



GAZDASÁGI
VERSENYHIVATAL

VERSENYTANÁCS

Vj-094-017/2009.

A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa a dr. V. T. ügyvezető igazgató által képviselt **Kinizsi Bank Zrt.** (Veszprém) eljárás alá vont vállalkozás ellen a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat miatt indult eljárásban - nyilvános tárgyaláson - meghozta az alábbi

h a t á r o z a t o t .

A Versenytanács megállapítja, hogy a Kinizsi Bank Zrt. 2009. április 6. és május 4. közötti betétgyűjtési akciója során a fogyasztókkal szemben tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot folytatott, mert a vizsgált kampánya során alkalmazott egyes kommunikációs eszközein arról tájékoztatta a fogyasztókat, hogy a kamat mértéke 11 %, azonban a hirdetett kamat elérését korlátozó további lényeges információról nem adott tájékoztatást.

A határozat felülvizsgálatát a kézhezvételtől számított harminc napon belül a Fővárosi Bíróságnak címzett, de a Gazdasági Versenyhivatalnál benyújtható vagy ajánlott küldeményként postára adott keresettel lehet kérni.

I n d o k o l á s

I.

A vizsgálat tárgya

1. A Gazdasági Versenyhivatal (a továbbiakban: GVH) 2009. július 20-án a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló többször módosított 1996. évi LVII. törvény (a továbbiakban: Tpv.) 67. § (1) bekezdése, illetve 70. § (1) bekezdése, valamint a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvény (a továbbiakban: Fttv.) 26. § (1) bekezdése alapján versenyfelügyeleti eljárást indított a Kinizsi Bank Zrt. (a továbbiakban: Kinizsi Bank vagy Bank) ellen, vizsgálva annak akciós betéti kamatot hirdető, 2009. április 6-tól közzétett teljes kommunikációs gyakorlatát.

II.

Az eljárás alá vont vállalkozás

2. A Kinizsi Bank 2007. augusztus 1-jén jött létre, jogelődje az 1958-ban alakult Nagyvázsonyi Kinizsi Takarékszövetkezet Nagyvázsony és Vidéke Takarékszövetkezet. Többek között betétgyűjtésre, hitel és pénzkölcsön nyújtásra, pénzforgalmi szolgáltatások nyújtására és lízing ügyletek végzésére jogosult. Jelenleg 17 bankfiókkal rendelkezik, melyek közül 2 Budapesten, 1 Fejér megyében és 14 Veszprém megyében található.
3. A Kinizsi Bank 2008. évi nettó árbevétele, nyilatkozata alapján, 1.834.850 000 Ft volt.

III.

A vizsgált termék és az érintett fogyasztói kör főbb jellemzői

4. Az 1959. évi IV. törvény, a Polgári Törvénykönyv szerint a betét betétszerződés vagy takarékbetétszerződés alapján fennálló követelés, ideértve a bankszámla pozitív egyenlegét is. A betétszerződéshez nem feltétlenül szükséges bankszámlát

nyitni, ugyanakkor, ha az ügyfél rendelkezik bankszámlával, ahhoz általában pénzlekötési lehetőség is kapcsolódik. Ekkor a számla egyenlegének vagy annak egy részének lekötése esetén a bank a lekötött összegre magasabb kamatot fizet. A betét elhelyezése történhet forintban vagy a bank által meghirdetett devizanemben. A betétekre fizetett kamat mértéke több esetben függ az elhelyezett összeg nagyságától. Általában minél magasabb az összeg, annál nagyobb kamatot jár. Az egyes bankok üzletpolitikájuktól függően meghatározzák azt a legkisebb összeget, amelyet betétként elfogadnak (minimum lekötendő összeg)¹, azaz bizonyos összeg – például 10-100 ezer forint – alatt egyáltalán nem lehet betétet lekötöni.

5. A lakossági ügyfelek körében történő betétgyűjtés általános jellemzője, hogy a bankok magasabb kamat ígéréssel igyekeznek meggyőzni az ügyfeleket arról, hogy megtakarításaikat betét formájában helyezik el a pénzintézeteknél.
6. Az átlagos ügyfél jellemzően 2, maximum 3 bank közül választ: ezek alkotják a releváns szettjét. A releváns szett szigorú határvonal, amibe bekerülni, és ami fontosabb, amiből kikerülni nehéz.²
7. Az ügyfelek – a banki termékek közötti választás során - az egyszerűség elvét követik: az egyszerűen érthető, de modern, divatos termékeket keresik. Az átlagos ügyfél a számára érthető, rövid leírású terméket keresi, kedveli. A hosszan, részletesen leírt terméktől megijed, buktatókat vél benne.³
8. A hitelintézeteknél elhelyezett betétek átlagos nagysága az Országos Betétbiztosítási Alap Éves jelentése alapján már 2003-ban meghaladta az 500.000 Ft-ot, mértéke 562.000 Ft volt. A vizsgált időszak tekintetében meghatározó években a betétek átlagos nagysága ennél magasabb, 2006-ban 708.000 Ft, 2007-ben 832.000 Ft, 2008-ban 659.000 Ft volt.⁴
9. A Bank által csatolt bizonyítékokból kiderül, hogy a Bankban az átlagos betét nagysága nem éri el az 1.000.000 Ft-ot, a Bank betétállományának jelentős hányadát az 1.000.000 Ft alatti betétek teszik ki.

¹http://www.pszaf.hu/engine.aspx?page=pszafhu_pp_valasszontermeket&switch-content=pszafhu_bankiszolgáltatások_20050729_23&switch-zone=Content%20Zone%204&switch-render-mode=full, http://www.pszaf.hu/engine.aspx?page=pszafhu_kiadvanyok - Pénzem és ... a bankbetétek, 2006. május

² Lásd. Vj-81/2008. sz. határozat 12. pontja

³ Lásd. Vj-81/2008. sz. határozat 12. pontja

⁴ Forrás: www.oba.hu

IV.

A vizsgált magatartás

10. A vizsgált kommunikációs eszközök részletes leírását a Melléklet tartalmazza.
11. A Bank 2009. április 6-tól 3 hónapra történő lekötés esetén 11%-os kamatot adott a minimum 1.000.000 Ft értékű lekötések esetén. Az ezt az összeget el nem érő megtakarításokat 7%-os kamattal köthették le az ügyfelek. Az akcióban a Bank régi és új ügyfelei is részt vehettek. A Kinizsi Bank 2009. április 6-ától kezdődően visszavonásig „tavaszváró arany” szlogennel hirdetett betétgyűjtési akciójának keretében különböző kommunikációs eszközökön keresztül közzétett hirdetéseket a fogyasztókkal. A terméket több, elsősorban regionális kommunikációs eszközön keresztül reklámozta, de országos televízió-csatornán keresztül is közzétette.

Televíziós spot

12. A 2009. április 7-én 18.00-kor kezdődő MKB Veszprém KC kézilabda-mérkőzés szünetében egy alkalommal volt látható az a reklám, amely a következő pontban részletezett képújság-kockákból szerkesztett folyamatos spot-ként került sugárzásra egy 20 másodperces és egy 5 másodperces részletben az országosan sugárzott M1 csatornán.

Televíziós képújság

13. A televíziós képújság-reklám a helyi Veszprém Tv képújságában jelent meg 2009. április 6-a és május 4-e között naponta 10.15-10.20, 11.15-11.20, 19.15-19.20 valamint 20.15-20.20 között 5, illetve 20 másodperces időtartamra, összesen tehát 29 napon át, napi négyszer két alkalommal.
14. A képújság képkockái a „11% tiszta kamat és EBKM” szlogent hirdették főüzenetként, illetve tartalmazták a Bank honlapját és telefonszámát. Megjelent továbbá az a felhívás is, hogy „meglévő és új ügyfeleinknek egyaránt!”
15. A hirdetés semmilyen további utalást, apróbetűs részt nem tartalmazott.

Online hirdetés

16. A Bank saját honlapján a „Tavaszcvaró arany akció” címmel ellátott online hirdetés (banner) jelent meg. A Bank honlap kezdő oldalán az „Akciós forint lekötésekről” a részletes lekötési feltételeket tartalmazta⁵. A honlap tehát a hirdetésről közvetlenül elnavigálta az érdeklődőt az akció részletes feltételeit tartalmazó oldalhoz, mely tartalmazta az 1.000.000 Ft minimum lekötésre vonatkozó információt is.

Fióki plakátok

17. A bankfiókok kirakatában a kampányidőszak alatt az online hirdetéssel megegyező külalakú és ugyanezen információkat tartalmazó 40x60 cm-es plakátok voltak kifüggesztve, melyek további információra való utalást nem tartalmaztak, apróbetűs rész sem volt rajtuk látható.

Helyi napilap

18. A Helyi Veszprémi Napló elnevezésű helyi napilapban 4 alkalommal jelent meg hirdetés az online hirdetéssel és a plakáttal azonos tartalommal, 2009. április 8-án, 10-én, 17-én és 24-én.

V.

Az eljárás alá vont álláspontja

19. A Kinizsi Bank a tények elismerése mellett előadta, hogy a 11%-os tiszta kamatot ígérő hirdetésekben feltüntette internetes és telefonos elérhetőségét, melyeken keresztül valamennyi érdeklődő helyes és kimerítő tájékoztatást kaphatott, még mielőtt ügyleti döntést hozott volna.
20. A bank a jogsértés megállapítását nem vitatja, azonban álláspontja szerint az nem olyan mértékű, ami az eset össze körülményét figyelembe véve bírság kiszabását tenné szükségessé.
21. Előadta, hogy első alkalommal fordult elő az, hogy a fogyasztók számára közzétett hirdetések nem tartalmazták volna a minimum összeget, valamint azt, hogy az interneten elérhető volt ez az információ is.

⁵ Vj-94-002/2009. sz. irat

22. Megjegyezte, hogy az akciót nem minősítheti sikeresnek, ráadásul országosan mindössze egyszer sugározták a reklámot.
23. A Bank a későbbiekben úgy módosított a szolgáltatás paraméterein, hogy megszüntette a minimálisan lekötendő összegre vonatkozó korlátozást, 2009. május 12-étől „Aranypart” néven vezetett be terméket, mely már nem tartalmazta az 1.000.000 Ft-os korlátot.
24. A Bank vezérigazgatója intézkedett annak érdekében, hogy a jövőben ilyen hiányosság ne fordulhasson elő, és jelezte, amennyiben a GVH úgy ítéli, akkor készséggel tesznek közzé tájékoztatást a korábban használt kommunikációs eszközökön keresztül.

VI.

Jogi háttér

25. Az Fttv. 1. §-ának (2) bekezdése szerint az Fttv. hatálya arra a kereskedelmi gyakorlatra terjed ki, amely a Magyar Köztársaság területén valósul meg, továbbá arra is, amely a Magyar Köztársaság területén bárkit fogyasztóként érint.
26. Az Fttv. 2. §-ának a) pontja értelmében fogyasztó az önálló foglalkozásán és gazdasági tevékenységén kívül eső célok érdekében eljáró természetes személy. A d) pont szerint a kereskedelmi gyakorlat a vállalkozásnak, illetve a vállalkozás érdekében vagy javára eljáró személynek az áru fogyasztók részére történő értékesítésével, szolgáltatásával vagy eladásösztönzésével közvetlen kapcsolatban álló magatartása, tevékenysége, mulasztása, reklámja, marketingtevékenységek vagy egyéb kereskedelmi kommunikációja. Az e) pont rögzíti, hogy a kereskedelmi kommunikáció a vállalkozás önálló foglalkozásával vagy gazdasági tevékenységével közvetlenül összefüggésben történő információközlés, függetlenül annak megjelenési módjától, eszközétől.
27. Az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdése kimondja, hogy tilos a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat. A (2) bekezdés szerint tisztességtelen az a kereskedelmi gyakorlat, a) amelynek alkalmazása során a kereskedelmi gyakorlat megvalósítója nem az ésszerűen elvárható szintű szakismerettel, illetve nem a jóhiszeműség és tisztesség alapelveinek megfelelően elvárható gondossággal jár el (a továbbiakban: szakmai gondosság követelménye), és b) amely érzékelhetően rontja azon fogyasztó lehetőségét az áruval kapcsolatos, a szükséges információk birtokában

meghozott tájékozott döntésre, akivel kapcsolatban alkalmazzák, illetve akihez eljut, vagy aki a címzettje, és ezáltal a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készíti, amelyet egyébként nem hozott volna meg (a továbbiakban: a fogyasztói magatartás torzítása), vagy erre alkalmas. A (3) bekezdés alapján a (2) bekezdés értelmében tisztességtelen különösen az a kereskedelmi gyakorlat, amely megtévesztő (6. § és 7. §) vagy agresszív (8. §).

28. A 4. § (1) bekezdése szerint a kereskedelmi gyakorlat megítélése során az olyan fogyasztó magatartását kell alapul venni, aki ésszerűen tájékozottan, az adott helyzetben általában elvárható figyelmességgel és körültekintéssel jár el, figyelembe véve az adott kereskedelmi gyakorlat, illetve áru nyelvi, kulturális és szociális vonatkozásait is. Ha a kereskedelmi gyakorlat a fogyasztók egy meghatározott csoportjára irányul, az adott csoport tagjaira általánosan jellemző magatartást kell figyelembe venni. A (2) bekezdés szól arról, hogy ha a kereskedelmi gyakorlat csak a fogyasztóknak egy, az adott gyakorlat vagy az annak alapjául szolgáló áru vonatkozásában koruk, hiszékenységük, szellemi vagy fizikai fogyatkozásuk miatt különösen kiszolgáltatott, egyértelműen azonosítható csoportja magatartásának torzítására alkalmas, és ez a kereskedelmi gyakorlat megvalósítója által ésszerűen előre látható, a gyakorlatot az érintett csoport tagjaira általánosan jellemző magatartás szempontjából kell értékelni. A (3) bekezdés pedig kimondja, hogy nem tekinthető a magatartás torzítására alkalmasnak a reklámban túlzó vagy nem szó szerint értendő kijelentések bevett, a reklám természetéből adódó mértéket meg nem haladó alkalmazása.

29. A 7. § (1) bekezdése értelmében megtévesztő az a kereskedelmi gyakorlat, amely

- a) - figyelembe véve valamennyi tényszerű körülményt, továbbá a kommunikáció eszközének korlátait - az adott helyzetben a fogyasztó tájékozott ügyleti döntéséhez szükséges és ezért jelentős információt elhallgat, elrejt, vagy azt homályos, érthetetlen, félreérthető vagy időszerűtlen módon bocsátja rendelkezésre, vagy nem nevezi meg az adott kereskedelmi gyakorlat kereskedelmi célját, amennyiben az a körülményekből nem derül ki,
- b) és ezáltal a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készíti, amelyet egyébként nem hozott volna meg, vagy erre alkalmas (a továbbiakban: megtévesztő mulasztás).

A (2) bekezdés szerint, ha a kommunikáció eszköze térbeli vagy időbeli korlátokat támaszt, ezeket az akadályokat és minden olyan intézkedést, amelyet a

kereskedelmi gyakorlat megvalósítója annak érdekében tett, hogy az információt más módon eljuttassa a fogyasztókhoz, figyelembe kell venni annak megítélésénél, hogy fennállt-e megtévesztő mulasztás.

30. Az Fttv. 19. §-ának c) pontja alapján a GVH a kereskedelmi gyakorlat tisztességtelenségének megállapítására irányuló versenyfelügyeleti eljárásában a Tpvt. rendelkezéseit alkalmazza, az Fttv.-ben meghatározott eltérésekkel.
31. A Tpvt. 77. §-a (1) bekezdésének d) pontja értelmében az eljáró versenytanács határozatában megállapíthatja a magatartás törvénybe ütközését.
32. Az eljáró versenytanács a Tpvt. 78. §-ának (1) bekezdése értelmében bírságot szabhat ki azzal szemben, aki a Tpvt., illetve az Fttv. rendelkezéseit megsérti.

VII.

A Versenytanács döntése

33. A Bank betétgyűjtési akciója során 11%-os kamatot ígért a lekötött összegekre. Hangsúlyozta a 11%-os kamatra vonatkozó információt és azt, hogy régi és új ügyfelek számára is elérhető, azonban a honlap kivételével nem jelent meg az az információ, hogy a kedvező kamat csak minimum 1.000.000 Ft lekötése esetén érvényes.

Hatáskör

34. A GVH hatásköre az Fttv. 10. §-ának (3) alapul. Ezek értelmében a GVH kizárólagos hatáskörrel rendelkezik a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértése miatt indított ügyekben, ha a kereskedelmi gyakorlat a gazdasági verseny érdemi befolyásolására alkalmas. Az Fttv 11. § (2) bekezdés a) pontja alapján a verseny érdemi érintettsége minden egyéb körülményre tekintet nélkül fennáll, ha a kereskedelmi gyakorlat országos műsorszolgáltatón keresztül valósul meg.
35. A televíziós spot sugárzása országos műsorszolgáltatón keresztül valósult meg, így a GVH hatásköre fenáll.

Értékelés az Fttv. alapján

36. Az Fttv. hármas követelményrendszert vezet be azáltal, hogy definiálja a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot [3. § (2) bekezdés], a megtévesztő (6-7.

§) és agresszív (8. §) kereskedelmi gyakorlatot, továbbá a mellékletben szereplő tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok felsorolását. A szabályozás logikájából (generális-speciális viszony) adódóan mindig azon tényállási elemeket kell vizsgálni, amelyeknek a magatartás különösen megfeleltethető, az általánosabb tényállási elemeket nem, hiszen azokat a jogalkotó megvalósultnak tekinti.

37. Ahhoz, hogy az Fttv. 7. §-a szerinti jogsértés megállapításra kerüljön sor, egyrészt az kell értékelni, hogy az eljárás alá vontak magatartása alkalmas volt arra, hogy a fogyasztót olyan üzleti döntés meghozatalára készítse, amelyet egyébként nem hozott volna meg, másrészt azt, hogy az ezen döntés alapjául szolgáló lényeges információt elhallgatták, elrejtették, illetve azt homályos, érthetetlen, félreérthető vagy időszerűtlen módon bocsátották-e a fogyasztók rendelkezésére.

Az érintett fogyasztói kör

38. Az Fttv. 4. §-a (1) bekezdése alapján a kereskedelmi gyakorlat megítélése során az olyan fogyasztó magatartását kell alapul venni, aki ésszerűen tájékozottan, az adott helyzetben általában elvárható figyelmességgel és körültekintéssel jár el.
39. A Versenytanács álláspontja szerint a vizsgált kereskedelmi gyakorlat részeként alkalmazott reklámjait nem egy speciális csoport, hanem általában a megtakarításaikat elhelyezni kívánó fogyasztók számára tette közzé. Így a kereskedelmi gyakorlat tisztességtelenségének megítélésekor az Fttv. 4. §-ának (1) bekezdésében meghatározott átlagfogyasztó magatartása veendő figyelembe.

Az üzleti döntés

40. A Versenytanács a 2008. szeptember 1-jétől kezdődő magatartások kapcsán is fenntartja azt az álláspontját, mely szerint a jogi értékelés szempontjából relevanciával bíró fogyasztói döntés meghozatala egy folyamat, amelynek nemcsak az egészét, hanem egyes szakaszait is védi a jog a maga eszközeivel. Ez a folyamat a fogyasztók figyelmének felkeltését is magában foglalja, s a fogyasztók megtévesztésének tilalma már e szakasszal kapcsolatban is érvényesülést kíván, így ez sem történhet tisztességtelen módon. Nemcsak az olyan magatartás jogellenes, amely kizárólagosan meghatározza a fogyasztó döntését, hanem minden olyan magatartás, amely érdemben kihatással van a folyamat egészére vagy annak bármely szakaszára – ideértve a figyelem felkeltését is.⁶

⁶ Vj-165/2008

41. Az Fttv. körében a fentieket támasztják alá az alábbiak:

- az Fttv. 1. §-ának (1) bekezdése az Fttv.-t rendeli alkalmazni az áruhoz kapcsolódó, a kereskedelmi ügylet lebonyolítását megelőzően, annak során és azt követően a fogyasztóval szemben alkalmazott kereskedelmi gyakorlatokra, külön is emlékeztetve az Fttv. 2. §-ának d) pontjára, amely a kereskedelmi gyakorlat körébe tartozó magatartások között külön is nevesíti a reklámot.
- mindezen nem változtat a 2. § ügyleti döntés fogalmát rögzítő h) pontja sem, ügyleti döntésnek minősül pl. a fogyasztó azon döntése, mely során azonosítja a szükségletét, s azt, hogy szükségletét kielégítendő a versenytársak közül melyik vállalkozást, annak melyik termékét, szolgáltatását, milyen feltételekkel választja,
- az Fttv. mellékletében rögzített, minden körülmények között tisztességtelennek minősülő tényállások közül több megvalósulásának nem feltétele, hogy a fogyasztó döntést hozzon a vállalkozás termékének megvásárlásáról.

42. A Versenytanács szerint jelentős az az információ, amely a versenytársak vagy a versenyző termékek közötti választás során jelentőséggel bírhat. A bankbetét tekintetében jelentős információnak minősül, hogy mekkora kamattal, milyen hosszú futamidőre, mekkora minimum összeggel kötheti azt le a régi vagy új ügyfél. A fogyasztók az ezen tulajdonságokat érintő információkat hasonlítják össze, a kamatok mértékét vetik össze a saját megtakarítási képességükkel, illetve azzal, hogy meddig tudják nélkülözni likvid pénzeszközeiket. Így tehát betét lekötéséért kínált kamat mértéke mellett a minimum összeg, amely esetében a meghirdetett kamat érvényesül olyan jelentős információ, amely alapvető hatással van a fogyasztók döntésére. Ezt támasztja alá a Kinizsi Bank által csatolt tanulmány is, melyben a versenytársak azonos termékeit hasonlítják össze, és ugyanezen paramétereket tüntetik fel jellemzőként.

A vizsgált kommunikációs eszközök értékelése

43. A Versenytanács szerint megtévesztő az információ (elhallgatása) akkor, ha a vállalkozás olyan tulajdonságra hívja fel a figyelmet, amely különösen kedvezővé teszi az ajánlatot, ugyanakkor nem szól más, negatív tényezőkről, amelyek

ellensúlyozhatják az akció kecsegtető ígéreteit, illetve hozzájárulnának a fogyasztó tájékozott döntéséhez.

44. A Bank hirdetése, reklámja – a honlap kivételével – a kamat kedvező, 11%-os mértékére helyezi a hangsúlyt, és csak arra a kiterjesztő értelmű, pozitív információra hívja fel a figyelmet, hogy régi és új ügyfelek is igényelhetik. Ezzel egyidejűleg nem jelzi semmilyen módon azt a szűkítő értelmű, a fogyasztóra nézve negatív információt, hogy csak az 1.000.000 Ft-tal rendelkező ügyfelek számíthatnak a kedvező kamatra.
45. A Versenytanács álláspontja szerint a vizsgált tájékoztatások esetében a fogyasztók csak akkor kapnak reális képet a hirdetett kamatról, ha a tájékoztatás egyértelműen, pontosan tartalmazza, hogy az akció esetében a 11%-os kamat csak az 1.000.000 Ft feletti betételhelyezésre vonatkozik. A reklámokban megjelenő „tisza kamat” kifejezés azt erősíti meg a fogyasztóban, hogy a meghirdetett betéti kamat egyszerűen – korlátozások nélkül - érhető el.
46. A Versenytanács álláspontja szerint az Fttv. 4. §-a szerinti ésszerűen tájékozottan, az adott helyzetben általában elvárható figyelmességgel és körültekintően eljáró fogyasztótól – erre történő utalás hiányában - nem elvárható, hogy határozott reklámígéret esetén (11 % tiszta kamat) azzal a feltételezéssel éljen, hogy a meghirdetett terméktulajdonság mellett a döntését befolyásoló, további lényeges tulajdonság – az elhelyezendő betét nagysága – tekintetében a reklámozó megszorításokkal kíván élni.
47. A kommunikációs eszközök információátesztő képességének korlátjait figyelembe véve is elmondható az, hogy jelen ügyben egyik reklámhordozón sem ütközött akadályba a döntést befolyásoló információ megjelentetése.
48. A Versenytanács álláspontja szerint a Kinizsi Bank a betéti termékéről – a honlap kivételével - valamennyi vizsgált kommunikációs eszköz révén a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot valósított meg az Fttv. 7. §-a szerinti mulasztás révén, amikor a vizsgált kampánya során arról tájékoztatta a fogyasztókat, hogy a kamat mértéke 11%, azonban ennek elérését korlátozó további lényeges információról nem adott tájékoztatást.
49. A Versenytanács a jogsértés körében nem fogadja el a Bank azon védekezését, hogy az akció sikertelen volt. A Versenytanács a Bank álláspontjára reagálva megjegyzi, a jogsértés megállapításához nem kell a kedvezőtlen piaci hatásnak ténylegesen bekövetkeznie, elegendő, hogy a magatartás alkalmas ilyen hatás kiváltására. A fentiekre tekintettel nem helytálló, hogy az eljárás alá vont a

megtévesztő magatartás hiányát azzal a körülménnyel kívánja alátámasztani, hogy a betéti termék relatíve kevés fogyasztót vonzott a reklámkampány időszakában. A jogsértés megállapíthatóságához elegendő, hogy a vizsgált tájékoztatások a fogyasztói magatartás torzítására alkalmasak legyenek, így a fogyasztói döntést befolyásolják, amely akár abban is megvalósulhat, hogy a fogyasztó az eljárás alá vont más – nem hirdetett – termékeit választják.

Összegzés

50. A fentiek alapján a Versenytanács a Tptv. 77. §-a (1) bekezdésének d) pontja alapján az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdésébe ütköző jogsértést állapított meg – a honlap kivételével – az összes vizsgált kommunikációs eszköz tekintetében az Fttv. 7. §-a szerinti mulasztás által megvalósult gyakorlat révén.

A bírság

51. A Versenytanács a pénzügyi termékkel kapcsolatba hozható jogsértés esetén a bírságkiszabástól általában nem tekint el, amely alól a jelen eljárásban kivételt tett.

52. A bírság összegének meghatározásakor a Tptv. 78. §-ának (3) bekezdése szerint járt el a Versenytanács.

53. A Versenytanács az eljárás alá vont javára vette figyelembe, hogy

- a Kinizsi Bank a jogsértést elismerte,
- a kampány egésze csekély intenzitásúnak nevezhető,
- országosan mindössze egy reklámfilm, egyetlen alkalommal volt látható,
- a Bank rendkívül csekély piaci részesedéssel bír,
- a termék forgalma alacsony volt, a jelentéktelen forgalom a Bank magatartására is kihatott, együtt járt a kifogásolt magatartás - Bank javára értékelt – haladéktalan, versenyfelügyeleti eljárástól független abbahagyásával.

54. Bírságnövelő tényezőt nem azonosított a Versenytanács.

55. Az enyhítő és súlyosító körülmények számbavétele után, a termék forgalmára és a vizsgált kommunikáció költségeire is tekintettel, a Versenytanács megállapította, hogy az eljárás alá vonttal szemben csak jelentéktelen összegű bírság lenne kiszabható. Figyelembe véve azonban az összes körülményt, a Versenytanács úgy ítélte meg, hogy bírság kiszabása nem szükséges ahhoz, hogy az eljárás alá vontat

visszatartsa a jövőbeli jogsértő magatartástól, ezért a bírság kiszabásától eltekintett.

VIII.

Egyebek

56. A határozat elleni jogorvoslati jogot a Tpv. 83. § biztosítja.

57. A GVH illetékessége a Tpv. 46. §-án alapul, melynek értelmében a GVH illetékessége az ország egész területére kiterjed.

Budapest, 2009. november 24.

Bártfai-Mager Andrea sk.
előadó versenytanács tag

dr. Szakadát László sk.
versenytanács tag

dr. Zavodnyik József sk.
versenytanács tag

1.sz. melléklet: A vizsgált időszakban alkalmazott kommunikációs eszközök

1. Televíziós reklám

1-3. képkockák (egy-egy képkocka egyforma ideig látható)

A helyi Veszprém TV képújságjában az akció ideje (2009. április 6-tól május 4-ig) alatt naponta

- 10.15-10.20 óra között,
- 11.15-11.20 óra között,
- 19.15-19.20 óra között, és
- 20.15-20.20 óra között egyszer 5 és egyszer 20 másodpercig,

összesen tehát 29 napon át napi négyszer 5, illetve 20 másodpercig.

2. Televíziós reklám spot

1-3. képkockák (egy-egy képkocka egyforma ideig látható)

Az országos M1 csatorna 2009. április 7-i, 18.00-kor kezdődő MKB Veszprém KC mérkőzés (Budapest Bank Liga, 19. forduló: PLER-MKB-Veszprém) sugárzása alatti reklámblokk részeként egy alkalommal a kétféle spotot, az 5, illetve 20 másodperces változatot mutatta be.

A 20 másodperces változatban a fenti 1-3. képkockák láthatóak egymás után, a képkockákat megelőzően egy csecsemő mondja el Mikó István hangján az alábbi szöveget:

-Itt az ideje, hogy az ősök megértsék végre, hova kell befektetni a lóvét. Gyerekjáték az egész. Hurrá, Kinizsi Bank! Tuti tiszta ügyletek.

A rövidebb, 5 másodperces változatban a képkockák alatt az alábbi hallható:

-Kinizsi Bank! Tuti tiszta ügyletek.

A televíziós reklámok olvasható szövege pedig a következő:

Kinizsi Bank

11% tiszta kamat és EBKM

(88) 44-40-44

www.kinizsibank.hu

Meglévő és új betéteseinknek egyaránt!

Tuti tiszta ügyletek

1. képkocka:

KINIZSI BANK

11%
tiszta kamat
és EBKM

www.kinizsibank.hu
info: 06 88 44 40 44

2. képkocka:

KINIZSI BANK

Meglévő
és új ügyfeleinknek
egyaránt!



tuti tiszta ügyletek

www.kinizsibank.hu
info: 06 88 44 40 44

3. képkocka:

The advertisement for KINIZSI BANK features a dark blue background with a yellow banner at the top containing the bank's name in bold blue letters. On the left, the text '11%' is written in large white font, followed by 'tisza kamat és EBKM' in smaller white font. On the right, there is a white-bordered photograph of a smiling baby. Below the photo, the text 'tuti tiszta ügyletek' is written in blue. At the bottom, a yellow banner contains the website 'www.kinizsibank.hu' and the phone number 'info: 06 88 44 40 44' in blue.

3. Banki honlap

A Bank saját honlapján a 4. képkocka (6,5 cm x 7,5 cm), a hirdetményi szöveg és a kezdőoldal egy bekezdése naponta, folyamatosan a reklámkampány alatt, időközönként felugró reklámablakként és a hirdetményi szöveg folyamatosan látható volt.

A kezdő oldalon olvasható „Akción forint betét lekötések” című bekezdése a lekötési feltételeket tartalmazta az alábbi tartalommal az akció időszakában:

Akción forint betét lekötések

Most kiemelkedően magas kamaton: évi 11,00%-on (EBKM: 11,00%) kötheti le 3 hónapos futamidőre megtakarítását! Az akció egyaránt vonatkozik az új és a már meglévő betétekre

11,00%-os (EBKM:11,00%), 3 hónapos forint betéti lekötés akció

Az akció a 2009.04.06-től bármely bankfiókban adott új megbízással elhelyezett folyószámla melletti lekötött betétre, folyamatos rendelkezéssel lekötött betéteknek a futamidő első kamatperiódusára érvényes

Az elhelyezhető minimum összeg 1.000.000 Ft

A következő kamatperiódusokban a lekötött betét az elhelyezett összegtől függően a mindenkor hatályos Hirdetmény azonos futamidejű számla melletti betétlekötésre vonatkozó kamatával kamatozik tovább.

Az akció visszavonásig érvényes

A Bank az akció ideje alatt a kamatváltozás jogát fenntartja

4. Sajtóhirdetés

A 4. képkocka a Helyi Veszprémi Naplóban négy alkalommal: 2009. április 8-án, 10-én, 17-én és a 24-én 9 cm x 15,5 cm méretben került megjelenítésre.

5. Plakát

A 4. képkocka a reklámkampány ideje alatt 40 cm x 60 cm méretben volt látható a bankfiókokban.

A **honlapon** és a bankfiókokban megtalálható akciós **plakát**, valamint a **sajtóhirdetés** szövege tehát az alábbi:

Kinizsi Bank

Tavaszcvaró arany akció

11% tiszta kamat és EBKM

3 hónapos lekötésre

(88) 44-40-44

www.kinizsibank.hu

Új és meglévő betéteseink egyaránt igényelhetik!

A meghirdetett akció 2009. április 6-tól visszavonásig érvényes.

4. képkocka:

KINIZSI BANK

TAVASZVÁRÓ
ARANY
AKCIÓ

11%

**tiszta kamat
és EBKM**
3 hónapos lekötésre

(88) 44-40-44

www.kinizsibank.hu

**Új és meglévő betéteseink
egaránt igényelhetik!**
A meghirdetett akció 2009. április 6-tól
visszavonásig érvényes.