy megállapodást kötő vállalkozások együttes piaci részesedése egyik érintett piacon sem haladhatja meg a 30 százalékot. A GVH vizsgálata az Aréna piaci részesedését 30 és 5 százalék közé becsülte, de meglehetősen bizonytalan becslés alapján. A Versenytanács szerint a csoportmentesítés lehetőségének kizárása a piaci részesedések alapján csak akkor

²⁷ Ld. Közlemény 3.2. fejezet

lehetséges, ha erre vonatkozóan megbízható adatok állnak a versenyhatóság rendelkezésére. Ennek hiányában a mentesítés egyéb körülményeit is vizsgálni kell.

158. Az eljárás alá vontak által kötött, korábban leírt megállapodásokkal kapcsolatban a Versenytanács arra a következtetésre jutott, hogy

- a. az Aréna és a rendezvényszervezők közötti megállapodások nem eshetnek az EK vertikális megállapodásokra vonatkozó csoportmentesítési rendelet vagy a Kormányrendelet hatálya alá, mivel bérleti szerződések,
- b. míg az Aréna és a Ticketpro közötti szerződés szintén nem tartozik ezen csoportmentesítési szabályok hatálya alá az Aréna magas piaci részesedése miatt;
- c. még ha ez utóbbi (b.) csoportmentesíthető is lehetne, az előbbi (a.) változatlanul az általános tilalom alapján kellene megítélni.

A két különböző megállapodás szorosan összefügg, egyik a másik nélkül nem létezhet, ezért amennyiben az egyik tekintetében megállapításra kerül, hogy a Tpv. 11. §-ába és az EKSz. 81. cikkbe ütközik, az egyben kihat a másik megállapodásra is, mivel az betarthatatlanná válik a felek számára.

159. A fenti megállapodások egyedi mentesíthetőségével kapcsolatban a Versenytanács az alábbiakat vette figyelembe. Önmagában az a tény, hogy egyes helyszínek, vagy rendezvényszervezők olyan megállapodásokat kötnek egy-egy nagyobb jegyértékesítővel, amelyekben preferenciális jogokat biztosítanak ez utóbbinak, nem jelenti azt, hogy a verseny nem hatékony. A hazai piac sajátossága, hogy több rendezvényszervező is saját jegyterjesztővel rendelkezik, illetve a helyszínek közül az Aréna és a Művészetek Palotája szintén saját jegyterjesztővel bír. Többféle módon történhet a rendezvényszervező vagy a helyszín által a jegyterjesztő kiválasztása. Vannak esetek (pl. feltehetőleg a Showtime és a Ticket Express, vagy még inkább a Concert & Media), ahol a szervező és a jegyértékesítő vállalkozás irányítási kapcsolatai szorosak, illetve a vállalkozás rendezvényszervezéssel és jegyértékesítéssel egyaránt foglalkozik. Előfordult olyan eset – Művészetek Palotája -, ahol a helyszín pályáztatás keretében választotta ki a legmegfelelőbb jegyértékesítőt, azaz a jegyértékesítők közötti versenyztetés hatékonyan biztosítható, hogy a helyszín valóban azzal a jegyértékesítővel kössön szerződést, amelyik a legmagasabb színvonalú szolgáltatást a legkedvezőbb áron ígéri, amivel a végfogyasztók is jól járnak. Az Aréna esetében ilyen jellegű pályáztatás nem valósult meg.

160. Tényként állapítható meg, hogy azzal, hogy a rendezvényszervező maga választhat jegyértékesítőt, tulajdonképpen befolyásolni tudja a végső – a fogyasztók által fizetendő – jegyárat, mivel a szolgáltatás színvonala mellett a jutalék mértéke a döntő abból a szempontból, hogy melyik jegyértékesítővel szerződjön. A kizárólagossági klauzulát tartalmazó megállapodás következtében a jegydisztribúciós piacon jelentős mértékben torzulhat a verseny, hiszen a jegydisztribútorok nem versenyezhetnek azért, hogy a Budapest Sportarénában szervezett rendezvények jegyeinek disztribúcióját végezhesék. A verseny hiányában a Ticketpro nincs hatékonyságra kényszerítve, jutaléka nagyságának mértékét rákényszerítheti a rendezvényszervezőre. A jutalék pedig végső soron a fogyasztói árba épül be (azaz magasabb árat eredményez).

161. A Versenytanács álláspontja szerint az Aréna és a Ticketpro közötti szerződés célja és eredménye a hatékony verseny korlátozása volt, amely hatás közvetlenül a jegydisztribúciós piacon nyilvánul meg, de közvetve kihat a többi elemzett piacokra is.

Erre utal a Budapest Sportaréna Általános Bérleti Feltételei 18. pontja, mely szerint csak a Ticketpro végezheti a jegyértékesítést, s ezt pedig a Jegypénztári Megállapodás szerint kell tenni. *Az Aréna és a Ticketpro közötti, a Ticketpronak exkluzivitást biztosító megállapodás piaclezáró hatással járhat*, hiszen ezáltal – tekintettel arra, hogy azon rendezvényhelyszínek, ahol ilyen jellegű koncert szervezhető, száma szűk – egyes szereplők kiszorulhatnak a piacról.

162. A vertikális megállapodásokkal szemben alapvető szempont az is – amellet, hogy hozzájárulhatnak a termelés, forgalmazás, illetve a műszaki vagy gazdasági fejlődés előmozdításához, és a vertikális megállapodásokból származó előny méltányos része a fogyasztókhöz kerül –, hogy ezek a megállapodások csak olyan korlátozásokat jelentsenek a piacon, melyek nem elengedhetetlenek a fenti előnyök elérése érdekében (szükségesség és arányosság), valamint nem járhatnak azzal, hogy kiküszöböljék a versenyt a szóban forgó termékek lényeges része tekintetében (Iránymutatás 134. cikk, Tpv. 17. § (1) bekezdés).

163. Az Aréna rendszere jelenleg egyedülálló a hazai piacon, mivel a Művészetek Palotája – bár jegyértékesítője kizárólagosan a Concert & Media – mégis lehetővé teszi, hogy a jegyek egy jelentős részével a szervező szabadon rendelkezzen. Ha az Aréna rendszere elterjedté válik, és általánosan bevett gyakorlattá alakul – márpedig több új hazai csarnok megépülése is várható, – hogy egy-egy helyszínen kizárólagos megállapodást köt a jegyszolgáltatásokra egy vállalkozással, az a piac és a piaci szereplők helyzetének megmerevedéséhez fog vezetni, s végső soron a verseny eliminálódásával jár. Mivel a jegyértékesítő piaca oligopolisztikus, ezek a tényezők a versenytársak közötti összejátszást segíthetik elő, illetve a potenciális piacra lépők számára is elrettentők lehetnek, melynek a fogyasztók látják a kárát.

164. A vertikális megállapodások mentesítését indokolhatja, ha valamelyik félnek olyan speciális beruházást kellene végrehajtania, amelyet csak a megállapodásban bízva tenne meg (kapcsolatfüggő beruházások). Az Aréna esetében azonban nem beszélhetünk ilyen beruházásról, mert a Ticketpro jegyértékesítő rendszere alapvetően nem helyhez kötött, hanem mobil, máshol is használható, amennyiben a Ticketpro-val egy másik helyszínen szerződő rendezvényszervező igény tart rá.

165. Az sem állapítható meg, hogy az Aréna bérlése során a rendezvényszervező a Ticketpro-s kizárólagos szerződésből kifolyólag olyan megtakarításokat érhet el, ami miatt termékét, a rendezvényt alacsonyabb áron tudná értékesíteni. A Ticketpro-nak az Arénában alkalmazott 12 %-os jutaléka az egyik legmagasabb jutalék a nagyobb közönséget vonzó szórakoztató jellegű rendezvények piacán. Abban az esetben, ha a Ticketpro egy másik helyszínen végzi szolgáltatásait, ugyanazért a szolgáltatásért (azzal, ha a rendezvényszervező igényt tart a beléptető rendszer működtetésére), ugyanazokért a jegyekért csak 10 %-os jutalékot kér el. Ez azt igazolja, hogy az Aréna által biztosított kizárólagosság inkább káros, sem mint előnyös a versenyre, és magasabb jegyárat eredményez.

166. Az Aréna azon érvét, miszerint a Ticketproval való kapcsolat azért nagyon előnyös, mert ezáltal biztosítottnak érzi a bérleti díját, mivel a Ticketpro mindaddig visszatarthatja a rendezvényszervező bevételeit, amíg az nem rendezi az Arénával a fizetéseket, a Versenytanács a következők miatt nem fogadta el:

- a. Az Aréna részéről nem indokolt a jegyek teljes lefoglalása, azaz valamennyi jegy tekintetében a Ticketpro-t jegyértékesítéssel megbízni. Az Aréna bérleti díja

ugyanis 3,5-12 millió forint közötti, ezen belül csak az eladott jegyekből származó bevétel 15 %-át jelenti. A nemzetközi gyakorlat azt mutatja, hogy a helyszínek általában igényt tartanak a jegyek meghatározott mennyiségére, és ezen jegyeket a saját vagy szerződéses partnerükön keresztül értékesítik, azonban a jegyek másik része a rendezvényszervező döntése alapján kerül terjesztésre.

- b. A Versenytanács figyelembe vette az Aréna azon kötelezettségét is, hogy nem csak kereskedelmi célú rendezvények helyszíne, hanem a Magyar Állam felé is tartozik a Minisztériumi Napok lebonyolításával, melyhez egy jegyértékesítő tevékenysége, pontosabban egy jegy-előállítói rendszer és a Sportaréna rendelkezésre bocsátása szükséges.²⁸ Összességében azonban megállapítható, hogy az Aréna és a Ticketpro közötti exkluzív szerződés egyik oka az, hogy a Ticketpro rendszere révén a bérleti díjat adott esetben vissza lehessen tartani a rendezvényszervezőktől. Ez a megoldás azonban *a céllal arányban nem álló versenykorlátozást jelent, hiszen ez a cél a verseny sérelme nélkül is megoldható lett volna* (pl. banki biztosíték kötelezettségével a rendezvényszervező részéről.)

167. Az eljárás alá vontak által sokat hangsúlyozott másik tényező a biztonsági követelmények sérülése, melyből kifolyólag – a kizárólagosság megszüntetése esetén, a Ticketpro és az idegen rendszer összekapcsolásával – több hamis jegy kerülhet forgalomba. Ez az érvelés azért nem fogadható el, mert egyrészt a nemzetközi példák azt mutatják, hogy a rendszerek összekapcsolása működőképes gyakorlat, másrészt a Ticketpro Spol. S.r.o. cseh cég és a Ticketpro Kft. közötti Licence Agreement egyértelműen rögzíti, hogy a Ticketsoft rendszer összekapcsolható más rendszerrel .

168. Mindezek miatt a Versenytanács, egyezően a GVH vizsgálóinak indítványával, megállapítja, hogy a kizárólagossági klauzulát tartalmazó megállapodás (a rendezvényszervező bevételeinek visszatartása; a beléptető rendszer biztonságos működtetése) szükségtelenül és aránytalan mértékben korlátozza a versenyt. Erre tekintettel az Aréna és a Ticketpro közötti megállapodás, valamint az Aréna és a rendezvényszervezők közötti megállapodások azon pontjai, mely a Ticketpro részére kizárólagos jegydisztribútori jogot biztosítanak, alkalmasak a gazdasági verseny korlátozására, ezért a Tptv. 11. §. (1) bekezdésében, valamint különösen a (2) bekezdésének c) pontjában, illetve az EKSz. 81. cikk (1) bekezdésében foglalt tilalomba ütköznek.

169. Az Aréna és a rendezvényszervezők közötti szerződések vertikális megállapodásnak minősülnek, ahol az Aréna, mint a helyszín üzemeltetője a Sportaréna meghatározott időtartamra bérbe adja a rendezvényszervező (pl. az eljárás alá vont Multimedia) részére. A bérleti jogviszony több szerződés együttes megkötésével jön létre. Ezek:

- bérleti szerződés (vizsgálati jelentés II.2 pont, továbbiakban: *speciális bérleti szerződés*),

²⁸ Az Üzemeltetési szerződés kimondja, hogy az Aréna kizárólagos joga és kötelezettsége a Minisztériumi Napokon tartott eseményekre a jegyárúsítás (ld. 4.4. (vii) pont), amikor a jegyárakat a Minisztérium jogosult meghatározni. Az Aréna köteles a jegyeket kinyomtatni, és a terjesztés kis részében részt venni. A többi jegyet a Minisztérium terjeszti. Az Aréna kisebb rendezvények esetén ingyenesen, nagyobb rendezvény esetén minimális jutalék ellenében köteles ezen kötelezettségeinek eleget tenni (A pontos adatok üzleti titkot képeznek).

- a Budapest Sportaréna Általános Bérleti Feltételei (vizsgálati jelentés II.3. pont, továbbiakban: *ÁBF*),
- Budapest Aréna Jegypénztári Szolgáltatások Szabályzata (vizsgálati jelentés II.4. pont, továbbiakban: *JSZSZ*).

170. Valamennyi felsorolt szerződés rögzíti, hogy a bérleti jogviszony létrehozásának alapvető feltétele, hogy a bérlő a Ticketpro-val kössön jegyértékesítői szerződést. Emiatt a feltétel miatt az Aréna és a rendezvényszervezők közötti vertikális megállapodások *az egyedüli márka kikötésének csoportjába sorolhatók*, ahol az Aréna arra készíti a rendezvényszervezőket, hogy az Arénával kötött bérleti szerződés mellett a jegyértékesítésre a Ticketpro-val jegyszolgáltatásait vegye igénybe. A vertikális megállapodások egyes csoportjainak a versenykorlátozás tilalma alól történő mentesítéséről szóló 55/2002. kormányrendelet (továbbiakban: *Kormányrendelet*) 1. § (1) bekezdése, valamint ezzel összhangban az Európai Bizottságnak a Szerződés 81. cikke (3) bekezdésének a vertikális megállapodások és összehangolt magatartások csoportjaira történő alkalmazásáról szóló 2790/1999/EK rendelete (továbbiakban: *EK csoportmentesítési rendelet*) 2. cikk (1) bekezdése értelmében mentesül(het) a vállalkozások közötti azon versenykorlátozó megállapodás, amelyben a résztvevő vállalkozások mindegyike a termelési vagy forgalmazási lánc egymástól eltérő szintjén működik, és amely azokra a feltételekre vonatkozik, amelyek mellett egyes áruknak vagy szolgáltatásoknak a felek általi vásárlása, értékesítése vagy viszonteladása történik.

171. Az Európai Bizottság vertikális korlátozásokról szóló 2000/C/291/01. számú iránymutatásának – a továbbiakban: *Iránymutatás* – (25). cikke a Kormányrendelet és EK csoportmentesítési rendelet fentebb hivatkozott szakaszaihoz további magyarázatot nyújt. Eszerint *a bérleti szerződések nem tartoznak a rendeletek hatálya alá*, mivel ekkor nincs szó áruk vagy szolgáltatások értékesítéséről a szállító által a vevő részére. Tehát nem részesülhet csoportmentesítésben az a versenykorlátozás vagy kötelezettség, amelyekre nem a vásárlás, értékesítés vagy viszonteladás valamely feltételei vonatkoznak. Mindebből az következik, hogy az Aréna és a rendezvényszervezők közötti megállapodások az általános – a 81. cikk (1). bek., illetve a Tpvt. 11. § (1). bek. – tilalom alá esnek, csoportmentesítés alá nem esnek.

172. A rendezvényszervezők az Aréna bérlése esetén a Budapest Sportaréna Jegypénztári Megállapodás megkötésére kötelesek. Ez a megállapodás *valódi ügynöki megállapodás*nak minősül a következők miatt. Az Iránymutatás figyelembe vételével az ügynöki megállapodások elsősorban az alapján ítélték meg, hogy az ügynök és a megbízó közötti kapcsolatban mekkora kockázatot vállal az ügynök egyrészt az ügynöknek a megbízó számára megkötött szerződése, másrészt adott piachoz kötődő beruházások vonatkozásában. Amennyiben az ügynöki szerződés valódi, mert az ügynök nem vagy csak jelentéktelen kockázatot visel, akkor az kívül esik a 81. cikk (1) bek. és a Tpvt. 11. § (1) bek. hatályaán. (Iránymutatás (15). cikk). Ez azt eredményezi, hogy a rendezvények közötti versenyben az ügynök a szervező megbízottjaként jelenik meg, az ő nevében, az ő kockázatára jár el. Ha azonban az ügynöki szerződés nem valódi, mert az ügynök független kereskedőnek minősül, aki szabadon határozhatja meg marketingstratégiáját, hogy megtérüljön az adott szerződéshez vagy piachoz kötődő beruházása, akkor tevékenysége a 81. cikk és a Tpvt. 11. §-a alapján bírálható el.

173. Az Iránymutatás (16). cikke szerint többek között az alábbi szempontokat kell értékelni a kockázati tényező vizsgálatakor, vagyis akkor tekinthető valódinak a szerződés, ha az ügynök

- a. nem tulajdonosa a megvett vagy eladott szerződéses áruknak vagy nem saját maga szállítja a szerződéses szolgáltatásokat,
- b. nem járul hozzá a termék forgalmazásának költségeihez, ideértve a szállítási költségeket, (kivéve, ha maga végzi a szállítást, amit a megbízó finanszíroz),
- c. közvetve vagy közvetlenül sem vesz részt a megbízó promócióiban, ideértve a hirdetési költségekből való részesedést,
- d. saját költségére vagy kockázatára nem tart árukészletet, és külön díj fizetése nélkül lehetősége van a megmaradt áru visszaadására (kivéve, ha nem teljesített bizonyos biztonsági előírásokat),
- e. nem hoz létre vagy tart fenn saját költségére eladás utáni szolgáltatásokat (pl: javítás),
- f. nem valósít meg eszközökbe, képzésekbe történő piac-specifikus beruházásokat,
- g. harmadik felek felé nem felel a termék által okozott kárért,
- h. nem felel a vásárlók szerződésszegéseiért, kivéve, ha jutaléka csökkentésével teszi felelőssé a megbízó, a szerződésszegésért egyébként nem felelős ügynököt.

174. Az Iránymutatás (18) bekezdése szerint ha egy ügynöki megállapodás nem esik az EKSz. 81. cikk (1) bekezdésének hatálya alá, akkor a megbízó megbízásából kötött és/vagy kialakított szerződésekkel összefüggésben az ügynökre rótt minden kötelezettség is kívül esik a 81. cikk (1) bekezdésének hatályán. Általában azokat az ügynököt terhelő kötelezettségeket tekintik az ügynöki megállapodás szerves részének, amelyek szükségesek ahhoz, hogy a megbízó viselje a kockázatokat és abban a helyzetben legyen, hogy meghatározza az üzleti stratégiát. Ezen belül lehetősége van az árra vonatkozó korlátozások megkötésére, amelyen az ügynök eladhatja ezeket az árukat vagy szolgáltatásokat, illetve azokra a vevőkre vonatkozó korlátozások kikötésére, akiknek az ügynök eladhatja ezeket az árukat vagy szolgáltatásokat, valamint azokra az egyéb feltételekre, amelyeken/amelyekkel az ügynöknek el kell adnia vagy be kell szereznie ezeket az árukat vagy szolgáltatásokat.

175. Az Iránymutatás (19) bekezdése szerint az ügynöki megállapodások nem csak azt szabályozhatják, hogy az ügynök milyen feltételek mellett ad el vagy szerez be árukat vagy szolgáltatásokat a megbízó megbízásából, hanem gyakran tartalmazznak az ügynök és a megbízó kapcsolatára vonatkozó kikötéseket is. Különösképpen tartalmazhatnak olyan kikötést, amely megakadályozza, hogy a megbízó bizonyos típusú ügyletre, vevőkre vagy területre más ügynököket jelöljön ki (kizárólagos ügynöki klauzulák) és/vagy olyan kikötést, amely megakadályozza, hogy az ügynök a megbízóval versenyző vállalatok ügynökeként vagy forgalmazó kereskedőjeként működjön (versenytilalmi kikötések). A kizárólagos ügynöki klauzulák csak a márkán belüli versenyt érintik és versenysértő hatást általában nem idéznek elő. A versenytilalmi klauzulák, köztük a megállapodás lejártát követő időszakra vonatkozó versenytilalmi klauzulák érintik a márkák közti versenyt és a 81. cikk (1) bekezdésébe ütközhetnek, ha annak az érintett piacnak a lezárásához vezetnek, amelyen a szerződéses árukat vagy szolgáltatásokat eladják vagy beszerzik.

176. A Ticketpro jegypénztári megállapodásában meghatározottak szerint a rendezvényszervező határozza meg a rendezvény árát, amelyhez a Ticketpro csak a jutaléka összegét teheti hozzá. A Ticketpro tehát jutalékért végzi a rendezvényszervező részére a tevékenységét. Hozzátehető, hogy a Ticketpro-t megillető ellenszolgáltatás részét képezi az a jog is, hogy a jegyek hátoldalán a Ticketpro saját reklámanyagait közölheti.

177. Bár a jegyeket a Ticketpro készíti, a jegy csak másodlagos terméknek minősül a fő termékkel, a rendezvénnyel szemben, melyet a rendezvényszervező valósít meg. A Ticketpro-t semmilyen formában nem terheli felelősség a rendezvény sikeressége, illetve a jegyvásárlót ért kár tekintetében. Feladata csak a jegyek értékesítése, mely természetesen magában foglalja azt, hogy a Ticketpro gazdasági érdeke is – a nagyobb jutalék fejében – az értékesítés előmozdítása (pl. további al-ügynöki szerződések útján). A Ticketpro köteles a rendezvényszervező számára valamennyi, jegyértékesítéssel összefüggő információt a rendezvényszervező tudomására hozni, azaz azoknak legfeljebb birtokosa, azonban nem „ura”. Köteles arra is, hogy a rendezvényre vonatkozó információkat a rendezvényszervező által rendelkezésre bocsátott módon hozzáférhetővé tegye. A jegyértékesítés megszüntetése is csak a rendezvényszervező utasítására történhet meg. A megállapodás kizárólagos ügynöki klauzulát is tartalmaz, azaz a rendezvényszervező kötelezettséget vállal arra, hogy csak a Ticketpro-n keresztül fogja az általa, az Arénában szervezett rendezvény jegyeit értékesíteni.

178. Mindezek alapján megállapítható, hogy *a Ticketpro és a rendezvényszervezők közötti jegypénztári megállapodások valódi ügynöki szerződésnek tekinthetők, melyek nem korlátozzák a gazdasági versenyt az EKSz. 81. cikk és a Tptv. 11. §-ába ütközően.*

179. A Versenytanács megállapítja, hogy az Aréna és a Multimedia közötti Éves Bérleti Szerződés ugyan több szempontból is kedvezőbb (privilegizált) konstrukciót valósít meg a többi rendezvényszervezőre vonatkozó bérleti feltételeknél a Multimedia számára, de ezen kedvezmények (önmagukban) nem járnak a gazdasági verseny korlátozásával. A Versenytanács ezen álláspontja összhangban van az Iránymutatásban foglaltakkal, mert egyértelműen a Budapest Sportaréna jobb, hatékonyabb kihasználására irányult, oly módon, hogy a rendezvényszervező számára könnyebbé tette a Sportaréna igénybevételét, amely a végfogyasztók számára is előnyös lehetőségeket biztosított a Multimédiának (alacsonyabb jegyárak, több rendezvény).

180. Ennek alapján megállapítható, hogy az Aréna és a Multimedia közötti, a Multimedia számára a többi versenytárshoz képest preferenciális klauzulákat tartalmazó megállapodás önmagában (nem figyelve a Ticketpro kizárólagos jegyszolgáltatási státuszára) nem lett volna alkalmas a gazdasági verseny korlátozására, s így módon nem ütközött volna a Tptv. 11. §. (1) bekezdésében foglalt rendelkezésekbe, valamint nem sértette az EKSz. 81. cikk (1) bekezdését.

181. A Versenytanács azonban az Aréna és a Multimedia közötti éves bérleti megállapodást a Ticketpro-nak kizárólagos jegyszolgáltatási helyzetével összefüggésben is értékelte. A Ticketpro és a Multimédia Concerts vállalkozások – a tényleges irányítási kapcsolatok vonatkozásában – egymástól versenyjogi értelemben független vállalkozásoknak minősülnek. *A Multimédia Concerts* ugyan csak kisebbségi tulajdonosi hányadot biztosító üzletrésszel rendelkezik a Ticketpro vállalkozásban, de nyilvánvalóan *részesül a vállalkozás nyereségében*. Ez azt jelenti, hogy a Multimedia számára a Sportarénában megrendezett koncertek jegyszolgáltatása kevesebbe kerül,

mint a versenytársaknak. Ez a helyzet a Multimedia számára olyan árelőnyt biztosíthat, amely a Budapest Sportarénában rendezendő koncertek vonatkozásában – az Aréna Rt. részéről – az üzletfelek közötti indokolatlan megkülönböztetésnek minősül.

182. A Ticketpro vállalkozás felett a Ticketsoft használati jogaival rendelkező 2908026 Canada Inc. vállalkozás a Tptv. 23. § (2) bekezdésének a) pontja szerint közvetlen és egyedüli irányítással rendelkezik. Ugyanakkor a Ticketpro tulajdonosai és irányítási pozícióban lévő személyei között megtalálhatók a Multimedia, illetve személyesen Hegedűs László érdekeltségi körébe tartozó vállalkozások, illetve magánszemélyek. A Ticketpro ugyanakkor rendelkezik a Budapest Sportszarnokban megrendezendő koncertek kizárólagos jegyszolgáltatási jogaival. Ez a körülmény arra is alkalmat ad, hogy a Multimedia "beleláthasson" üzleti ellenfelének a jegyértékesítési-, illetve egyéb üzletpolitikai döntéseibe, valamint – a szerződésben rögzített jegyeladási adatokra vonatkozó kötelező információszolgáltatási kötelezettségeinek "laza" értelmezésével, illetve a rendezvényszervezőt illető jegybevételi rész indokolatlan visszatartásával tisztességtelenül nehezítse a versenytárs piaci helyzetét. A GVH vizsgálata ugyan nem állapította meg, hogy ilyen magatartás ténylegesen megtörtént, de a rendelkezésre álló információk alapján az ilyen magatartás lehetősége nem volt kizárható. A Multimedia Sportarénára vonatkozó kivételezett helyzetét eredményező éves bérleti megállapodás, Ticketpro-ban meglévő Multimedia-érdekeltség miatt tovább erősíti a Ticketpro kizárólagosságából eredő, korábban már elemzett versenykorlátozó, -torzító hatást a tényleges és potenciális versenytársak számára.

183. Összegezésként, a Versenytanács a fentiek alapján megállapította, hogy az Aréna Rt. és a Ticketpro Kft. között létrejött, a Budapest Sportarénára vonatkozó valamennyi jegyszolgáltatási tevékenységet illetően kizárólagosságot biztosító Jegyszolgáltatási Megállapodás, valamint a – Multimedia tényleges és potenciális versenytársaival megkötött és megkötendő – bérleti szerződések együttesen, illetve a Multimedia és az Aréna közötti Éves Bérleti Szerződés a Multimedia cégcsoport és a Ticketpro Kft. közötti szoros üzleti érdekösszefonódás miatt együttesen alkalmasak voltak arra, hogy a kiemelt jelentőségű rendezvények, valamint az ahhoz kapcsolódó részszolgáltatások érintett piacán torzítsák a versenyviszonyokat, illetve ebből eredően korlátozzák a piaci versenyt.

184. A fentiek alapján a Versenytanács megállapította, hogy az Aréna és a rendezvényszervezők közötti megállapodások, illetve az Aréna és a Ticketpro közötti Jegyszolgáltatási Szerződés együttesen a Tptv. 11. § (1) bekezdése alapján, de különösen a (2) bekezdés a) pontja alapján, valamint az Aréna Rt. és a Multimedia Kft. közötti Éves Bérleti Szerződés, a Jegyszolgáltatási Szerződésre, valamint a Ticketpro Kft. és a Multimedia közötti érdekösszefonódásra tekintettel, a Tptv. 11. § (1) bekezdése, de különösen annak f) és g) pontjai alapján jogsértőek, nem esnek csoportmentesség alá, és egyedileg sem mentesíthetők.

185. A Versenytanács, figyelemmel arra, hogy a kifogásolt magatartás, illetve helyzet érinti a tagállamok közötti kereskedelmet, az EK Szerződés 81. cikkelye alapján, figyelemmel arra, hogy a kifogásolt magatartásokkal összefüggésben a 81. cikkely (3) bekezdésének feltételei nem állnak fenn, megállapította, hogy azok összeegyeztethetetlenek a közös piaccal.

186. A fentebb leírt jogsértő magatartásokkal összefüggésben a Versenytanács további szankciók előírását nem tartott szükségesnek arra tekintettel, hogy egyrészt, a

kifogásolt helyzet és magatartás az Üzemeltetési Szerződésben meghatározott időtartamnak csak egy viszonylag rövid időszakát érintette, másrészt, az Aréna Rt. kifogásolt szerződéseket többször is a GVH által kívánatosnak tartott irányban módosította, valamint harmadrészt, de főképpen azért, mert időközben, az eljárás befejezése előtt az Aréna Rt. tulajdonosai és a magyar állam között, a Budapest Sportaréna hasznosítására vonatkozó Üzemeltetési Megállapodás megszűnt, ezzel együtt megszűnt az Aréna Rt. húsz évre szóló kizárólagos hasznosítási joga, annak valamennyi kapcsolódó szerződésével együtt, különös tekintettel a Ticketpro Kft-vel megkötött Jegyszolgáltatási Szerződésre, valamint a Multimedia Kft-vel megkötött Éves Bérleti Szerződésre, vagyis a jogsértő állapot ezzel megszűnt.

X.

Eljárási kérdések

187. A 2003. évi XXXI. törvény által beiktatott módosításának megfelelően, a Tpvt. 91/B. paragrafusa szerint az EK-Szerződés 81. és 82. cikkének alkalmazása során a GVH az 1/2003/EK rendeletben meghatározott módon együttműködött az Európai Bizottsággal. A módosított Tpvt. 91/C. paragrafusa szerint az eljáró versenytanács a tárgyalás kitűzése előtt, a fenti rendelet 11. cikkelyének (4) pontja szerint megküldte előzetes álláspontját (73. §) az Európai Bizottságnak. A Bizottság a GVH-nak megküldte észrevételeit, amelyek figyelembevételével hozta meg a Versenytanács jelen határozatát.

188. A jogorvoslat lehetőségét a Tpvt. 83. § (1) bekezdése biztosítja.

Budapest, 2005. szeptember 8.