



GAZDASÁGI  
VERSENYHIVATAL

---

## VERSENYTANÁCS

---

**Vj/003-040/2010.**

A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa a dr. P. D. ügyvéd (Ormai és Társai CMS Cameron McKenna LLP Ügyvédi Iroda) által képviselt **Magyar Telekom Nyrt.** (Budapest) ellen fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat miatt indított eljárásban - nyilvános tárgyaláson - meghozta az alábbi

### **határozatot**

A Versenytanács megállapítja, hogy a Magyar Telekom Nyrt. a 2009. október 2. és december 30. között megtartott "90 Golf, 90 nyertes" elnevezésű játékával kapcsolatban fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot tanúsított.

A Versenytanács kötelezi a Magyar Telekom Nyrt-t 200.000.000 Ft (Kettőszázmillió forint) bírság megfizetésére, amelyet a határozat kézhezvételétől számított 30 napon belül a Gazdasági Versenyhivatal 10032000-01037557-00000000 számú bírságbevételi számlájának javára köteles megfizetni.

A határozat felülvizsgálatát a kézhezvételtől számított 30 napon belül a Fővárosi Bíróságnak címzett, de a Versenytanácsnál benyújtható vagy ajánlott küldeményként postára adott keresettel lehet kérni.

### **Indokolás**

1. A Gazdasági Versenyhivatal annak vizsgálatára indított eljárást a Magyar Telekom Nyrt. ellen, hogy az eljárás alá vont a „90 Golf, 90 nyertes” elnevezésű játékával kapcsolatban tanúsított kereskedelmi gyakorlatával megsértette-e a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvény (a továbbiakban: Fttv.) rendelkezéseit.

Az eljárásba ügyfélként bevonásra került az UPSTREAM Mobile Marketing Limited (23 Old Bond Street, London W1S 4PZ, Egyesült Királyság), amellyel szemben a Versenytanács az eljárást külön végzéssel megszüntette.

## **I. Az eljárás alá vont**

2. A Magyar Telekom Nyrt. (a továbbiakban: eljárás alá vont) a legnagyobb magyar távközlési vállalat, amely a távközlési piac minden szegmésében jelen van. A helyi, belföldi távolsági és nemzetközi vezetékes távbeszélő szolgáltatások nyújtásán kívül a Mobil Szolgáltatások Üzletágon (korábban: T-Mobile Nyrt.-n) keresztül Magyarország piacvezető mobiltávközlési szolgáltatója, a T-Online internet-szolgáltatási üzletágon keresztül pedig az Internet szolgáltatási piac meghatározó szereplője (mind keskeny-, mind szélessávú szolgáltatást nyújt különböző technológiákkal). Ezen túlmenően, a Magyar Telekom csoporthoz tartozó további vállalkozások béreltvonali, adatátviteli, kábeltelevíziós (T-Kábel, 2005. május 6. előtt: MATÁVkábelTV Kft.) és vagyonbiztonsági szolgáltatásokat nyújtanak, valamint a csoport foglalkozik távközlési berendezések értékesítésével és bérbeadásával is.

3. Az eljárás alá vont 2009. évi nettó árbevétele 644 milliárd Ft volt.

4. A Gazdasági Versenyhivatal az elmúlt években számos versenyfelügyeleti eljárást folytatott le az eljárás alá vonttal szemben, s több alkalommal került megállapításra a fogyasztók megtévesztésére alkalmas magatartás elkövetése (pl. Vj-48/2006., Vj-68/2006., Vj-119/2006., Vj-131/2006., Vj-31/2008., Vj-14/2010.).

## **II. Az eljárás alá vont vizsgált magatartása**

5. Az eljárás alá vont 2009. október 2. és december 30. között bonyolította le „90 Golf, 90 nyertes” elnevezésű játékát.

6. A játék kapcsán kiemelendő, hogy

- a nyeremény naponta 1, összesen 90 darab Volkswagen Golf típusú személygépkocsi volt,
- a legtöbb nyereményjátékkal szemben nem sorsolással került kiválasztásra a nyertes,
- a regisztrációt követően kvízkérdésekre adott helyes válaszokkal pontokat lehetett gyűjteni,
- mindennap az az adott napon is játszó játékos nyert, akinek a legtöbb pontja van, azaz
  - az elért pontok a nap végén nem vesztek el, hanem minden nap egy helyes válasz elküldésével újra játékba kerültek. Az előző játéknapok során gyűjtött összes pont átkerült az aktuális játéknapra és erre a játéknapra vonatkozóan került elszámolásra. Minden nap az aznap helyes választ beküldők közül választotta ki az eljárás alá vont azt az egy játékost, aki a játék ideje alatt a legtöbb pontot gyűjtötte,
  - ahhoz, hogy valaki nyerhessen, az adott napon mindenképpen legalább egy helyes válasszal játszania kellett,
- a játékmenet során különböző szinteken voltak olyan játékmódozatok, ahol a gyors (meghatározott időn belüli) válasszal bónuszpontok voltak gyűjthetőek, így nagyobb eséllyel nyert, aki gyorsan válaszolt,
- a nem extrém módon játszó játékosok nyerési esélye kapcsolatban volt az extrém módon játszó (naponta akár több száz SMS-t küldő) játékosok számával és aktivitásával,
- a fogyasztó által megküldött SMS-ek díja 300 Ft volt,

- hasonló játékot korábban nem bonyolított le az eljárás alá vont.

7. Az eljárás alá vont az alábbi, a határozat mellékletében ismertetett kereskedelmi kommunikációk révén népszerűsítette a játékot:

- SMS
- MMS
- bannerek és információs üzenetek WAP-on
- 2009. októberi Hírlevél
- 2009. novemberi Hírlevél
- Kisüzleti hírlevél (e-mail)
- Lakossági hírlevél különszám (e-mail)
- 2009. októberi e-mailben megküldött Lakossági hírlevél
- IVR –1430
- IVR – 1727
- A1-es kültéri plakát
- POS 59x59 cm-es és A1-es plakát, valamint deskwindow
- szórólap (A5)
- televíziós reklámok
- LED animáció
- saját honlap

8. A „90 Golf, 90 nyertes” játék folyamata kapcsán kiemelendő, hogy

- a játékra a 1727-es számra küldött, tetszőleges tartalmú (pl. GOLF) SMS elküldésével lehetett regisztrálni,
- a játékszabályzat szerint a kvízzjátékba történő regisztrálással a játékos vállalja, hogy fogadja a mobiltelefonján a kérdéseket és a kvízzjátékkal kapcsolatos egyéb tájékoztató SMS-eket,
- a regisztráció után minden játékos kapott egy újabb SMS-t, amely kvízkérdést tartalmazott, három lehetséges válasszal. A játékos a 1727-re 300 Ft ellenében küldött SMS-ben küldhette el a helyesnek vélt válasz sorszámát. Helyes válasz esetén a játékos pontot kapott és új kérdést küldtek neki. Ugyancsak új kérdés került megküldésre, ha a játékos helytelen választ adott, amelyért nem járt pont. Értékelhetetlen (nem a válasz sorszámát vagy szövegét tartalmazó) válasz esetén nem járt pont és a játékos újra megkapta a kérdést, amelyre ismét válaszolhatott,
- a regisztrációs SMS-re az első megválaszolható kérdéson kívül két tájékoztató üzenetet küldött az eljárás alá vont: egyet-egyet az alábbi két csoportból úgy, hogy az első és második üzenetek egymással tetszőleges kombinációban előfordulhattak.

<b>Első üzenet változatok</b>
A T-Mobile üdvözlő! A mai VW Golf már várja új tulajdonosát! 10 pontot már szereztél! Rögtön kapsz egy kis útmutatót a játékhoz!
A T-Mobile üdvözlő! Első 10 pontodat épp most szerezted meg a mai VW Golfhoz! Rögtön kapsz egy kis útmutatót a játékhoz!
A T-Mobile üdvözlő! Első 10 pontodat épp most szerezted meg a mai VW Golfért zajló versenyben! Rögtön kapsz egy ingyenes tippet is a játékhoz!
Öveket bekapcsolni! A T-Mobile üdvözlő! Első 10 pontodat épp most szerezted meg a mai VW Golfhoz! Rögtön kapsz egy ingyenes tippet is a játékhoz!
Szeretnél ma egy Golfot? A T-Mobile-tól 90 napon át napi egy Golfot nyerhetsz! Már van 10 pontod!

<b>Első üzenet változatok</b>
Rögtön kapsz egy ingyenes tippet is a játékhoz!
A játék elkezdődött! A T-Mobile üdvözlő! Első 10 pontodat épp most nyerted meg a mai VW Golfhoz! Rögtön kapsz egy kis útmutatót a játékhoz!

<b>Második üzenet változatok</b>
Kérdéseket fogsz kapni, jó válaszonként lépsz 1 szintet és egyre több pontot kapsz! A legtöbb pontot gyűjtő játékos nyer! Szabályzat: <a href="http://www.90golf.hu">www.90golf.hu</a> (300Ft/SMS)
Kérdéseket fogsz kapni, minden jó válasz egyre magasabb szintre, több ponthoz vezet! A legtöbb pontot gyűjtő játékos nyer! Szabályzat: <a href="http://www.90golf.hu">www.90golf.hu</a> (300Ft/SMS)
Kérdéseket kapsz majd, minden jó válasz magasabb szintre visz, egyre több pontért! A legtöbb pontot szerző játékos nyer! Szabályzat: <a href="http://www.90golf.hu">www.90golf.hu</a> (300Ft/SMS)
Kérdéseket fogsz kapni, minden jó válasszal lépsz egy szintet és több pontot kapsz! A legtöbb pontot gyűjtő játékos nyer! Szabályzat: <a href="http://www.90golf.hu">www.90golf.hu</a> (300Ft/SMS)

- a kvízkérdésektől függetlenül, időről időre ún. aktiváló és tájékoztató üzeneteket kapott a játékos a 1727-es számról, amelyek tájékoztatták a nyereményről és – legtöbb esetben – az aktuális pontszámáról. Az ilyen jellegű SMS-ek fogadását díjmentesen le lehetett mondani a 1430-as ügyfélszolgálati számon vagy a 1727-re küldött SMS-ben, a STOP szó elküldésével,
- a tájékoztató üzenet sablonokban részben egységes, részben egyénre szabott információk voltak találhatóak (pl. az adott játékos aktuális pontszáma és szintje, az aktuális kérdéssel megszerezhető pontok száma, az adott kérdés megválaszolására, vagy a kiegészítő játékmódozat teljesítésére rendelkezésre álló határidő órában és percben), de emellett a játékkedv felkeltését, illetve fenntartását célzó közlések is az üzenet részét képezték,
- a játék folyamán minden tájékoztató üzenet mellé újra elküldésre került az utolsó olyan kérdés is, amelyet a játékos nem válaszolt meg,
- az eljárás alá vont SMS-ben közölte a játékosokkal, hogyan tudják igény esetén lemondani a kvízzátékkal kapcsolatos üzeneteket. A játékszabályban rögzített időzítés szerint (azaz a regisztrációt követő második hétfőn), egy játékos egyszer kapott ilyen tájékoztatást (így pl. ha a játékos a regisztrációs SMS-t 2009. október 2-án, pénteken küldte meg, akkor a STOP parancs használatával kapcsolatos tájékoztató SMS-t október 12-én, hétfőn kapta meg):

<b>Tájékoztató üzenet a STOP parancsról és használatáról</b>
Remek, XXXXXXXX pontod van! Küldd a STOP szót a 1727-re, hogy ne kapj több sms-t vagy adj jó választ a most jövő kérdésre és ma megnyerheted a T-Mobile Golfját.
XXXXXXXXX pontod van! Ha nem akarsz több sms-t kapni, küldd a STOP szót a 1727-re vagy adj 1 helyes választ, hogy a T-Mobile mai VW Golfja Tiéd lehessen!
A választás a Tiéd! Hogy több üzenetet ne kapj, küldd a STOP szót a 1727-re! Hogy ma Tiéd lehessen a T-Mobile új VW Golfja, válaszolj jól a most jövő kérdésre!
A <a href="http://www.t-mobile.hu">www.t-mobile.hu</a> oldalon megnézheted a 90 Golf, 90 nyertes kvízzjáték eddigi nyerteseit. Egy SMS a Stop szóval a 1727-re es nem kapsz több hírlevél SMS-t.
A 90 Golf, 90 nyertes kvízzjáték folytatódik! Eddig 17 nyertes van, mint például P. Éva! Ha Te nem játszol, és nem kérsz hírlevelet, küldd a STOP szót a 1727-re!
A T-Mobile 90 Golf, 90 nyertes kvízzjátékának nyerteseit megtalálod a <a href="http://www.t-mobile.hu">www.t-mobile.hu</a> oldalon. A 1727-re küldött Stop SMS-sel kijelentkezhetsz a játékból.

- a játékos a telefonos ügyfélszolgálat felhívásával bármikor kérhette, hogy ne küldjenek neki további kérdéseket és a kvízzátékkal kapcsolatos egyéb tájékoztató üzeneteket. Ugyanebből a célból a játékos a „STOP” szöveget tartalmazó SMS-üzenetet is küldhetett a rövid hívószámra, amely SMS költségét az eljárás alá vont

automatikusan, 60 napon belül megtérítette a játékos részére. Azon esetre, ha a játékos többször is elküldte a STOP parancsot, majd egy másik SMS-t a kvízzjáték rövid hívószámára, az eljárás alá vont fenntartotta a jogot arra, hogy legfeljebb három STOP parancs elküldésének díját térítse meg,

- a játékos pontjai a STOP üzenet elküldését követően sem kerültek törlésre, s ha a játékos a STOP szó elküldését követően, később úgy döntött, hogy folytatni kívánja a játékot, akkor tovább játszhatott, és ha helyes választ küldött be, akkor a STOP szó elküldését megelőzően gyűjtött pontjaival ismét játékba került a nyereményért. A STOP parancsot elküldőket a következő üzenettel tájékoztatta a (promóciós üzenetekről történő) leiratkozásról:

<b>A STOP parancsra adott válasz</b>
Nem fogsz több üzenetet kapni a T-Mobile kvízzjátékától! Hogy visszakerülj a játékba, válaszolj az utolsó kérdésre, amit kaptál vagy küldd az SMS szót a 1727-re!

9. Az alábbi, eljárás alá vont által küldött SMS típusok különíthetők el:

- kvízkérdések,
- promóciós/tájékoztató SMS-ek,
- a promóciós SMS-ek letiltásának lehetőségéről tájékoztató, STOP szó elküldésének lehetőségét tartalmazó SMS-ek.

A promóciós SMS-eken belül vannak:

- a regisztrációt megelőző SMS-ek,
- a regisztrációt követő, tájékoztató „dupla-SMS-ek” (lásd fent),
- általános jellegű, játékra buzdító SMS-ek a már regisztráltaknak és a már korábban játszóknak,
- helyes/helytelen/érvénytelen válasz küldését követő SMS-ek,
- kiegészítő játékmódozatok SMS-ei.

10. Három-három véletlenszerűen kiválasztott

- nyertes előfizető,
- legalább 2 helyes választ küldő előfizető,
- legalább 10 helyes választ küldő előfizető, valamint
- kiemelkedően magas, de nem nyertes pontszámot elérő előfizető

teljes játékmenetének áttekintése rámutat, hogy a játékban résztvevők jelentős számú (kvízkérdést tartalmazó és promóciós jellegű) SMS-t kaphattak a válasz SMS-ek között.

11. A játék során 20 szint volt elérhető. Az első 19 szinten minden újabb helyes válasszal egyre több pontot lehetett elérni. A 20. szinten voltak elérhetőek az ún. kiegészítő játékmódozatok, ahol minden helyes válasz minimum 5.000 pontot ért, s egy-egy kérdéstípus esetén a rendelkezésre álló időn (10, 15, 20, 120 percen) belül adott helyes válasz extra pontot ért.

Minden egyes szint előre meghatározott számú lépést tartalmaz, amelyet a játékosnak teljesítenie kell ahhoz, hogy a játék következő szintjére léphessen. A regisztrációs SMS nem minősül teljesített lépésnek. A lépéseknek három típusa van, és egy lépést különféle módokon lehet teljesíteni a lépés típusától függően:

- az egyszerű, határozatlan idejű lépéseket egy kérdés helyes megválaszolásával lehet teljesíteni,
- a határidős, nem megismételhető lépéseket egy kérdésnek a játékosal közölt határidő lejárta előtti megválaszolásával lehet teljesíteni. Az „ajándék bónuszpontoknak”

nevezett, kiegészítő játékmódozatok esetén a lépést egy érvényes lehetőség kiválasztásával, majd a határidő lejárta előtt egy kérdés megválaszolásával lehet teljesíteni,

- határidős, megismételhető lépés esetén a lépés a határidő lejáratakor teljesül, függetlenül attól, hogy a játékos hány helyes választ küldött be, feltéve, hogy legalább egy kérdésre helyesen válaszolt a határidő lejárta előtt.

A játékszabályzat szerint egy bizonyos számú lépés teljesítése után a játékosok speciális zónákat érhetnek el, amelyek kiegészítő játékmódozatokat tartalmaznak. Ezen játékmódozatokban bónuszpontokat lehet szerezni. A zónák minden játékos esetében azonos számú teljesített lépés után jelennek meg, és azonosak a jellemzőik is (határidők, bónuszpontok száma stb.). A játékszabályzat értelmében

- egy kérdés helyes megválaszolása után a játékosok bizonyos számú bónuszpontot kapnak az aktuális szintnek megfelelően kapott pontok mellett,
- a játékos bónuszpontokat kap, ha helyesen válaszol egy bizonyos kérdésre vagy bizonyos számú kérdésre egy meghatározott időn belül. Abban az esetben, ha a bónuszpontok szerzéséhez egynél több kérdésre kell helyesen válaszolni, előfordulhat, hogy bizonyos számú kérdésre nem lehet rossz választ adni egy meghatározott időn belül, vagy egyszerűen egy bizonyos számú választ kell adni egy meghatározott időn belül,
- szintén bónuszpontokat lehet szerezni a kérdések egy meghatározott időn belüli helyes megválaszolásával.

A játékszabályzat rögzíti, hogy a játékosnak a számára utoljára küldött kérdésre kell válaszolnia akkor is, ha lejárt a bónuszpontok feltételeként szabott határidő. A kérdés helyes megválaszolásával ekkor is megszerezhető a kérdéshez a játékos szintje alapján meghatározott pontszám, de a bónuszpontok nem.

12. Az UPSTREAM Mobile Marketing Limited az eljárás alá vonttal megkötött megállapodás alapján vett részt a játék lebonyolításában. A megállapodás kapcsán kiemelendők az alábbiak:

- a megállapodás célja a felek – az eljárás alá vont és a műszaki háttérrel, az alkalmazandó szoftvert biztosító UPSTREAM Mobile Marketing Limited – feladatainak és felelősségének elhatárolása a játék szervezése kapcsán,
- a megállapodás rögzíti, hogy részvételi célként hány fogyasztót határoznak meg a felek, illetőleg hogy hány SMS, MMS kerül kiküldésre,
- a megállapodás szerint a játék reklámkampányának költségeit az eljárás alá vont viseli, működteti a játék honlapját és ügyfélszolgálatát,
- a megállapodás rendezi a felek elszámolását,
- a megállapodás értelmében a felek 12 hónapon belül egyetemlegesen felelnek a játékból származó minden és bármely bírságért, kárért, illetve hatóságok (pl. Gazdasági Versenyhivatal) előtti eljárásokért.

A megállapodás 3. számú melléklete tartalmazza az egy-egy ügyfélnek küldhető, ösztönző jellegű SMS-ek számát (a táblázat az ügyfelek aktivitása, a résztvevő által megküldött összes SMS száma, illetve a tájékoztató SMS-ek küldését megtiltó ügyfelek számának függvényében határozza meg az ügyfél által küldött utolsó SMS-t követően küldhető SMS-ek számát).

A megállapodás 4. számú melléklete tartalmazza a promóciós költségeket.

13. A játék kapcsán készült ún. brief-et (az eljárás alá vont által lebonyolítandó marketingkampány egyes ismérveiről szóló, a kommunikáció alapját képező dokumentumot) illetően kiemelendők az alábbiak:

- a brief a nyereményjátékban való részvételt ösztönző tényezők között említi
  - a kommunikáció intenzitását és a világos üzenetet,
  - „egyszerű játék, egyszerű szabályok, egyszerű csatlakozni a játékhoz”,
- naponta egy-egy autó lesz a nyereménye az azon a napon legtöbb pontot összegyűjtő ügyfélnek,
- cél
  - a prémium SMS használat ösztönzése,
  - a játék teljes időtartama alatt az érdeklődés fenntartása,
  - a T-Mobile márka erősítése.
- az ügyfél benyomása legyen a reklámról, hogy
  - minden T-Mobile előfizetőnek komoly esélye van megnyerni egy autót,
  - a játék egyszerű és izgalmas,
- a célcsoport kapcsán minden magyarországi T-Mobile előfizető szeretné megnyerni a bámulatot díjakat és még soha nem volt ennyire egyszerű részt venni (csak elküld egy SMS-t). Ebben az értelemben mindenki a célcsoportba tartozik,
- a megjelenítendő támogató érvek között szerepel, hogy
  - egyszerű részt venni a játékban (csak egy SMS-t kell küldeni a 1727-re),
  - mindenki komoly eséllyel megnyerheti az autók egyikét.

14. Az eljárás alá vont adatszolgáltatásaiból ismert, hogy

- a játékban jelentős számú fogyasztó vett részt,
- a játékban érintett fogyasztók többsége csak egy regisztrációs SMS-t küldött meg,
- a nemcsak egy regisztrációs SMS-t megküldő fogyasztók negyede a regisztrációs SMS-en kívül csak egy kvíz kérdésre adott választ,
- a játék során nyertes fogyasztók által küldött SMS-ek száma igen magas, átlagosan több ezer,
- a játék során igen sok SMS-t küldtek a fogyasztók, amely jelentős bevételt eredményezett az eljárás alá vont számára.

Az eljárás alá vont nyilatkozatából ismert továbbá a játékból származó, a szükséges jóváírásokkal, térülési adatokkal és fraud tranzakciókkal korrigált árbevétel.

15. Az Adó- és Pénzügyi Ellenőrzési Hivatal Központi Hivatalának Szerencsejáték Felügyeleti Főosztálya 2010. április 2-án kelt határozatában a jelen versenyfelügyeleti eljárásban érintett promóció kapcsán 9 millió forint bírságot szabott ki az eljárás alá vontra szerencsejáték engedély nélküli szervezése miatt. Az eljárás alá vont a határozat bírósági felülvizsgálatát kezdeményezte, amely még folyamatban van.

16. A Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóság közérdekű keresettel támadta meg a Fővárosi Bíróságnál az eljárás alá vont „90 Golf, 90 nyertes” játéka játékszabályzatának mint általános szerződési feltételnek több, megítélése szerint tisztességtelen kikötését. Az ügyben a bírósági eljárás még folyamatban van, az eljárás alá vont vitatja a Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóság álláspontjának megalapozottságát.

### III. Az eljárás alá vont előadása

#### 17. Az eljárás alá vont előadta,

- nem tanúsított fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot,
- mindent megtett azért, hogy a kommunikációs eszközök nyújtotta terjedelmi korlátok és egyéb lehetőségek keretein belül a játékkal kapcsolatos valamennyi lényeges információt eljuttassa a fogyasztókhoz. Az adott kommunikációs eszköz természetéből adódó terjedelmi korlátok (pl. SMS: 160 karakter, kültéri reklám: A1) esetén a további információk (részletes játékszabályzat) elérhetősége az összes lehetséges kommunikációs eszközön keresztül közzétételre került és a fogyasztók korlátlanul megismerhették azokat. A kereskedelmi kommunikációkban valótlan tájékoztatási elemek nem kerültek feltüntetésre,
- a játék teljes egészében a pontos játékmenetet, a részvétel feltételeit, a feleket megillető jogokat és kötelezettségeket részletesen tartalmazó játékszabályzat rendelkezéseinek megfelelően került lebonyolításra. A játékszabályzat megismerésére a regisztrációtól kezdve lehetőség volt, ellentétben a piaci gyakorlatban előforduló más esetekkel, ahol például a fogyasztók csak fokozatosan jutottak információhoz, lépésről-lépésre ismerték meg a játék menetét. A játékszabályzat megfelelt a jogszabályoknak,
- a játék népszerűsítése során a vonatkozó jogszabályokkal összhangban járt el,
- annak biztosítása érdekében, hogy a fogyasztó ügyleti döntéseit a játék során minél inkább racionális szempontok által meghatározottan hozza meg, a szakmai gondosság követelményeinek megtartásával járt el, ideértve a vonatkozó belső szabályzatainak való megfelelést,
- a megállapodás értelmében az UPSTREAM Mobile Marketing Limited volt köteles magyar anyanyelvű szövegírókat alkalmazni minden egyes SMS szöveg megírására, azonban a szövegek nem kerülhettek be az SMS kiküldő rendszerbe anélkül, hogy azokat az eljárás alá vont alkalmazottai jóváhagyták volna. Az eljárás alá vont minden üzenetet áttanulmányozott és véleményezett, illetve javított, ahol szükségesnek érezte. Ugyanez a folyamat működött a behívó üzenetek, a hírlevél üzenetek, a kiküldésre került kvízkérdések és a játékosok által beküldött válaszokra adott értesítő SMS-ek esetében is,
- ez az első ilyen jellegű kvízzátéka, maga az érintett piac egy versenyző piac, a Gazdasági Versenyhivatal ugyanezen tárgyban korábban még nem indított vele szemben eljárást és a játék lebonyolítása során, továbbá a jelen eljárásban feltárt hibák, hiányosságok javítására megteszi a szükséges intézkedéseket, az azokból levont tanulságokat folyamatosan beépíti gyakorlatába,
- a mobilmarketing egy olyan innovatív reklámozási irány, mely világszerte még csak a fejlődési stádiumában van, s emiatt sem szolgáltatói, sem szabályozási oldalon nincsen még olyan kiforrott irányelv rendszere, mint akár a televíziós, akár az online reklámok esetében. Pontos határok és precedensek hiányában így természetes, hogy a csatorna használatának tanulási fázisában számos olyan elem merül fel, amiket az alkalmazandó jogszabályok nem szabályoznak, s csak a fogyasztók visszajelzésére, illetve a Versenytanács által felvetett kérdésekre figyelemmel tisztázhatók és valósíthatók meg a jövőbeli kampányok során. Az SMS mint sajátos kommunikációs eszköz felhasználásával való hirdetés során az SMS pontos tartalmának meghatározása során kizárólag az általános, az adott kommunikációs eszköz sajátosságait nem tárgyaló szabályoknak való megfelelést tudta biztosítani, valamint a folyamatosan fejlődő iparági gyakorlatot tudta figyelembe venni. Ilyen iparági gyakorlat például a Magyar Reklámetikai Kódex, az Emelt Díjas Szolgáltatások Etikái



Kódexe, amelynek az ún. MO emelt díjas SMS-re vonatkozó fejezeteit kiemelt figyelemmel alkalmazta a játék során. Külföldi példák közül megemlíthetők a Mobil Marketing Szövetség (Mobile Marketing Association) ajánlásai, iránymutatásai és az Interaktív Hirdetési Iroda (Interactive Advertising Bureau) vonatkozó iránymutatása,

- a játék szervezésével célja volt a fogyasztói magatartások, reakciók tanulmányozása is, többek között a regisztrációt megelőző SMS-ek és MMS-ek előfizetői bázishoz mérten kis mintákon történő tesztelésével, illetve a játékot követő átfogó kutatás eredményeinek összegzésével,
- a másik alapvető célja az volt, hogy az SMS árát és a játékmechanizmust (nevezetesen azt, hogy az „aznap legtöbb pontot szerző” játékos nyeri a napi nyereményt) kellő hangsúllyal jelenítse meg a kommunikációs anyagokban. A fenti információk átadása során értelemszerűen figyelembe kellett venni az adott kommunikációs eszköz terjedelmi korlátait. SMS esetén ez például a 160-as a karakterszám,
- a játék nem okozott kirívóan több ügyfél reklamációt a játékosok körében, mint az eljárás alá vont által vizsgált egyéb szolgáltatásainak esetében. Igen alacsony volt a panaszok előfordulási aránya, amely nem tért el az átlagos panaszarányoktól. Ahol ekkora populációt megmozgató reklámtevékenység, illetve kereskedelmi gyakorlat zajlik, ott mindig lesznek panaszosok, sérelmet előadó fogyasztók. Mindazonáltal a jogszabály révén nyújtotta védelem az átlagos fogyasztókat tartja szem előtt, s pusztán a panaszosok léte nem bizonyítja a megtévesztés megtörténtét,
- a piackutatás szerint ügyfelei elégedettek voltak a játékba hívó üzenetekkel és a játék folyamán küldött üzenetekkel egyaránt, ezeknek a stílusát, információ tartalmát vizsgálva. A fogyasztók jelentős aránya akként nyilatkozott, hogy tetszett a játék, azért vett benne részt, sok fogyasztó pedig akként, hogy kipróbálta, figyelemmel ennek újdonság jellegére, majd ezt követően egy tudatos döntést hozott és abbahagyta a játékban való részvételt,
- a játék során figyelembe vette a Versenytanács Vj-154/2009/56. számú határozatának 38. pontjában foglaltakat, miszerint kereskedelmi gyakorlatok Fttv. alapján történő értékelése során a viszonyítási pontok nem általában a vállalkozások által tanúsított kereskedelmi (piaci) gyakorlatok, hanem a nyilvánvalóan a tisztességes kereskedelmi gyakorlatokat előnyben részesítő társadalmi elvárások szerinti kereskedelmi gyakorlatok,
- éppen a nagy forgalmú ügyfelek többségénél tapasztalható a legnagyobb tudatosság a játékban való részvételt illetően. A játékosok között megjelentek a „heavy user”-ek, akik jól tájékozottak, tudatosak, egymást is tájékoztatják. Itt egyfajta megélhetési fogyasztói körről lehet beszélni, amelyiknek a magatartását nem a játékszenvedély, hanem a pénzkereset határozza meg. Ezt mutatja például a pre-paid-esek magas aránya, illetőleg az ezen fogyasztók által lebonyolított forgalom magas aránya az összforgalmazáshoz viszonyítottan. Ezen fogyasztói kör földrajzilag is beazonosíthatóvá vált. Ezek a fogyasztók nem voltak kiszolgáltatottak a játék során, és nem irányult feléjük megtévesztő, illetve agresszív kereskedelmi gyakorlat. Nagyfokú tudatosságuk következtében az „átlagos” játékosoknál jóval rutinosabban vesznek részt a játékban, professzionális játékos módjára ismerik és alkalmazzák a játék szabályait, és magatartásukat kevésbé befolyásolják az eljárás alá vont kereskedelmi kommunikációi és a játékdinamikát fenntartó emlékeztető SMS-ei. Esetükben professzionalitásukból adódóan fogalmilag kizárt a megtévesztés, illetve agresszivitás lehetősége,
- a regisztrálást megelőzően küldött SMS-ekkel kapcsolatban hangsúlyozandó továbbá, hogy
  - megtévesztő mulasztásra nem került sor, a kommunikációs eszközökön tett közlések teljes körű értelmezéséhez szükséges információk a fogyasztók számára elérhetőek voltak,

- a játék során az általa választott kommunikációs eszközök technikai lehetőségeihez mérten a legteljesebb tájékoztatást adta a játékosok részére és az iparági gyakorlatok rendelkezései szerint, a szakmai gondosság követelményeinek megtartásával járt el,
- az SMS szövege minden esetben tartalmazta a [www.90golf.hu](http://www.90golf.hu) vagy a [www.t-mobile.hu](http://www.t-mobile.hu) linket, amelyek elhelyezéséből a fogyasztó számára egyértelmű lehet, hogy a játékkal kapcsolatban további tájékozódás szükséges, erre azonban a hasonló jellegű játékoktól eltérően nemcsak a szerződéskötést követően, hanem a fogyasztó döntési folyamatának a kezdetétől fogva lehetőség volt és az információ eljuthatott a fogyasztók számára. Egy, az „adott helyzetben általában elvárható figyelmességgel és körültekintéssel” eljáró, „ésszerűen tájékozott” fogyasztó tisztában lehet azzal, hogy
  - az SMS útján közölt reklám egy költséghatékony tájékoztatósi, illetve tájékoztatósi lehetőség,
  - egy hasonló kvízzjáték részletes szabályai minden bizonnyal meghaladják az adott kommunikációs médium határait (160 karakter), így a további tájékozódás elengedhetetlen,
- a „csatlakozz a játékhoz” felhívás csak egyike volt a kommunikációs aktivitás elején alkalmazott teszt üzeneteknek, amelyet mindössze kevés számú előfizetőnek küldött el az eljárás alá vont. Ezen üzenetek kiküldése után vizsgálta, hogy az egyes üzenetek az ügyfelek körében milyen tetszést nyernek, továbbá az ügyfelek egy csoportjának telefonon történő megkeresésével kutatta, hogy miért maradtak távol, beleértve az üzenetek esetleges félreérthetőségét. Azon fogyasztók, akik azt az egyetlen típusú üzenetet kapták, amely nem tartalmazta a kvízzjáték szót, nem viselkedtek másként, mint azok, akik a kvízzjáték szót tartalmazó SMS-t kaptak. Természetesen a játékosok szempontjából ezek a teljes kommunikáció részének tekintendők, ezért kiemelt figyelmet fordított arra, hogy a tesztjei lefolytatása során is csak megfelelő üzeneteket küldjön. Ezt követően már csak a „kvízzjáték” szóval küldte ki behívó üzeneteit. A „kvízzjáték” szó a fenti SMS-en kívül minden SMS-ben szerepelt. A „kvízzjáték” szó a köznyelvben pedig egyértelmű jelentéssel bír, az elmúlt években nagy nézettséget élvező televíziós műsorok alapján az átlagos fogyasztó által is könnyen elérhető fogalom, és egyértelműen folyamatosan érkező kérdések helyes megválaszolásához kötődő játékot takar. A tesztcsoportba tartozó fogyasztók ugyanakkor a „játék” szó alapján is egyértelműen tájékozódhattak arról, hogy a nyereményre nem egy sorsolósos, hanem egy előre meghatározott játékrendszerben való részvétellel, egyéni teljesítményük (tudás, információszerzés, emlékezet, gyorsaság, rászánt idő), illetve az SMS küldés gyakoriságának függvényében szerzett pontok alapján válhatnak jogosulttá,
- a regisztrálást megelőző (csekély számú fogyasztónak megküldött) MMS-ek kapcsán nemcsak a képi tartalom veendő figyelembe, hanem az SMS szövegek is, amelyek az MMS üzenetekben a képi tartalom alatt jelentek meg,
- az A1-es kültéri plakátok kapcsán kiemelendő, hogy
  - azok csak és kizárólag saját T-Pont, illetve Partner üzleteiben voltak elhelyezve a játék időtartama alatt, s oly módon is alkalmazásra kerültek, hogy az üzletben bent tartózkodó fogyasztók felé hordozták az információt, de úgy is, hogy kifelé, a külső térre, a folyosó felé helyezkedtek el,
  - a helyszíneken az érdeklődőknek egy átlagos, kültéren elhelyezett plakáthoz képest összehasonlíthatatlanul kedvezőbb lehetősége, a nyitvatartási időt figyelembe véve korlátlan ideje volt akár az apró betűs szövegrész tanulmányozására is, illetve helyben teljes körű tájékoztatást tudtak kérni a játék minden részletére vonatkozóan, valamint akár a játékszabályt is

- megkaphatták nyomtatott formában, melyek az üzletekben jól látható helyen elérhetőek voltak, illetve a munkatársak is rendelkezésükre álltak,
- a regisztrálást követően folytatott kommunikációval kapcsolatban kiemelő, hogy
    - a fogyasztók aktivitása és visszajelzése, valamint a tényleges játékmenet alapján a játék során finomított a kommunikáción annak érdekében, hogy a játékmenet egyes részletei még jobban megismerhetőek legyenek a fogyasztók számára. Ezzel az volt a célja, hogy a játék a fogyasztók számára teljes mértékben érthető legyen,
    - az aznapi nyerés esélyeire vonatkozóan az üzenetek kiküldésekor nem figyelte a játékosok konkrét pontszámát, és ennek alapján nem is tett megkülönböztetést az egyes játékosainak küldött üzenetek között, mert ezzel sértette volna a játékszabályzat (30) pontjában a játékosok számára biztosított esélyegyenlőséget. Ugyanakkor a későbbiekben a regisztrációs dátum alapján különböztette meg az üzeneteket és végzett bennük néhány finomítást a tájékoztatási gyakorlat finomítása („ügyfélbarátabbá”-tetele) érdekében, de ez nem érintette az üzenetek valóságtartalmát,
    - mivel nem ismerte és nem is ismerhette az egyes játékosok taktikáját, adott napi vagy az egész játékra vonatkozó játékdinamikáját, illetve hogy lesz-e egyáltalán az adott napon játékos, aki helyes üzenetet küld, matematikailag a játék kezdetétől a végéig megalapozottnak tartotta annak az esélyét, hogy adott napon bármely – akár a korábban csak 10 pontot gyűjtött – játékosra nyerhetett volna. Emiatt az aznapi nyerés lehetőségéről szóló tájékoztatást nem tartja megtévesztőnek és ezáltal törvénybe ütközőnek, kiemelve, hogy minden egyes tájékoztató üzenetben csak feltételes módban tájékoztatta játékosait a nyerési esélyről,
    - látva a nyertes játékosok pontszámainak alakulását, valamint figyelembe véve a játék pontgyűjtésen alapuló jellegét, 2009 novemberének folyamán azt az elvárást támasztotta a játék műszaki lebonyolításában szerepet játszó partnere felé, hogy az újonnan regisztráló játékosok számára ne kerüljön kiküldésre olyan üzenet, ami az aznapi nyereség lehetőségét sugallja. Így tehát megteremtette annak lehetőségét, hogy a 2009. november 27. után regisztráltak (bár ugyanolyan játékszabályokkal, és ugyanolyan feltételekkel játszottak, de eltérő hírlevél üzeneteket kapjanak, azzal a különbséggel, hogy ezeket a játékosokat nem tájékoztatta „akár ma nyerhetsz” elemet tartalmazó üzenettel. Tette ezt annak ellenére, hogy a játék későbbi szakaszában regisztrált játékosoknak is megvolt a matematikai esélyük a nyerésre, s a decemberi nyertesek között is volt olyan, aki csak az utolsó hetekben regisztrált a játékra,
    - az utolsó napi nyerés lehetőségének a kommunikálása a játékdinamikai sajátosságok figyelembevételével nem volt megtévesztő, mivel a nyertes pontszám a játékosok (eljárás alá vont számára ismeretlen) taktikája és játékdinamikája alapján véletlenszerűen alakulhatott, s az utolsó játéknapon is nyerhetett volna akár csak 10 ponttal is egy játékos, ha küld legalább egy helyes választ, és ezzel már 20 pontja lett volna,
  - a kereskedelmi gyakorlat agresszív jellegével összefüggésben aláhúzendó, hogy
    - a kifogásolt SMS-ek nem minősülnek „nem kívánt” SMS-eknek, vagyis az Fttv. melléklete 26. pontjában pontban hivatkozott kógens rendelkezése hiányzik, nem kívánt módon történő információáramlásról nem lehet beszélni, mindenekelőtt figyelemmel a kvízzjáték természetére, illetve a játékszabályzat fogyasztók általi elfogadásának tényére. Az Fttv. 8. §-ának (2) bekezdésében felsorolt egyik feltétel sem valósult meg az általa folytatott kereskedelmi gyakorlat tekintetében. Az SMS-küldés, illetve mennyiség azok számára, akik a játékra regisztráltak, de az adott napon nem játszottak, nem lehetett túlzó és mennyisége nem lépte túl az ésszerűség határát,

- akik játszottak, azok értelemszerűen válaszaikkal generáltak újabb (kérdéseket tartalmazó) SMS-eket,
- fontos körülmény, hogy itt már játékban szereplő fogyasztókról van szó,
- a fogyasztók a részletes játékszabályzat szerint a kvízzjátékba való regisztrálással kifejezetten vállalták, hogy fogadják mobiltelefonjukon a (játékkal kapcsolatos) kérdéseket és a kvízzjátékkal kapcsolatos egyéb tájékoztató SMS-eket, s a részletes játékszabályzatot minden fogyasztónak módjában állt megismerni, attól függetlenül, hogy a fogyasztó a regisztrációt megelőzően milyen úton értesült a kvízzjátékról. A kvízzjáték természetéből fakadóan a további kommunikáció szükségessége egyértelmű lehet. Az SMS vagy MMS, illetve az A1-es kültéri plakát útján közölt hirdetések nem tartalmaztak kifejezett és szövegszerű utalást erre a lehetőségre, ugyanakkor egy ehhez hasonló játékszabályzat minden részletének megismertetésére a reklámhordozó felület sajátosságaira és kapacitásának szűkösségére tekintettel nincs mód. A fogyasztók számára a lehető legtöbb, legkönnyebb, ingyenes hozzáférést biztosította a további információkhoz. A fogyasztók számára lehetőség volt, hogy a regisztrálást eredményező SMS megküldéséről való döntést a további SMS-ek fogadásának tudatában hozzák meg, és amennyiben nem kívánnak SMS-eket fogadni, ne vegyenek részt a játékban,
- a játékosoknak küldött aktiváló vagy tájékoztató üzenetek számosságát jelentősen befolyásolta az a külföldi szervező partner által javasolt, a korábbi játékok tapasztalatain alapuló játéktechnikai sajátosság, hogy minden egyes tájékoztató üzenet mellett a játékos újra megkapta az utolsó, még megválaszolatlan kérdést is, és ezzel (bár megnőtt darabszámban az ügyfélnek küldött SMS-ek száma, mivel a küldés a tájékoztató üzenettel egy időben történt) jelentősen csökkentette az ügyfél-irritáció mértékét. A kérdések újraküldésének célja az volt, hogy a játékosnak ne kelljen vaktában tippelve elküldeni egy 300 Ft-os válasz SMS-t abban az esetben, ha az utolsó kérdést esetleg törölte készüléke memóriájából. Az ügyfelek legfeljebb 2-3 elküldött tájékoztató üzenet után már megszokhatták e gyakorlatot, s ha azt zavarónak találták, akkor akár olvasatlanul is továbbléphettek az újraküldött kérdésen, illetve díjmentesen lemondhatták magukat a tájékoztató üzeneteket is, megszüntetve ezzel mindennemű kommunikációt a játékkal kapcsolatosan,
- a játékszabályzat valóban nem rögzíti kifejezetten, hogy az eljárás alá vont köteles lenne aktiváló és tájékoztató üzeneteket tartalmazó SMS-eket küldeni a játékosok részére, ennek a rögzítésére azonban nincs is szükség, ugyanis a fogyasztóknak az SMS-ek fogadásához a játékszabályzat elfogadásával történő beleegyezése következtében az SMS-ek küldése nem ütközik az Fttv. mellékletének 26. pontjába, így ezek jogszerűségének nem előfeltétele, hogy az üzenet elküldése az eljárás alá vont szerződéses kötelezettsége teljesítéséhez legyen szükséges, hiszen a fogyasztó nem állíthatja, hogy „nem kívánt módon” kapta az üzeneteket. A fogyasztó, a játékszabályzat elfogadásával „kívánt módként” kérte az üzenetet,
- a Versenytanács által kiemelt konkrét példák az ügyfélkontaktok darabszámára vonatkozóan tartalmazzák nemcsak a tájékoztató üzenettel egy időben megküldött – és emiatt kevésbé zavaró – utolsó megválaszolatlan kérdéseket is, hanem bizonyos esetekben a játék kezdetén küldött, a játék menetéről szóló útmutatót, illetve az aktiváló üzenetek lemondásáról tájékoztató üzenetet is, melyek egyértelműen a játékos érdekeit szolgálták,
- az egyes fogyasztóknak megküldött SMS-ek célja nem a fogyasztók sürgetése, hanem a játékosok esélyeinek növelése és a tájékoztatás volt, s mennyiségük sem lépte túl az ésszerűség határát,

- a nyertesek között a pre-paid-es előfizetők aránya magasabb, mint ha ezt az arányt a játékosokon belüli számokhoz viszonyítjuk. Ezen fogyasztók esetében az valószínűsíthető, hogy ők készültek erre a játékra, előzetesen feltöltötték a kártyát, tehát az ő vonatkozásukban valamiféle agresszivitásról nem lehet beszélni,
- nem mellőzhető körülmény, hogy a játékos bármikor leiratkozhatott és ezáltal megállíthatta az SMS-ek küldését, s e körben az eljárás alá vont mindvégig biztosította az ügyfél részére a leiratkozás lehetőségét, így azok, akik a további fogyasztói aktivitást kifogásolták, egyszerűen és díjmentesen lezárhatták a további eljárást. Az eljárás alá vont a játékról leiratkozók esetében jóhiszeműen és az érintettek jogainak védelmében az adatvédelmi szabályoknak megfelelően járt el, semmilyen módon nem kívánta „szankcionálni” a leiratkozókat. A STOP parancs használata nem járt semmilyen szankcióval vagy negatív következménnyel, ami visszatarthatta volna a játékosokat annak használatától. A fogyasztó a regisztrációt követő második hétfőn tájékoztatást kapott az SMS útján arról, hogyan tudja lemondani a játékkal kapcsolatos tájékoztató üzeneteket. Emellett folyamatosan tájékoztatást adott az eljárás alá vont a fogyasztók számára erről a lehetőségről az IVR útján, az internetes oldalon, az ügyfélszolgálat felkeresése esetén, illetve maga a szabályzat is tartalmazta az ezzel kapcsolatos rendelkezéseket. A kereskedelmi gyakorlatnak olyan szinten integráns része volt a STOP parancs használatának lehetősége és a játékosok erről való tájékoztatása, hogy a játékszabályban az eljárás alá vont kötelezte magát az ezzel kapcsolatos teendőkre, s ezt a gyakorlatban is megvalósította. A tájékoztató üzenetek lemondásával kapcsolatos információról így nem is volt feltétlenül szükséges további tájékozódást végezni. Egyébiránt a STOP üzenet kapcsán jelentős eltérések mutatkoznak a Vj-117/2009. számú ügyben elbírált játékhoz képest, egyrészt itt a fogyasztók nem veszítették el a megszerzett pontjaikat, másrészt ingyen lehetett kijelentkezni a játékból, illetőleg a fogyasztók rendszeres tájékoztatást kaptak. A STOP üzenetre az általa lefolytatott kutatás szerint a fogyasztók magas aránya emlékezett is.

Az eljárás alá vont kérte

- elsődlegesen az eljárás jogsértés hiányában történő megszüntetését,
- másodlagosan a bírság kiszabásának mellőzését,
- harmadlagosan a bírságcsökkentő tényezők figyelembevételét.

Az eljárás alá vont az esetleges bírság körében az alábbiak enyhítő körülményként történő figyelembe vételét kérte:

- a fogyasztók minden esetben teljes körű információkhoz juthattak a részletes játékszabályokkal kapcsolatban,
- a fogyasztó számára végső döntésének meghozatalát, a szerződés megkötését megelőzően minden esetben ismertek voltak a játékkal kapcsolatos szerződési feltételek, különösen akkor, ha a fogyasztó aktív érdeklődést tanúsított, amelyre a biztosított kommunikációs csatornák teljes mértékben lehetőséget biztosítottak (a kvízzjáték időtartama alatt a játékszabályzat ingyenesen hozzáférhető volt a honlapokon és kérésre az eljárás alá vont üzleteiben; a játékosok bármikor további tájékoztatást kaphattak a kvízzjátékra és a játékszabályzatra vonatkozóan, a kvízzjátékkal kapcsolatban interaktív hangvlaszoz segítségét nyújtó 1727-es szám felhívásával, illetve a 1430-as vagy 1400-s hívószám felhívásával élő hangos segítség is igényelhető volt hétfőtől péntekig 08:00 és 20:00 óra között, azzal, hogy a fenti ügyfélszolgálati számok díjmentesen voltak hívhatók az eljárás alá vont belföldi

mobilhálózatából; a játékkal kapcsolatos információ teljes egészében elérhető volt a [www.90golf.hu](http://www.90golf.hu) vagy a [www.t-mobile.hu](http://www.t-mobile.hu) internetes oldalakon),

- még a Gazdasági Versenyhivatal eljárásának megindítását megelőzően, a játék tényleges ideje alatt lépéseket tett a tájékoztatási gyakorlat finomítása („ügyfélbarátabbá”-tétéle) érdekében,
- nem vitatja a Versenytanács előzetes álláspontjának az azokra adott észrevételekben kifejtett ellenérvek által nem érintett részeit. Ezen részek azok, amelyek vonatkozásában a Versenytanács jogsértés megállapítását nem tervezte az előzetes álláspont szerint. E körben magatartása nem volt felróható, s elérte az adott helyzetben általában elvárható magatartási mércét, megfelelt a társadalom értékítéletének,
- a feltételezett jogsértés súlyát az is csökkenti, hogy ha a fogyasztók az SMS-ek fogadását zavarónak értékelték és ennek nyomán további tájékozódást végeztek (pl. az internetes honlapon elhelyezett játékszabályzat elolvasásával), élhettek a „STOP” szó 1430 vagy 1727 számra történő megküldésének lehetőségével, anélkül, hogy ezzel elvesztették volna esélyüket a nyeresre,
- a feltételezett jogsértés által érintett fogyasztói kör aránya a játékosok összességén belül és ezáltal az általuk az eljárás alá vont számára generált bevétel nem jelentős,
- a feltételezett jogsértés az eljárás alá vont piaci tevékenységének nem meghatározó eleme,
- a feltételezett jogsértés időtartama rövid és az eljárás alá vont ilyen jellegű játékot első alkalommal szervezett,
- a kereskedelmi gyakorlat nem olyan fogyasztói kör vonatkozásában valósult meg, amelynek tagjai az adott gyakorlat vagy az annak alapjául szolgáló áru vonatkozásában koruk, hiszékenységük, szellemi vagy fizikai fogyatkozásuk miatt különösen kiszolgáltatottak lennének,
- a versenyfelügyeleti eljárás során végig együttműködő magatartást tanúsított, az információkat időben, megfelelően szolgáltatva,
- a leginkább tájékozott játékosok generálták a bevétel döntő részét, így azok esetében különösen nem áll fenn a megtévesztés és az agresszív kereskedelmi gyakorlat veszélye.

#### **IV. Jogi háttér**

18. Az Fttv. 1. §-ának (1) bekezdése szerint az Fttv. állapítja meg az áruhoz kapcsolódó, a kereskedelmi ügylet lebonyolítását megelőzően, annak során és azt követően a fogyasztóval szemben alkalmazott kereskedelmi gyakorlatokra, valamint az ilyen kereskedelmi gyakorlat tekintetében alkalmazott magatartási kódexekre vonatkozó követelményeket, és az azok megsértésével szembeni eljárás szabályait. Ugyanezen cikk (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.

Az Fttv. 2. §-ának a) pontja értelmében fogyasztó az önálló foglalkozásán és gazdasági tevékenységén kívül eső célok érdekében eljáró természetes személy.

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. §).

Az Fttv. 4. §-ának (1) bekezdése előírja, hogy 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 szerint 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.

Az Fttv. 6. §-a (1) bekezdésének b) pontja rögzíti, megtévesztő az a kereskedelmi gyakorlat, amely valótlan információt tartalmaz, vagy valós tény - figyelemmel megjelenésének valamennyi körülményére olyan módon jelenít meg, hogy megtéveszti vagy alkalmas arra, hogy megtéveszse a fogyasztót az alábbiak közül egy vagy több tényező tekintetében és ezáltal a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készíti, amelyet egyébként nem hozott volna meg, vagy erre alkalmas:

b) az áru lényeges jellemzői.

Az Fttv. 8. §-ának (1) bekezdése szerint agresszív az a kereskedelmi gyakorlat, amely - figyelembe véve valamennyi tényszerű körülményt - pszichés vagy fizikai nyomásgyakorlással - akár a fogyasztóval szembeni hatalmi helyzet kihasználása, akár a fogyasztó zavarása révén - az adott helyzetben jelentősen korlátozza vagy alkalmas arra, hogy jelentősen korlátozza a fogyasztónak az áruval kapcsolatos választási vagy magatartási szabadságát, illetve lehetőségét a tájékozott döntés meghozatalára és ezáltal a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készíti, amelyet egyébként nem hozott volna meg, vagy erre alkalmas. A (2) bekezdés rögzíti, annak megállapítására, hogy egy kereskedelmi gyakorlat agresszív-e, figyelembe kell venni a következőket:

- a) a kereskedelmi gyakorlat időzítése, helye, jellege és alkalmazásának időtartama,
- b) a kereskedelmi gyakorlat során alkalmazott szóhasználat vagy magatartás fenyegető, félelemkeltő vagy becsmérlő volta,
- c) súlyos, a fogyasztó ítélőképességének korlátozására alkalmas, a kereskedelmi gyakorlat megvalósítója által ismert körülmény felhasználása a fogyasztó áruval kapcsolatos döntésének befolyásolására,
- d) a fogyasztó szerződéses jogainak - ideértve a szerződéstől való elállásra, valamint a másik árura vagy vállalkozáshoz való áttérésre vonatkozó jogot is - gyakorlásával szemben támasztott, indokolatlanul terhes vagy aránytalan, nem szerződéses akadály,
- e) jogellenes cselekménnyel való fenyegetés.

Az Fttv. 3. §-ának (4) bekezdése értelmében a törvény mellékletében meghatározott kereskedelmi gyakorlatok tisztességtelenek, így a melléklet a 26. pontjának megfelelően telefonon, távmásolón (telefaxon), elektronikus levelezés, illetve azzal egyenértékű egyéni

kommunikációs eszköz vagy más távközlő eszköz útján ismétlődően és nem kívánt módon a fogyasztó sürgetése, kivéve amennyiben ez a vállalkozás szerződéses kötelezettsége teljesítéséhez szükséges.

19. Az Fttv. 19. §-ának c) pontja alapján a kereskedelmi gyakorlat tisztességtelenségének megállapítására irányuló eljárásra az Fttv.-ben meghatározott eltérésekkel a Gazdasági Versenyhivatal eljárása tekintetében a Tpv. rendelkezéseit kell alkalmazni.

A Tpv. 77. §-a (1) bekezdésének d) pontja értelmében az eljáró versenytanács határozatában megállapíthatja a magatartás törvénybe ütközését.

Az eljáró versenytanács a Tpv. 78. §-ának (1) bekezdése értelmében bírságot szabhat ki azzal szemben, aki a Tpv., illetve az Fttv. rendelkezéseit megsérti. A bírság összege legfeljebb a vállalkozás, illetve annak - a határozatban azonosított - vállalkozáscsoportnak a jogsértést megállapító határozat meghozatalát megelőző üzleti évben elért nettó árbevételének tíz százaléka lehet, amelynek a bírsággal sújtott vállalkozás a tagja. A (3) bekezdés rögzíti, hogy a bírság összegét az eset összes körülményeire - így különösen a jogsérelem súlyára, a jogsértő állapot időtartamára, a jogsértéssel elért előnyre, a jogsértő felek piaci helyzetére, a magatartás felróhatóságára, az eljárást segítő együttműködő magatartására, a törvénybe ütköző magatartás ismételt tanúsítására - tekintettel kell meghatározni. A jogsérelem súlyát különösen a gazdasági verseny veszélyeztetettségének foka, a fogyasztók, üzletfelek érdekei sérelmének köre, kiterjedtsége alapozhatja meg.

## V.

### A Versenytanács döntése

20. Az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdése szerint tilos a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat.

Az Fttv. 3. §-ának (2)-(4) bekezdései értelmében egy kereskedelmi gyakorlat három esetben minősülhet tisztességtelennek:

- ha teljesülnek az Fttv. 3. §-ának (2) bekezdésben rögzített feltételek, vagy
- ha a kereskedelmi gyakorlat megtévesztő vagy agresszív, teljesítve a 6-8. §-ban szabályozott feltételeket, vagy
- ha az adott kereskedelmi gyakorlat szerepel az Fttv. mellékletében (az ún. „feketelistán”).

Annak elbírálása során, hogy az adott kereskedelmi gyakorlat tisztességtelennek minősül-e,

- mindenképp azt kell vizsgálni, hogy az adott magatartás szerepel-e a feketelistában. Ha igen, s a kereskedelmi gyakorlat megfelel az Fttv. mellékletében rögzített kritériumoknak, akkor a kereskedelmi gyakorlat minden további vizsgálat nélkül tisztességtelennek minősül,
- ha a feketelistán nem szereplő kereskedelmi gyakorlatról van szó, vizsgálni kell azt, hogy az kimeríti-e a megtévesztés vagy az agresszió a törvényben megadott kritériumait,
- csak ha a tisztességtelenség e tipikus előfordulási eseteibe nem besorolható kereskedelmi gyakorlatról van szó, kerül alkalmazásra az Fttv. 3. §-ának (2) bekezdése.



21. A Versenytanácsnak – figyelemmel az eljárást megindító végzésben és a rendelkezésre álló iratokban foglaltakra – a jelen eljárásban azon két kérdéssel kapcsolatban kellett döntenie, hogy

- az eljárás alá vont a fogyasztóknak a „90 Golf, 90 nyertes” elnevezésű játékokban való, bármilyen formában és mértékben történő részvételével vagy az attól való távolmaradással kapcsolatos döntéseit befolyásoló kereskedelmi kommunikációinak alkalmazása tisztességtelennek,
- az eljárás alá vontnak a „90 Golf, 90 nyertes” elnevezésű játékokban a már regisztrált fogyasztók részére megküldött SMS-ekkel tanúsított magatartása tisztességtelen, agresszív kereskedelmi gyakorlatnak,

az Fttv. rendelkezéseibe ütközőnek minősül-e.

22. A vizsgált kereskedelmi gyakorlat megítélése során az olyan fogyasztó magatartását kell alapul venni, aki ésszerűen tájékozottan, az adott helyzetben általában elvárható figyelmességgel és körültekintéssel jár el.

Az ésszerűen tájékozottan, az adott helyzetben általában elvárható figyelmességgel és körültekintéssel eljáró fogyasztó vonatkozásában figyelembe veendő az alábbiak:

- a Fővárosi Ítéltábla 2.Kf. 27.222/2008/7. számú jogerős ítéletében (Vj-188/2006.) kifejtette, a reklám terjedelmi korlátai között a tájékoztatást úgy kell meghatározni, hogy az átlagfogyasztó számára követhető, értelmezhető legyen. A reklámozó vállalkozásnak ugyanis mindig elől kell járnia a fogyasztók tisztességes tájékoztatásában. Kétségtelenül a fogyasztótól is elvárható, hogy döntése során haszonmaximalizálásra törekedjék, vagyis mindig a számára a lehető legkedvezőbb megoldást válassza, és hogy ennek érdekében ésszerű mértékű információkeresést folytasson. Ugyanakkor ez nem jelentheti a tájékozódás kötelezettségének parttalan áthárítását a fogyasztóra, ugyanis a reklám jogsértő jellege akkor is megállapítható, ha a fogyasztónak módja van a teljeskörű valós információ megismerésére,
- amint azt a Fővárosi Ítéltábla 2.Kf. 27.170/2007/6. számú ítéletében (Vj-133/2005.) leszögezte, nem várható el a fogyasztótól, hogy egy intenzív, akár több hónapig tartó reklámkampány során az innen-onnan részletekben csöpögött információ-mozaikokat fejben összerakja, maga kutasson azután, hogy esetlegesen milyen csatornán keresztül juttathat el hozzá még reklámüzenetet a reklámozó. Még kevésbé várható el az ésszerűen eljáró fogyasztótól, hogy a reklámok szavahihetőségét kétségbe vonja, vagyis eleve számoljon azzal, hogy a reklámban úgy sem mondanak igazat, és nyomozni kezdjen a valós tények után,
- a Fővárosi Bíróság 2.K. 33.639/2007/9. számú, a Fővárosi Ítéltábla 2.Kf. 27.350/2008/8. számú ítéletével helybenhagyott ítélete (Vj-30/2007.) szerint a reklámok valóságtartalmában fenntartás nélkül megbízó fogyasztó racionális fogyasztónak minősül. Az a fogyasztó is ésszerűen jár el, aki nem kételkedik a reklámok által nyújtott tájékoztatásban, nem kételkedik a reklámozó szavahihetőségében, hanem a reklámokat egy ésszerűen költséghatékony tájékoztatói folyamatban az üzleti tisztesség követelményének érvényesülésében bízva kezeli. Az ésszerűen eljáró fogyasztótól nem azt kell elvárni, hogy ellenőrizze a reklámokban szereplő információ helytállóságát. A reklám egyik funkciója éppen az, hogy a vállalkozás és a fogyasztó között meglévő információs aszimmetria feloldására költséghatékony megoldásokat keres, s ezek között - számára költségmegtakarítást eredményezően – a fogyasztó valóságosnak, pontosnak fogadja el a vállalkozás nyújtotta tájékoztatást, történjék az bármilyen formában, így például reklám által.

Kiemelendő továbbá, hogy a fogyasztó által tanúsított magatartás egy olyan döntési folyamat eredménye, amelynek összetett volta és az e folyamatra hatást gyakorló tényezők sokszínűsége alapján megállapítható, hogy a fogyasztói döntést nem lehet egy tisztán racionális megfontolás eredményének tekinteni, mivel megszületésében más (érzelmi, indulati stb.) tényezők is szerepet játszanak. Ezzel összefüggésben aláhúzendó, hogy

- az Fttv. 4. §-ának (1) bekezdése sem azt követeli meg, hogy valamely kereskedelmi gyakorlat megítélése során a különböző alternatívák között hideg fejjel, a döntés meghozatalához szükséges információk körét teljes körűen feltárva és saját preferenciáit pontosan ismerve eljáró, a számára legkedvezőbb, kizárólag a racionalitásra alapozott döntést meghozó fogyasztót tartsa szem előtt a jogalkalmazó. Az „adott helyzetben általában elvárható figyelmességgel és körültekintéssel” eljáró fogyasztó nem azonosítható egy, kizárólag az ésszerűségi követelményeknek megfelelően eljáró fogyasztóval. A törvény alkalmazása során egy olyan fogyasztó a mérce, aki a sokféle, értelmi és érzelmi hatások által befolyásoltan, többek között, de nem kizárólag az ésszerűség által meghatározottan hozza meg döntéseit,
- az Fttv. 4. §-a (1) bekezdésének „ésszerűen tájékozottan” kitétele nem abszolutizálja az ésszerűség követelményét, hanem éppen relativizálja azt – hiszen (amint arra előzőleg rámutatott a Versenytanács) az a fogyasztó is ésszerűen tájékozott, aki nem kételkedik a reklámokban tett állításokban, nem kételkedik a reklámozó szavahihetőségében, mivel a kölcsönös bizalmon alapuló gazdaságban a reklámokat egy költséghatékony tájékozódási lehetőségnek tekinti.

23. Az eljárás alá vont által megvalósított kereskedelmi gyakorlat szempontjából releváns fogyasztók vonatkozásában megkülönböztetendők

- a döntéseikben a játékszenvedélytől fűtött, illetve a játékok iránt az átlagosnál nagyobb érdeklődést mutató, s döntéseikben ezáltal befolyásolt fogyasztók és
- az e körbe nem tartozó fogyasztók.

24. A játékszenvedélytől fűtött, illetve a játékok iránt az átlagosnál nagyobb érdeklődést mutató, s döntéseikben ezáltal befolyásolt fogyasztók létét igazolják azok az adatok, amelyek azt mutatják, hogy számos olyan fogyasztó volt, aki (300 Ft/SMS ellenében) több száz, több ezer SMS-t küldött a játék során. A fogyasztói döntési folyamat nem racionális elemeinek szerepe az átlagosnál erőteljesebben jelentkezik ezen, illetőleg a játékban való részvételre már jelentős, akár több százezer forintot fordító, a játékban való részvétellel való felhagyás (az újabb és újabb SMS-ek 300 Ft ellenében történő megküldését eredményező) döntés meghozatalát a várható anyagi veszteség által (is) befolyásoltan meghozó fogyasztók esetében a fogyasztói döntés racionális oldalát háttérbe szorítják a nem racionális elemek, amely révén ezek a fogyasztók az átlagosnál is kiszolgáltatottabbá válnak a fogyasztói döntés megzavarására alkalmas megtévesztő, illetve agresszív kereskedelmi gyakorlatokkal szemben.

Az eljárás alá vont előadására figyelemmel a Versenytanács kiemeli, hogy a jelentős számú SMS-t megküldő fogyasztók és az eljárás alá vont által hivatkozott „heavy user”-ek köre nem esik egybe. A Versenytanács nem vitatja, a jelentős számú SMS-t megküldő fogyasztók lehettek olyan fogyasztók, akiknek a magatartását nem a játékszenvedély, hanem a pénzkereset határozta meg a játék kapcsán, mindazonáltal az nem állítható, hogy valamennyi jelentős számú SMS-t megküldő fogyasztó „heavy user”-nek minősülne. Eljárás alá vont előadását egyébiránt az általa hivatkozott adatok sem támasztották alá. Az eljárás alá vont ismertette (Vj-3-037/2010.), hogy a fogyasztók hány százaléka bonyolította le a játék SMS fogalmának jelentős részét, ezen személyeket azonosítva a „professzionális” fogyasztókkal – a Versenytanács szerint ugyanakkor a 16 SMS-t megküldő fogyasztó semmi esetre sem tekinthető „professzionális” fogyasztónak, „heavy user”-nek, márpedig az eljárás alá vont által hivatkozott adatokba már a 16 SMS-t megküldő fogyasztók is beletartoznak [a Versenytanács emlékeztet arra, hogy a játék utolsó napján, 2009. december 30-án az eljárás

alá vont szintén jogsértő magatartásának eredményeként volt fogyasztó, amely kilenc SMS-t küldött meg (lásd a 38. pontot)].

25. 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 fogyasztókkal szembeni tisztességtelen magatartások, kereskedelmi gyakorlatok 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 folyamatra - ideértve a figyelem felkeltését is.

***A) A fogyasztónak a játékban való részvétellel kapcsolatos magatartását befolyásoló, megtévesztő kereskedelmi kommunikációk***

26. A vállalkozások gyakorta nyúlnak a különböző promóciós játékok mint marketing eszközök alkalmazásához, ezek által igyekezvén befolyásolni a fogyasztók piaci magatartását. Ez nem tilalmazott, ugyanakkor elvárás, hogy a promóciós játékokról adott tájékoztatások feleljenek meg a valóságnak, a kereskedelmi kommunikációk révén a fogyasztókban a játékokról reális kép alakulhasson ki. E körben is érvényesülést kíván az az általános követelmény, hogy a vállalkozásnak a fogyasztók irányában tanúsított kereskedelmi gyakorlata feleljen meg a tisztesség követelményének, s így a vállalkozásról vagy termékeinek lényeges tulajdonságáról, illetőleg adott esetben az általa lebonyolított promóciós játékról adott, fogyasztóknak szóló tájékoztatása igaz és pontos legyen.

27. A Versenytanács aláhúzza, hogy az Fttv. 2. §-ának c) pontja szerinti árunak minősülő játékkal kapcsolatban kifejtett kereskedelmi gyakorlat az Fttv. szerint bírálandó el, amely ugyanakkor nem jelenti azt, hogy a vállalkozás magatartása ne lenne vizsgálható egyéb jogszabályok, így például a szerencsejáték szervezéséről szóló 1991. évi XXXIV. törvény alapján is. Ezt meg is tette az Adó- és Pénzügyi Ellenőrzési Hivatal Központi Hivatalának Szerencsejáték Felügyeleti Főosztálya, a „90 Golf, 90 nyertes” elnevezésű játékkal kapcsolatban szerencsejáték engedély nélküli szervezése miatt bírság megfizetésére kötelezve az eljárás alá vontat.

***a) A regisztrálást megelőzően megküldött SMS és MMS***

28. Az eljárás alá vont a játék ideje alatt SMS-eket és MMS-eket küldött a fogyasztóknak (lásd a *melléklet* 1. és 2. pontját), felhívva őket a játékban való részvételre.

A Versenytanács kiemeli, hogy a kereskedelmi gyakorlat vonatkozásában a fogyasztóknak megküldött SMS-eknek meghatározó szerepük volt. Az eljárás alá vont 2010. október 15-i beadványában (Vj-3-037/2010. üzleti titkot tartalmazó változat) ismertetett adatok szerint a játékba bekapcsolódott fogyasztók döntő többsége az SMS csatornán keresztül értesült a játékról.

29. A Versenytanács előtt ismert SMS-ekben egyebek között (egy SMS kivételével) szerepelt a „kvízzjáték” szó. A rendelkezésre álló adatokból megállapíthatóan ugyanakkor a játékban érintett fogyasztók többsége csak egy regisztrációs SMS-t küldött meg, vagyis úgy döntött egy SMS 300 Ft ellenében történő megküldéséről, hogy azt követően ténylegesen nem vett

részt a játékban, egyetlen egy kérdésre sem válaszolt, így pontot sem gyűjtött, amely által nem is volt esélye a nyeresre. Ezen fogyasztók igen magas aránya önmagában arra mutat rá, hogy az eljárás alá vont által a játékkal összefüggésben megvalósított kereskedelmi gyakorlat alkalmas volt a fogyasztók megtévesztésére. Az eljárás alá vont által alkalmazott SMS-ek megküldése időpontjának és a kizárólag regisztrációs SMS-t megküldő ügyfelek számában bekövetkezett változások összevetése alapján egyértelműen megállapítható, hogy szoros összefüggés van az eljárás alá vont játékban való részvételre felhívó SMS üzenetei és a tényleges fogyasztói érdekekkel nyilvánvalóan összhangban nem álló fogyasztói magatartások számának változásai között. A ténylegesen tanúsított fogyasztói magatartásból megállapíthatóan a fogyasztók többségének értelmezése szerint az eljárás alá vont egy egyszerű játékot hirdetett meg egyszerű szabályok szerint (vissza kell küldeni egy SMS-t, amellyel autót lehet nyerni), s ennek leírására az egyszerű SMS elegendőnek mutatkozott, s nem volt szükségszerű, hogy a fogyasztó az első SMS elküldését megelőzően további tájékozódást végezzen – a fogyasztóknak nem volt tudomásuk arról, hogy az eljárás alá vont egy, az SMS-ben közöltektől eltérő (regisztrációt megkövetelő, kérdések megválaszolását és pontok gyűjtését igénylő stb.) játék lebonyolítása, ám ettől eltérően a fogyasztók számára egy igen egyszerű játékban való részvétel lehetőségét közlő, s ezáltal a játékról nem valós képet nyújtó kereskedelmi kommunikáció alkalmazása mellett döntött, mely egyensúlytalanságot magának a fogyasztónak kellett volna helyrebillentenie további tájékozódással.

Kiemelendő, hogy az ún. brief (az eljárás alá vont által lebonyolítandó marketingkampány egyes ismérveiről szóló, a kommunikáció alapját képező dokumentum) is a játék egyszerű voltát emelte ki [„egyszerű játék, egyszerű szabályok, egyszerű csatlakozni a játékhoz”]; az ügyfél benyomása legyen a reklámról, hogy minden T-Mobile előfizetőnek komoly esélye van megnyerni egy autót, a játék egyszerű és izgalmas; a célcsoport kapcsán minden magyarországi T-Mobile előfizető szeretné megnyerni a bámulatos díjakat és még soha nem volt ennyire egyszerű részt venni (csak elküld egy SMS-t); a megjelenítendő támogató érvek között szerepel, hogy egyszerű részt venni a játékban (csak egy SMS-t kell küldeni a 1727-re)]. Ez egyébiránt önmagában is súlytalanná tette eljárás alá vont azon védekezését, amely szerint az adott kommunikációs eszköz természetéből adódó terjedelmi korlátok esetén a további információk elérhetősége közzétételre került.

Az adott kommunikációs eszköz természetéből adódó terjedelmi korlátok (pl. SMS: 160 karakter, kültéri reklám: A1) esetén a további információk (részletes játékszabályzat) elérhetősége az összes lehetséges kommunikációs eszközön keresztül közzétételre került és a fogyasztók korlátlanul megismerhették azokat. A kereskedelmi kommunikációkban valótlán tájékoztatási elemek nem kerültek feltüntetésre,

Aláhúzendó továbbá, hogy a játék egyszerű volta benyomásának közvetítése révén a fogyasztók további tájékozódása nem mutatkozott szükségesnek arra való tekintettel sem, hogy maga az alkalmazott kommunikációs eszköz jellege és a fogyasztókhoz eljuttatott üzenet a fogyasztó azonnali cselekvésre ösztönzését, a játékban való részvételre való döntés mielőbbi meghozatalát célozta. Ezt erősítették egyes SMS-ek azáltal is, hogy azt közölték, a fogyasztónak csak a GOLF szót, illetve akár egy üres SMS-t kell megküldenie a játékban való részvételhez („csak küldd a GOLF szót a 1727-21!”), „csak küldj egy üres SMS-t a 1727-re most!” stb., lásd a határozat mellékletének 1. pontját).

Nem mellőzhető továbbá az a körülmény sem, hogy amint azt az eljárás alá vont előadta, ez volt az első ilyen jellegű játéka, s maga a mobilmarketing is csak fejlődési stádiumban van, amely egyben azt is jelenti, hogy a korábbi tapasztalatokkal, ismertetekkel nem rendelkező fogyasztók előtt nem lehetnek tudottak a játék szabályai, így a játékkal összefüggő kereskedelmi gyakorlat tanúsítása során fokozott gondossággal kellett volna eljárnia.

Megjegyzi a Versenytanács, az eljárás alá vont két beadványában is (Vj-3-023/2010. és Vj-3-037/2010.) akként nyilatkozott, az egyik alapvető célja az volt, hogy az SMS árát és a játékmechanizmust (nevezetesen azt, hogy az „aznap legtöbb pontot szerző” játékos nyeri a napi nyereményt) kellő hangsúllyal jelenítse meg a kommunikációs anyagokban – miközben a napi nyereményt nem az aznap legtöbb pontot szerző játékos nyerte meg, hanem az, akinek az adott napon a legtöbb pontja volt (függetlenül attól, hogy azt mikor szerezte a játék során) és az adott napon legalább egy helyes válasszal játszott.

Az előzőek vonatkoznak azon SMS-re is, amely említést sem tett a játék kvíz jellegéről („csatlakozz a játékhoz”), így a fogyasztók nem egy reális képet alkottak a játék természetéről. Ezzel az SMS-sel kapcsolatban az eljárás alá vont ismertette, hogy az ezen üzenettel találkozó fogyasztók nem viselkedtek másként, mint azok a fogyasztók, akik olyan üzenetet kaptak, amelyben szerepelt a kvízzjáték szó. A Versenytanács szerint mivel a kétféle üzenetet kapó fogyasztók viselkedésében nem volt különbség, ez azt is igazolja, hogy a kvízzjáték szó szerepeltetése nem módosított a fogyasztók által ténylegesen észlelt üzenet tartalmán, amit a kizárólag regisztrációs SMS-t megküldő fogyasztók igen magas aránya is mutat.

30. Az eljárás alá vont által szolgáltatott adatokból ismert, hogy a pontgyűjtő jellegű játék 1. napjának kivételével a nyertesek között egyetlen egy sem volt olyan, aki kizárólag egy napot játszott volna, s azon a napon sikerült volna megnyernie a gépkocsit. A játék időtartama alatt, az alkalmazott SMS-ek kapcsán az eljárás alá vont figyelmen kívül hagyta ezt a körülményt, amely azt eredményezte, hogy az SMS-ek nagy része esetén a fogyasztók valótlan képet kaptak a nyerési esélyről, amikor az eljárás alá vont azt közölte, hogy az adott napon, akár órákon belül nyerhet a fogyasztó:

- Van programod ma estére? Mi lenne, ha nyernél 1 VW Golfot a T-Mobile-tól? Küldd a GOLF szót a 1727-re és szállj be a kvízzjátékba! (300Ft/SMS) [www.90golf.hu](http://www.90golf.hu)
- Ma könnyen nyerhetsz egy VW Golfot a T-Mobile-lal! Csak küldd a GOLF szót a 1727-re, hogy részt vehess a kvízzjátékban! (300Ft/SMS) [www.90golf.hu](http://www.90golf.hu)
- Már ma este nyerhetsz egy VW Golfot a T-Mobile-tól! Csak küldd a GOLF szót a 1727-re, hogy részt vehess a kvízzjátékban! (300Ft/SMS) [www.90golf.hu](http://www.90golf.hu)
- Meglepetés! Küldd most a GOLF szót a 1727-re, és órákon belül nyerhetsz egy VW Golfot a T-Mobile-tól! Vegyél részt a kvízzjátékban! [www.t-mobile.hu](http://www.t-mobile.hu) (300Ft/SMS)
- Meglepetés! Küldd most a GOLF szót a 1727-re, és pár órán belül nyerhetsz egy VW Golfot a T-Mobile-tól! Csatlakozz a játékhoz! [www.t-mobile.hu](http://www.t-mobile.hu) (300Ft/SMS)
- A T-Mobile ünnepel, és átad napi 1 VW Golfot 90 napon át! Küldd a GOLF szót a 1727-re, és ma nyerhetsz! Játssz a kvízzjátékban! [www.t-mobile.hu](http://www.t-mobile.hu) (300Ft/SMS)
- Meglepetés kizárólag T-Mobile ügyfeleknek: küldd a GOLF szót a 1727-re és nyerj 1 VW Golfot órákon belül! Kezdd el a kvízzjátékot! [www.t-mobile.hu](http://www.t-mobile.hu) (300Ft/SMS)
- Játsoztál már a T-Mobile mai VW Golfjáért? Küldj egy üres SMS-t a 1727-re és pár óra múlva nyerhetsz! Játssz a kvízzjátékban! [www.t-mobile.hu](http://www.t-mobile.hu) (300Ft/SMS)
- Fontos hír: pár óra múlva nyerhetsz 1 VW Golfot a T-Mobile-tól! Csak küldj most 1 üres SMS-t a 1727-re, hogy beszállj a kvízzjátékba! [www.t-mobile.hu](http://www.t-mobile.hu) (300Ft/SMS)
- Figyelem! Pár óra maradt és a T-Mobile mai VW Golfja megérkezik! És még nem szálltál be a kvízzjátékba? Küldj 1 üres SMS-t a 1727-re! [www.t-mobile.hu](http://www.t-mobile.hu) (300Ft/SMS)
- Pillants az órádra! Pár óra maradt és begördül a T-Mobile mai VW Golfja! Küldj 1 üres SMS-t a 1727-re most! Játssz a kvízzjátékban! [www.t-mobile.hu](http://www.t-mobile.hu) (300Ft/SMS)
- Sürgős! Ez a végső visszaszámlálás a T-Mobile mai VW Golfjáig! Most vagy soha: küldj 1 üres SMS-t a 1727-re! Játssz a kvízzjátékban! [www.t-mobile.hu](http://www.t-mobile.hu) (300Ft/SMS)
- Remek! Csak küldj 1 üres SMS-t a 1727-re, hogy játszhasz a T-Mobile 1 VW Golfjáért! Akár ma nyerhetsz! Vegyél részt a kvízzjátékban! [www.t-mobile.hu](http://www.t-mobile.hu) (300Ft/SMS)
- Hihetetlen! A T-Mobile 52 VW Golfja nyertesére vár! Ma megnyerheted a Tiédet! Küldd a GOLF szót a 1727-re, szállj be a kvízzjátékba! [www.t-mobile.hu](http://www.t-mobile.hu) (300Ft/SMS)
- Kérsz 1 tippet? Te lehetsz a T-Mobile VW Golfjának tulajdonosa pár óra múlva! Küldd a GOLF szót a 1727-re és játssz a kvízzjátékban! [www.t-mobile.hu](http://www.t-mobile.hu) (300Ft/SMS)
- Nyerj 1 új VW Golfot a T-Mobile-tól! 52 Golf van még! Szerezz Te ma egyet! Küldj 1 üres SMS-t a 1727-re, szállj be a kvízzjátékba! [www.t-mobile.hu](http://www.t-mobile.hu) (300Ft/SMS)

- Küldj 1 üres SMS-t a 1727-re és akár ma megnyerheted a T-Mobile 1 VW Golfját! Csak 52 maradt! Siess! Csatlakozz a kvízzjátékhoz! [www.t-mobile.hu](http://www.t-mobile.hu) (300Ft/SMS)

31. A játékszabályzat értelmében a játék teljes időtartama alatt egy játékos legfeljebb egy napi nyereményt nyerhet. Egyes SMS-ek ezt a szabályt figyelmen kívül hagyták, s azt közölték megtévesztésre alkalmas módon, hogy a fogyasztó naponta, minden nap nyerhet.

- Ünnepelj a T-Mobile-lal! Küldd a GOLF szót a 1727-re és mindennap nyerhatsz 1 VW Golfot 90 napon át! Szállj be most a kvízzjátékba! (300Ft/SMS) [www.90golf.hu](http://www.90golf.hu)
- Kizárólag T-Mobile ügyfeleknek: nyerj naponta 1 Golfot 90 napon át! Küldd a GOLF szót a 1727-re, hogy elkezdhesd a kvízzjátékot! (300Ft/SMS) [www.90golf.hu](http://www.90golf.hu)
- Csak T-Mobile ügyfeleknek: nyerj naponta 1 VW Golfot 90 napon át! Küldd most a GOLF szót a 1727-re, hogy elkezdhesd a kvízzjátékot! [www.t-mobile.hu](http://www.t-mobile.hu) (300Ft/SMS)

32. Az eljárás alá vont által a fogyasztóknak megküldött MMS-ek egy autó képe mellett közölték, „nyerd meg te a mai Golfot, küldd a Golf szót a 1727-re.” A képi tartalom mellett megjelenő SMS üzenet egy üres SMS megküldésére hívta fel a fogyasztót, azzal, hogy órákon belül nyerhet 1 VW Golfot. A felhívás szerint „vegyél részt a kvízzjátékban!” (lásd a határozat mellékletének 2. pontját).

A kereskedelmi kommunikáció alapján – figyelemmel a játékban való részvétel ellenértékének nem jelentős voltára (300 Ft) is – a fogyasztó oldalán nem mutatkozott szükségesnek, hogy a játékot illetően további tájékozódást valósítson meg. A fogyasztói értelmezés szerint az eljárás alá vont egy egyszerű játékot hirdetett meg egyszerű szabályok szerint, amelynek leírására az egyszerű MMS és SMS elegendőnek mutatkozott, s nem volt szükséges, hogy a fogyasztó az első SMS elküldését megelőzően további tájékozódást végezzen – a fogyasztóknak nem volt tudomásuk arról, hogy az eljárás alá vont egy, az MMS-ben, illetve SMS-ben közöltektől eltérő (regisztrációt megkövetelő, kérdések megválaszolását igénylő stb.) játék lebonyolítása és ettől eltérően egy igen egyszerű játékban való részvétel lehetőségét közlő, s ezáltal a játékról nem valós képet nyújtó kereskedelmi kommunikáció alkalmazása mellett döntött, mely egyensúlytalanságot magának a fogyasztónak kellett volna helyrebillentenie.

Az MMS-ek és a kapcsolódó SMS-ek alkalmasak voltak arra, hogy a fogyasztók egy nem reális képet alkossanak a játékról. A fogyasztó alappal vélhette, hogy a válasz SMS megküldésével a játékban való részvétele biztosított, az nem igényel további fogyasztói aktivitást – amely azonban nem felelt meg a valóságnak, figyelemmel a játékszabályzatban foglaltakra.

Egyebekben a Versenytanács visszautal az SMS-ek kapcsán előzőleg kifejtettekre.

33. Figyelemmel a fentiekre a Versenytanács megállapította, hogy az eljárás alá vont 2009. október 2. és december 30. között megtartott „90 Golf, 90 nyertes” elnevezésű játékával kapcsolatban az általa a fogyasztóknak a játékba történő regisztrálást megelőzően megküldött SMS-ek és MMS-ek révén tanúsított kereskedelmi gyakorlatával [tekintettel az Fttv. 3. §-ának (3) bekezdésére és 6. §-a (1) bekezdésének b) pontjára] megsértette az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdését.

A fenti kereskedelmi gyakorlat megtévesztésre való alkalmasságát az eljárás alá vontnak a fogyasztó első SMS-ének megküldését követően tanúsított magatartása sem szüntette meg.

A tájékoztatás problematikus voltát támasztják alá a Versenytanács előtt ismert fogyasztói panaszok is. A panaszok kapcsán megjegyzi a Versenytanács, hogy a panaszok léte vagy hiánya önmagában nem feltétele a kereskedelmi gyakorlat jogszerű vagy jogszerűtlen volta megállapításának. Erre tekintettel a Versenytanács súlytalanak ítélte eljárás alá vont azon előadását, hogy a játék nem okozott kirívóan több ügyfél reklamációt a játékosok körében, mint az eljárás alá vont által vizsgált egyéb szolgáltatások esetében, a panaszok előfordulási aránya nem tért el az átlagos panaszarányoktól.

A Versenytanács a jogsértés körében nem látta megalapozottnak az eljárás alá vontnak azt az előadását sem, hogy ügyfelei elégedettek voltak a játékba hívó üzenetekkel és a játék folyamán küldött üzenetekkel egyaránt. Megjegyzendő, az eljárás alá vont által hivatkozott piackutatás Versenytanács előtt ismert adatai szerint

- a játékba hívó SMS-ek szövegezésével, stílusával, információ-tartalmával és hasznosságával a játékban részt vettek kevésbé voltak elégedettek, mint a nem játszott szegmensbe tartozók (Vj-3-037/2010. 10. oldal), mely utóbbiak esetében az SMS csatorna kisebb jelentőséggel bírt (lásd az alábbiakat). Emellett a Versenytanács nem ítélte életszerűnek azt a nyilatkozatot, hogy a fogyasztók jelentős része kipróbálta a játékot, majd ezt követően egy tudatos döntést hozott és abbahagyta a játékban való részvételt, mivel a regisztrációt lehetővé tevő SMS megküldése és ezt követően már az első kérdés megválaszolásának elmulasztása ténylegesen még a játék kipróbálásának sem minősíthető – ugyanakkor az eljárás alá vont előadása azt támasztja alá, hogy a játékban valamilyen formában részt vett fogyasztók többségének a számára nyújtott információk alapján az volt a vélekedése, hogy egyetlen egy SMS megküldésével megvalósul a játékban való részvétele,
- a játékokban részt vett fogyasztók jelentősen nagyobb része értesült a játékról az SMS csatornán keresztül, mint a játékban részt nem vett fogyasztók esetében (Vj-3-037/2010. 18. oldal), amely rámutat egyrészt az SMS csatorna hatásos voltára, másrészt arra, hogy ha a fogyasztó valóságnak megfelelő tájékoztatást kaphatott a játékról, akkor kevésbé érzett késztetést az abban való részvételre.

34. A Versenytanács kiemeli, hogy egy kereskedelmi gyakorlat megtévesztésre való alkalmasságának nem kell alkalmasnak lennie minden, a kereskedelmi gyakorlattal elért fogyasztó megtévesztésére. A jelen esetben megállapítást nyert, hogy a kereskedelmi gyakorlat a fogyasztók jelentős részének megtévesztésére alkalmas volt.

*b) A regisztrálást követően megküldött SMS-ek*

#### Nyerésközzeli helyzetre történő utalás

35. A fogyasztó regisztrálását eredményező SMS-t követően az eljárás alá vont azon fogyasztóknak, akik a megküldött kérdésre nem válaszoltak, a regisztrálás napján egyebek között a következő tartalommal bírósági SMS-t küldte meg:

Az eddigi 10 pontoddal igazán kitűnsz a tömegeből! Már csak pár lépésre lehetsz a T-Mobile mai VW Golfjától! Kerülj közelebb jó válaszokkal (300 Ft/SMS).

Az SMS alkalmas volt a fogyasztók megtévesztésére, tekintettel arra, hogy

- a regisztráló fogyasztók automatikusan kaptak 10 pontot, így megalapozatlan annak állítása, hogy az adott fogyasztó 10 pontjával kitűnne a tömegeből, amely közlés azt sugallta, a többi fogyasztóhoz képest nagyobb esélye van a napi nyeremény megnyerésére,

- az eljárás alá vont számára ismertnek kellett lennie, hogy „pár lépés” az adott napi gépjármű megnyeréséhez nem elégséges, ahhoz a fogyasztónak több száz, több ezer SMS-t kellene megküldenie.

36. Amint azt az alábbi példák mutatják, az eljárás alá vont a fogyasztóknak a regisztrálást követően megküldött SMS-ek kapcsán is figyelmen kívül hagyta az általa ismert azon körülményt, hogy

- a pontgyűjtő jellegű játék 1. napjának kivételével a nyertesek között egyetlen egy sem volt olyan, aki kizárólag egy napot játszott volna, s azon a napon sikerült volna megnyernie a gépkocsit,
- a nyéréshez igen nagyszámú ponttal kellett rendelkezni:
  - SOS! Utolsó kör a T-Mobile mai VW Golfjáért! Ne hagyd elveszni az eddigi 810 pontodat! Elég 1 jó válasz, hogy visszakerülj a játékba az összes pontoddal! [az SMS megküldésének a napján a nyertes fogyasztó több mint 34 millió ponttal rendelkezett]
  - Nocsak! Már van 810 pont a zsebedben! Nem rossz! Ha aktiválsz őket egy jó válasszal, rendesen felforgathatsz a mezőnyt! Játssz a T-Mobile mai VW Golfjáért! [az SMS megküldésének a napján a nyertes fogyasztó több mint 20 millió ponttal rendelkezett]
  - A mezőnyben te vagy a legerősebb! Jó! Hihetetlen! 11. szint meghódítva! A Golf ma éjjel olyasvalakire vár, mint Te! Hajrá! 810 pontod van! [az SMS megküldésének a napján a nyertes fogyasztó több mint 9 millió ponttal rendelkezett]
  - Bravo! Jól kezdted tegnap... 2260 pontod van! Használd ki! Vesd be az összes pontodat a T-Mobile mai VW Golfjáért akár egyetlen helyes válasszal! [az SMS megküldésének a napján a nyertes fogyasztó több mint 8 millió ponttal rendelkezett]

#### Aznapi nyérés lehetőségére történő utalás

37. A játék időtartama alatt a regisztrálást követően alkalmazott SMS-ek kapcsán az eljárás alá vont figyelmen kívül hagyta a fentiekben jelzett körülményeket, amely azt eredményezte, hogy az SMS-ek jelentős része esetén a fogyasztók valótlan képet kaptak az aznapi nyeremény megnyerésének esélyéről. Az eljárás alá vont több SMS-ben azt közölte, hogy az adott napon nyerhet a fogyasztó, illetve a tényleges nyelési esély hiányában is azt közölte, illetve sugallta, hogy aznap az adott fogyasztó lehet a nyertes. A Versenytanács e körben értékelte például az alábbi SMS-eket:

- Nagyszerű teljesítmény volt a tegnapi: akár megnyerheted a T-Mobile mai VW Golfját! Csak adj 1 jó választ és aktiváld az eddigi 10 pontodat!
- Akarsz egy tippet? Az eddigi 10 pontod hozzájárulhat ahhoz, hogy Te legyél a T-Mobile mai VW Golfjának boldog tulajdonosa! Aktiváld őket 1 jó válasszal!
- Rendkívüli! Már el is értél 10 pontot! Ne felejtse el aktiválni őket a T-Mobile mai Golfjáért folyó játékához! Egyetlen helyes válasz elég!
- Ez az üzenet csak Neked szól: 10 pont! Válaszolj meg egyetlen kérdést helyesen és aktiváld pontjaidat a T-Mobile mai VW Golfjáért!
- Szárnyalsz, így tovább! 2. szint! Ezzel a teljesítménnyel a ma esti Golf Rád mosolyoghat! Játssz tovább a T-Mobile-lal! 20 pontod van!

Az eljárás alá vont előadása szerint 2009 novemberében intézkedett annak érdekében, hogy az újonnan regisztráló játékosok számára ne kerüljön kiküldésre olyan üzenet, amely az aznapi nyeremény lehetőségét sugallja, s ez a 2009. november 27. után regisztráltakat érintette, akik nem kaptak „akár ma nyerhetsz” elemet tartalmazó üzenetet. Eljárás alá vont intézkedése értelemszerűen nem érintette a korábban, az intenzív kereskedelmi kommunikációs kampány időszakban regisztrált fogyasztókat.



## Tájékoztató az utolsó napi nyeremény megnyerésének „lehetőségéről”

38. A játék utolsó napján, 2009. december 30-án az eljárás alá vont egyes, a játékban korábban csak regisztráló, kérdésekre választ nem küldő fogyasztóknak a következő SMS üzenetet küldte meg:

Elszaladt 89 nap! Ám 10 pontod még mindig játékba hozható, csak 1 jó válasz kell hozzá! Játssz a 90. és egyben utolsó T-Mobile VW Golfért

Az eljárás alá vont igen alacsony pontszámmal rendelkező fogyasztókat is megkeresett a játék utolsó napján, közölve,

89-en mertek nagyot álmodni... Csak Rajtad múlik, hogy elviszed-e a 90. VW Golfot! Minden eddigi pontod 1 jó válasszal játékban van.

- az adott fogyasztó 810 ponttal rendelkezett, miközben a 2009. december 30-i nyertes pontjainak száma 40.722.510 volt

Mindeközben eljárás alá vont előtt ismertnek kellett lennie, hogy az ezen üzenetekkel megkeresett fogyasztóknak nincs esélyük a nyeresre. Ennek ellenére az ezt követően a kérdésekre 300 Ft ellenében válaszoló fogyasztóknak olyan tartalmú üzenetek kerültek megküldésre, amelyek az aznapi nyeremény elérhető voltával hitegették – amelyhez a fogyasztónak a játék utolsó napján óránként több száz helyes választ tartalmazó SMS-t kellett volna megküldenie.

### Összefoglalás

39. Összességében megállapítható, hogy az eljárás alá vont a játékban regisztrált fogyasztóknak olyan tartalmú SMS-eket küldött meg a regisztrálást követően, amelyek valótlan képet nyújtottak a fogyasztó nyerési esélyeiről. Ezt támasztja alá az a körülmény is, az eljárás alá vont maga is szükségesnek ítélte, hogy 2009 novemberében módosítson az üzenetek tartalmán – mindez ugyanakkor nem akadályozta meg abban, hogy a játék utolsó napján nyilvánvalóan tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot tanúsítson.

Figyelemmel a fentiekre a Versenytanács megállapította, hogy az eljárás alá vont 2009. október 2. és december 30. között megtartott „90 Golf, 90 nyertes” elnevezésű játékával kapcsolatban az általa fogyasztóknak a fogyasztók regisztrálását követően megküldött SMS-ek révén tanúsított kereskedelmi gyakorlatával [tekintettel az Fttv. 3. §-ának (3) bekezdésére és 6. §-a (1) bekezdésének b) pontjára] megsértette az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdését.

#### *c) A1-es kültéri plakát*

40. Az A1-es kültéri plakát (lásd a határozat mellékletének 11. pontját) révén az eljárás alá vont arról tájékoztatta a fogyasztókat, hogy az eljárás alá vont által lebonyolított játékban 90 Golf személygépkocsi nyerhető, amelyhez a GOLF szó 1727-es számra történő megküldése szükséges.

Eljárás alá vont előadásából ismert, hogy a T-Pont és a Partner üzletekben alkalmazott A1-es plakátok egy része oly módon került elhelyezésre, hogy az üzletben tartózkodó fogyasztók felé hordozták az információt, egy része azonban úgy lett elhelyezve, hogy kifelé, a külső tér felé ismertette az információkat. Ez utóbbi alkalmazás azt eredményezte, hogy a plakát kültéri kommunikációs eszközként funkcionált, s az üzletek nyilvántartásától, illetőleg az üzletekbe történő belépéstől függetlenül nyújtott tájékoztatást a fogyasztóknak. A kültéri

kommunikációs eszköz fogyasztók általi észlelésének körülményeiből adódóan nem volt szükségszerű, hogy a játékra vonatkozó egyéb, a plakáton a fő üzenethez képest kisebb betűkkel szerepeltetett információk észlelhetők legyenek a fogyasztók által, így azok nem váltak a kereskedelmi kommunikáció üzenetének részévé.

41. Az A1-es plakát mint kültéri kommunikációs eszköz alapján a fogyasztó oldalán nem mutatkozott szükségesnek, hogy a játékot illetően további tájékozódást valósítson meg. A fogyasztói értelmezés szerint az eljárás alá vont egy egyszerű játékot hirdetett meg egyszerű szabályok szerint, s nem volt szükségszerű, hogy a fogyasztó az első SMS elküldését megelőzően további tájékozódást végezzen. A plakát alkalmas volt arra, hogy a fogyasztók egy nem reális képet alkossanak a játékról. A fogyasztó alappal vélhette, hogy a „Golf” szó megküldésével a játékban való részvétele biztosított, az nem igényel további fogyasztói aktivitást – amely azonban nem felelt meg a valóságnak, figyelemmel a játékszabályzatban foglaltakra.

42. Figyelemmel a fentiekre a Versenytanács megállapította, hogy az eljárás alá vont 2009. október 2. és december 30. között megtartott „90 Golf, 90 nyertes” elnevezésű játékkal kapcsolatban alkalmazott A1-es kültéri plakát révén tanúsított kereskedelmi gyakorlatával [tekintettel az Fttv. 3. §-ának (3) bekezdésére és 6. §-a (1) bekezdésének b) pontjára] megsértette az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdését.

#### *d) Egyéb kereskedelmi kommunikációk*

43. A „90 Golf, 90 nyertes” elnevezésű játékkal kapcsolatban alkalmazott egyéb kereskedelmi kommunikációk vonatkozásában a Versenytanács nem állapított meg jogsértést, tekintettel arra, hogy

- egyes kommunikációs eszközök lehetővé tették a fogyasztók számára a játék jelen eljárás szempontjából jelentőséggel bíró részleteinek megismerését [bannerek és információs üzenetek WAP-on, kisüzleti hírlevél (e-mail), lakossági hírlevél különszám (e-mail), 2009. októberi e-mailben megküldött Lakossági hírlevél, IVR – 1727, szórólap (A5), saját honlap], a WAP-on alkalmazott bannerek és az e-mail útján megküldött hírlevelek, valamint a saját honlapon közzétett információk vonatkozásában figyelembe véve a kommunikációs eszköz gyors továbblépést, további tájékozódást lehetővé tevő jellegét is,
- egyes kommunikációs eszközök alkalmazásának pontos körülményei nem ismertek, ugyanakkor a rendelkezésre álló adatokból megállapíthatóan nem nyert igazolást, hogy a kereskedelmi kommunikáció révén a fogyasztó egy nem reális képet alkothatott a játékról, figyelemmel arra is, hogy a kereskedelmi kommunikáció jelezte, hogy további fogyasztói aktivitásra, kérdések megválaszolására van szükség a játék során (POS 59x59 cm-es és A1-es plakát, valamint deskwindow, továbbá LED animáció),
- egyes kommunikációs eszközökön feltüntetésre került, hogy a fogyasztó a „Golf” szó megküldésével egy kvízzjátékban vehet részt, s – eltérően az SMS-ek és MMS-ek esetétől – a Versenytanács előtt nem vált ismertté olyan egyértelmű adat, amely azt igazolná, hogy ezen kereskedelmi kommunikációk alkalmasak lettek volna a fogyasztók megtévesztésére (2009. októberi Hírlevél, 2009. novemberi Hírlevél, IVR –1430, televíziós reklámok).

## ***B) A kereskedelmi gyakorlat agresszív jellege***

44. Amint azt a Versenytanács előzőleg aláhúzta (lásd a 20. pontot), annak elbírálása során, hogy az adott kereskedelmi gyakorlat tisztességtelennek minősül-e, mindenekelőtt azt kell vizsgálni, hogy az adott magatartás szerepel-e a feketelistában. Ha igen, s a kereskedelmi gyakorlat megfelel az Fttv. mellékletében rögzített kritériumoknak, akkor a kereskedelmi gyakorlat minden további vizsgálat nélkül tisztességtelennek minősül.

45. A regisztrálást követően a fogyasztó a következő SMS-eket kapta az eljárás alá vonttól:

- megválaszolandó kérdések,
- a kvízkérdésektől függetlenül, időről időre ún. aktiváló és tájékoztató üzenetek, amelyek tájékoztatták a nyereményről és – legtöbb esetben – az aktuális pontszámáról,
- minden tájékoztató üzenet mellé újra elküldésre került az utolsó olyan kérdés is, amelyet a játékos nem válaszolt meg.

A játékban résztvevők akár tucatnyi (kvízkérdést tartalmazó és promóciós jellegű) SMS-t is kaphattak egy-egy válasz SMS között.

46. A Versenytanács megállapította, hogy az eljárás alá vont által a fogyasztó számára a regisztrálást követően a különböző SMS-ek megküldésével tanúsított magatartása kapcsán felmerül az Fttv. melléklete 26. pontjának alkalmazhatósága.

47. Az eljárás alá vont vizsgált magatartásának megítélése kapcsán szükségesnek mutatkozik az Fttv. melléklete 26. pontjának és a gazdasági reklámtevékenység alapvető feltételeiről és egyes korlátairól szóló 2008. évi XLVIII. törvény (a továbbiakban: Grt.) 6. §-ának az elhatárolása.

A Grt. 6. §-ának (1) bekezdése szerint ha külön törvény eltérően nem rendelkezik, reklám természetes személynek mint reklám címzettjének közvetlen megkeresése módszerével, így különösen elektronikus levelezés vagy azzal egyenértékű más egyéni kommunikációs eszköz útján – az ugyanezen cikk (4) bekezdésében meghatározott kivétellel - kizárólag akkor közölhető, ha ahhoz a reklám címzettje előzetesen egyértelműen és kifejezetten hozzájárult. A Grt. ezen rendelkezése azt kívánja biztosítani, hogy reklámot csak azok kapjanak közvetlen megkeresés módszerével, akik ehhez előzetesen kifejezetten hozzájárultak.

A Grt. rendelkezésére tekintettel megállapítható, hogy az Fttv. mellékletének 26. pontja nyilvánvalóan nem azt minősíti tisztességtelennek, amikor a vállalkozás hozzájárulás hiányában küld kereskedelmi kommunikációt a fogyasztó részére. Az Fttv.-nek az agresszív kereskedelmi gyakorlatokkal kapcsolatos rendelkezései, s így a melléklet 26. pontja esetében is az a célja, hogy a fogyasztónak a tájékozott döntés meghozatalára való képességének, az árukkal kapcsolatos választási szabadságának, illetve az árukkal kapcsolatos magatartásának korlátozására, torzítására alkalmas kereskedelmi gyakorlatokkal szembeni fellépést biztosítsa.

48. Az Fttv. 3. §-ának (4) bekezdése és az Fttv. mellékletének 26. pontja értelmében tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatnak minősül

- a telefonon, távmásolón (telefaxon), elektronikus levelezés, illetve azzal egyenértékű egyéni kommunikációs eszköz vagy más távközlő eszköz útján
- ismétlődően és
- nem kívánt módon
- a fogyasztó sürgetése,

- kivéve amennyiben ez a vállalkozás szerződéses kötelezettsége teljesítéséhez szükséges.

49. Az eljárás alá vont által a regisztrált fogyasztóknak a regisztrációt követően megküldött ún. aktiváló és tájékoztató üzeneteket tartalmazó SMS-ek esetében a fenti kritériumok közül kettő külön vizsgálat nélkül is megállapíthatóan megvalósult, hiszen az SMS-ek

- a törvény által megkívánt úton (az Fttv.-ben jelzett kommunikációs eszközök valamelyike által) jutottak el a fogyasztóhoz,
- az eljárás alá vont ismétlődően küldte meg azokat a fogyasztónak.

50. A többi feltétel teljesülésének vonatkozásában ugyanakkor nem mellőzhető annak figyelembe vétele, hogy a fogyasztó a regisztrációt megelőzően milyen úton értesült a játékról, s arról az adott kommunikációs eszköz révén milyen információkhoz jutott:

- a játékot az eljárás alá vont által megküldött SMS vagy MMS révén megismerő fogyasztók döntő többsége esetében az SMS mint kommunikációs csatorna minősült meghatározónak (lásd a 28. pontot), s alappal feltételezhetően ezen fogyasztók legalább jelentős, a játék kapcsán a játék eljárás alá vont által sugalmazott egyszerű jellegéből fakadóan szükségesnek nem mutató párhuzamos tájékozódást le nem folytató részéhez a regisztrációt jelentő SMS megküldése előtt semmilyen olyan információ nem jutott el, amely szerint a játék során további kérdéseket, valamint ún. aktiváló és tájékoztató üzeneteket tartalmazó SMS-eket fog kapni, így ebben az esetben nem lehet arról beszélni, hogy a fogyasztó játékban való részvételről hozott döntése akárcsak közvetetten is, de magában foglalta volna a további SMS-ek fogadásába történő beleegyezést,
- az SMS-ek meghatározó szerepére vonatkozó adatok arra is rámutatnak, hogy a fogyasztók nem végeztek részletekre kiterjedő tájékozódást a játék kapcsán, s így az A1-es kültéri plakáttal (lásd a 40. és 41. pontot) találkozó fogyasztók esetében is a fenti következtetésre lehet jutni,
- a játékkal az egyéb kereskedelmi kommunikációk révén találkozó fogyasztók előtt ismert lehetett, hogy a játék során további, megválaszolandó kérdéseket magukban foglaló SMS-ek érkezése várható.

*a) Az SMS vagy MMS, illetve A1-es kültéri plakát útján informált fogyasztók*

51. A játékba az eljárás alá vont által megküldött SMS vagy MMS, illetőleg az A1-es kültéri plakát útján kapott tájékoztatás alapján belépő fogyasztók esetében az eljárás alá vont által a regisztrációt követően megküldött, ún. aktiváló és tájékoztató üzeneteket, valamint kérdéseket tartalmazó SMS-ek célja egyértelműen a fogyasztó sürgetése annak érdekében, hogy további emelt díjas SMS-eket küldjön meg az eljárás alá vont részére.

52. A játékba az eljárás alá vont által megküldött SMS vagy MMS, illetőleg az A1-es kültéri plakát útján kapott tájékoztatás alapján belépő fogyasztók jelentős része előtt nem volt ismert, hogy további SMS-ek fognak érkezni az eljárás alá vonttól, s a játékba történő regisztrálást eredményező SMS megküldéséről való döntést nem is a további SMS-ek fogadásának tudatában született meg, amely azt eredményezte, hogy ebben a körben nem a fogyasztó által valamiképpen kívánt módon történő sürgetés valósult meg az eljárás alá vont részéről.

53. A fogyasztó regisztrálását követően ún. aktiváló és tájékoztató üzeneteket tartalmazó SMS-ek megküldése nem mutatkozott szükségesnek az eljárás alá vont szerződéses kötelezettségének teljesítéséhez. A játékszabályzat ugyan tartalmaz rendelkezést arra nézve, hogy a kvízzjátékba történő regisztrálással a játékos vállalja, hogy fogadja a mobiltelefonján a kérdéseket és a kvízzjátékkal kapcsolatos egyéb tájékoztató SMS-eket, mindazonáltal a játékszabályzat kifejezetten nem rögzíti, hogy az eljárás alá vont köteles lenne aktiváló és tájékoztató üzeneteket tartalmazó SMS-eket küldeni a játékosok részére.

54. A 48. pontban rögzített feltételek megvalósulására tekintettel a Versenytanács megállapította, hogy a 2009. október 2. és december 30. között megtartott „90 Golf, 90 nyertes” elnevezésű játékával kapcsolatban az eljárás alá vont a játékba az SMS vagy MMS, illetőleg az A1-es kültéri plakát útján kapott tájékoztatás alapján belépett fogyasztók vonatkozásában az ún. aktiváló és tájékoztató üzeneteket, valamint a kérdéseket tartalmazó SMS-ek megküldésével tanúsított kereskedelmi gyakorlatával [tekintettel az Fttv. 3. §-ának (4) bekezdésére és az Fttv. mellékletének 26. pontjára] megsértette az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdését.

A jogsértés súlyát csökkenti, hogy ha a fogyasztók az SMS-ek fogadását zavarónak értékelték és ennek nyomán további tájékozódást végeztek (pl. az internetes honlapon elhelyezett játékszabályzat elolvasásával), élhettek a „STOP” szó 1430 vagy 1727 számra történő megküldésének lehetőségével, nem mellőzve ugyanakkor azt sem, hogy a regisztrációt követő második hétfőn, egyetlen egy alkalommal kapott tájékoztatást SMS útján a játékos arról, hogy tudja lemondani a játékkal kapcsolatos tájékoztató üzeneteket. A Versenytanács megjegyzi továbbá, nem látja megalapozottnak eljárás alá vont azon előadását, hogy az adatok szerint a játékosoknak csak egy kis része élt a STOP parancs vagy az ügyfélszolgálati lemondás lehetőségével, s ha a kereskedelmi gyakorlat agresszív jellegű lett volna, akkor magasabb lett volna a lemondás lehetőségével élő fogyasztók aránya (lásd a Vj-3-037/2010. számú beadvány 18. oldalát). A lemondással élők alacsony aránya az agresszív kereskedelmi gyakorlat (eljárás alá vont szempontjából) sikeres voltára is rámutat, hiszen a fogyasztók jelentős részét a játékban való részvételre, az abban való maradásra ösztönözte.

#### *b) Egyéb kereskedelmi kommunikációk útján informált fogyasztók*

55. A játékba nem az eljárás alá vont által megküldött SMS vagy MMS, illetőleg az A1-es kültéri plakát útján kapott tájékoztatás alapján belépő fogyasztók esetében a kommunikációs eszközök célja szintén egyértelműen a fogyasztók sürgetése annak érdekében, hogy további emelt díjas SMS-eket küldjenek meg az eljárás alá vont részére.

56. Az ezen kereskedelmi kommunikációkkal érintett fogyasztói kör előtt ismert lehetett, hogy a játék során további, megválaszolandó kérdéseket magukban foglaló SMS-ek érkezése várható, s így a fogyasztó játékban való részvételről hozott döntése magában foglalta a további kérdéseket tartalmazó SMS-ek fogadásába történő beleegyezést. Ez a beleegyezés ugyanakkor nyilvánvalóan csak egy, a jóhiszeműség és tisztesség elve szerint folytatott, az ésszerűség korlátait túl nem lépő kereskedelmi gyakorlatra terjedt ki. Az eljárás alá vont által megvalósított kereskedelmi gyakorlat ugyanakkor még a további SMS-ek fogadásához legalább közvetetten beleegyezésüket adó fogyasztók esetében sem felelt meg ennek az elvárásnak, mivel az eljárás alá vont által az egyes fogyasztóknak megküldött SMS-ek mennyisége túllépte az ésszerűség határát.

A részleteiben is ismert teljes játékmenetek (lásd a 10. pontot) kapcsán kiemelendők az alábbiak:

- az egyik legalább 2 helyes választ küldő fogyasztó 2009. október 12-én regisztrált a játékba, majd ezt követően 2009. december 30-ig egy kérdésre sem válaszolt (az utolsó napon ugyanakkor 9 választ küldött meg 9x300 Ft ellenében), s a regisztrálást követően az első válaszadásig 20 SMS-t kapott az eljárás alá vonttól,
- egy másik legalább 2 helyes választ küldő fogyasztó szintén 2009. október 12-én regisztrált a játékba, s ezen a napon 9 választ küldött meg, majd a játék végéig egyetlen további kérdésre sem válaszolt, azonban ennek ellenére 43 SMS-t kapott,
- az egyik legalább 10 helyes választ küldő fogyasztó 2009. október 8-án regisztrált a játékba. Ezt követően 11 SMS-t kapott, majd 2009. október 18-án 12 kérdésre válaszolt. Ezután egyetlen újabb SMS-t sem küldött, a játék végéig azonban 43 SMS-t kapott az eljárás alá vonttól,
- az egyik kiemelkedően magas, de nem nyertes pontszámot elérő előfizető 2009. október 12-én regisztrált a játékba, s ezen a napon egy kérdésre válaszolt is, majd a következő kérdésre adott válaszát 2009. október 20-án küldte meg. Eközben 12 SMS-t kapott az eljárás alá vonttól. Miután 2009. október 20-án két kérdésre válaszolt, ezt ismételtén október 29-én tette meg, azzal, hogy addig 13 SMS érkezett az eljárás alá vonttól. Az utolsó választ 2009. október 30-án küldte meg, amelyet követően 2009. december 14-ig 52 SMS-t kapott az eljárás alá vonttól,
- az egyik kiemelkedően magas, de nem nyertes pontszámot elérő előfizető szintén 2009. október 12-én regisztrált a játékba, majd kisebb-nagyobb megszakításokkal válaszolt a megküldött kérdésekre. Az egyes megszakítások alatt rendszeresen számos (több esetben 10 vagy ennél is több) SMS-t kapott az eljárás alá vonttól.

57. A Versenytanács e körben is kiemeli (figyelemmel a 48. pontban felsorolt feltételekre), hogy a fogyasztó regisztrálását követően ún. aktiváló és tájékoztató üzeneteket tartalmazó SMS-ek megküldése nem mutatkozott szükségesnek az eljárás alá vont szerződéses kötelezettségének teljesítéséhez. A játékszabályzat ugyan tartalmaz rendelkezést arra nézve, hogy a kvízzjátékba történő regisztrálással a játékos vállalja, hogy fogadja a mobiltelefonján a kérdéseket és a kvízzjátékkal kapcsolatos egyéb tájékoztató SMS-eket, mindazonáltal a játékszabályzat kifejezetten nem rögzíti, hogy az eljárás alá vont köteles lenne aktiváló és tájékoztató üzeneteket tartalmazó SMS-eket küldeni a játékosok részére.

58. A 48. pontban rögzített feltételek megvalósulására tekintettel a Versenytanács megállapította, hogy a 2009. október 2. és december 30. között megtartott „90 Golf, 90 nyertes” elnevezésű játékkal kapcsolatban az eljárás alá vont a játékba bannerek és információs üzenetek (WAP-on), 2009. októberi Hírlevél, 2009. novemberi Hírlevél, Kisüzleti hírlevél (e-mail), Lakossági hírlevél különszám (e-mail), 2009. októberi e-mailben megküldött Lakossági hírlevél, IVR –1430, IVR – 1727, POS 59x59 cm-es és A1-es plakát, valamint deskwindow, szórólap (A5), televíziós reklámok, LED animáció és saját honlap útján kapott tájékoztatás alapján belépett fogyasztók vonatkozásában az ún. aktiváló és tájékoztató üzeneteket, valamint a kérdéseket tartalmazó SMS-ek megküldésével tanúsított kereskedelmi gyakorlatával [tekintettel az Fttv. 3. §-ának (4) bekezdésére és az Fttv. mellékletének 26. pontjára] megsértette az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdését.

59. A jogsértés súlyát ebben az esetben is csökkentti, hogy ha a fogyasztók az SMS-ek fogadását zavarónak értékelték és ennek nyomán további tájékozódást végeztek (pl. az internetes honlapon elhelyezett játékszabályzat elolvasásával), élhettek a „STOP” szó 1430 vagy 1727 számra történő megküldésének lehetőségével, nem mellőzve ugyanakkor azt sem, hogy a regisztrációt követő második hétfőn, egyetlen egy alkalommal kapott tájékoztatást

SMS útján a játékos arról, hogy tudja lemondani a játékkal kapcsolatos tájékoztató üzeneteket.

### **C) Összefoglaló**

60. Figyelemmel az előzőekben kifejtettekre a Versenytanács megállapította, hogy az eljárás alá vont a 2009. október 2. és december 30. között megtartott „90 Golf, 90 nyertes” elnevezésű játékával kapcsolatban a fentiekben kifejtettek szerint fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot tanúsított, megsértve [tekintettel az Fttv. 3. §-ának (3) bekezdésére és 6. §-a (1) bekezdésének b) pontjára, illetve az Fttv. 3. §-ának (4) bekezdésére és az Fttv. mellékletének 26. pontjára] az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdését.

61. Az Fttv. 9. §-a értelmében

- a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértéséért felel az a vállalkozás, amelynek a kereskedelmi gyakorlattal érintett áru értékesítése, eladásának ösztönzése közvetlenül érdekében áll, abban az esetben is, ha a kereskedelmi gyakorlatot szerződés alapján más személy valósítja meg a vállalkozás érdekében vagy javára,
- a kereskedelmi kommunikáció megjelenítési módjával összefüggő okból eredő jogsértésért a vállalkozással egyetemlegesen felel, aki
  - a kereskedelmi kommunikációt az arra alkalmas eszközök segítségével megismerhetővé teszi, vagy
  - önálló gazdasági tevékenysége körében a kereskedelmi kommunikációt megalkotja vagy
  - ezzel összefüggésben egyéb szolgáltatást nyújt,kivéve, ha a jogsértés a vállalkozás utasításának végrehajtásából ered.

A jelen eljárásban vizsgált kereskedelmi gyakorlat vonatkozásában megállapítást nyert a kereskedelmi gyakorlattal érintett áru értékesítésének, eladásának ösztönzésében közvetlenül érdekelt eljárás alá vont felelősségének fennállta. Ezen megállapítás megtételéhez nem volt szükséges az UPSTREAM Mobile Marketing Limited kereskedelmi gyakorlatban betöltött szerepének a további vizsgálata. Mindazonáltal a Versenytanács utal eljárás alá vont azon előadására, hogy a közöttük létrejött megállapodás értelmében az eljárás alá vont előadása szerint ugyan az UPSTREAM Mobile Marketing Limited volt köteles magyar anyanyelvű szövegrókat alkalmazni minden egyes SMS szöveg megírására, azonban azt maga az eljárás alá vont adta elő, hogy a szövegek nem kerülhettek be az SMS kiküldő rendszerbe anélkül, hogy azokat az eljárás alá vont alkalmazottai jóváhagyták volna, az eljárás alá vont minden üzenetet áttanulmányozott és véleményezett, illetve javított, ahol szükségesnek érezte, s ugyanez a folyamat működött a behívó üzenetek, a hírlevél üzenetek, a kiküldésre került kvízkérdések és a játékosok által beküldött válaszokra adott értesítő SMS-ek esetében is.

62. A jogsértés Tpv. 77. §-a (1) bekezdésének d) pontja alapján történő megállapítása mellett a Versenytanács bírságot szabott ki az eljárás alá vonttal szemben a Tpv. 78. §-ának (1) bekezdése alapján, a bírság összegét a Tpv. 78. §-ának (3) bekezdésének megfelelően meghatározva.

A Versenytanács súlyosító körülményként értékelte, hogy

- az eljárás alá vonttal szemben korábban már több alkalommal került megállapításra, hogy a fogyasztók megtévesztésére alkalmas magatartást tanúsított (lásd a 4. pontot),
- az eljárás alá vont kereskedelmi gyakorlata a fogyasztók igen széles körét érte el (lásd a Vj-3-006/2010. és a Vj-3-011/2010. számú adatszolgáltatást),

- a kereskedelmi gyakorlat részben olyan fogyasztói kör vonatkozásában valósult meg, amely játékszenvedélytől fűtött, illetve a játékok iránt az átlagosnál nagyobb érdeklődést mutat, döntéseiben ezáltal befolyásoltnak, s az átlagosnál kiszolgáltatottabbnak minősül,
- a jogsértő kereskedelmi gyakorlat mintegy három hónapig (90 napig) fejtette ki közvetlen hatását, azzal, hogy a kereskedelmi gyakorlat ezen az időszakon túl is hatást fejt ki, hiszen amint azt az ún. brief (lásd a határozat 13. pontját) rögzíti, a játék célja volt a T-Mobile márka erősítése,
- az eljárás alá vont magatartása felróható volt, nem érte el az adott helyzetben általában elvárható magatartási mércét, nem felelt meg a társadalom értékítéletének.

A Versenytanács a kereskedelmi gyakorlat megtévesztésre való alkalmassága kapcsán enyhítő körülményként értékelte, hogy

- az eljárás alá vont egyes kommunikációs eszközein teljes körű információt adott a fogyasztók számára, amelynek súlyát ugyanakkor csökkentti, hogy nem tartoznak e körbe az eljárás alá vont által a fogyasztóknak megküldött SMS-ek, amelyeknek az eljárás alá vont által ismertett adatok szerint meghatározó szerepük volt a kereskedelmi gyakorlatban (a játékba bekapcsolódott fogyasztók döntő többsége az SMS csatornán keresztül értesült a játékról),
- az eljárás alá vont 2009 novemberében módosított az SMS üzenetek tartalmán.

A Versenytanács nem tudta enyhítő körülményként figyelembe venni az eljárás alá vont azon (az előzőekben nem érintett) előadását, hogy

- a fogyasztóknak minden esetben lehetőségük volt arra, hogy teljes körű információkhoz jussanak a részletes játékszabályokkal kapcsolatban, mivel a Versenytanács álláspontja szerint a jelen, alapvetően az azonnali cselekvésre ösztönző SMS-eknek kitüntetett szerepet tulajdonító esetben ez a körülmény nem változtat a jogsértés súlyán,
- a fogyasztó számára végső döntésének meghozatalát, a szerződés megkötését megelőzően minden esetben ismertek voltak a játékkal kapcsolatos szerződési feltételek, mivel a Versenytanács szerint a fogyasztók értékelése alapján nem mutatkozott szükségesnek a további tájékozódás a játékkal összefüggésben, amint azt a kizárólag regisztrációs SMS-t megküldő fogyasztók igen magas aránya igazolja,
- nem vitatja a Versenytanács előzetes álláspontjának az azokra adott észrevételekben kifejtett ellenérvek által nem érintett részeit, mivel ez a Versenytanács előzetes álláspontjának megismerését követően tett elismerés az eljárás alá vont által a tárgyaláson tett nyilatkozat (Vj-3-039/2010.) szerint csak azon körre vonatkozik, amely kapcsán a Versenytanács egyébként sem tervezte a jogsértés megállapítását,
- a jogsértés által érintett fogyasztói kör aránya és ezáltal az általuk az eljárás alá vont számára generált bevétel nem jelentős, mivel a Versenytanács a rendelkezésére álló adatok alapján ezzel ellentétes meggyőződésre jutott,
- a feltételezett jogsértés az eljárás alá vont piaci tevékenységének nem meghatározó eleme, mivel az ezen tevékenységből származó bevétel nagysága súlytalanná teszi ezen érvelést,
- a feltételezett jogsértés időtartama rövid, mivel a több hónapig tartó időtartam nem tekinthető rövidnek,



- ilyen jellegű játékot első alkalommal szervezett,  
mivel ez az eljárás alá vont által is ismert körülmény fokozott gondosságot követelt volna meg, amelyet az eljárás alá vont a kereskedelmi gyakorlat tanúsítása során figyelmen kívül hagyott,
- a versenyfelügyeleti eljárás során végig együttműködő magatartást tanúsított, az információkat időben, megfelelően szolgáltatva,  
mivel az eljárás alá vont adatszolgáltatása nem tekinthető a jogkövető magatartást előíró törvényi kötelezettségen túlmutató mértékű olyan enyhítő körülménynek, amely önmagában enyhébb szankció kiszabását vonná maga után. Enyhítő hatásának az eljárás alá vont olyan mértékű közreműködése minősülhetett volna, amely a jogsértés felderítésének eredményességét szolgálta volna,
- a leginkább tájékozott játékosok generálták a bevétel döntő részét, így azok esetében különösen nem áll fenn a megtévesztés és az agresszív kereskedelmi gyakorlat veszélye,  
mivel ezen előadás nem nyert igazolást (lásd a határozat 24. pontját),
- a játék során figyelembe vette a Versenytanács Vj-154/2009/56. számú határozatának 38. pontjában foglaltakat,  
mivel ez a határozat a jelen eljárásban vizsgált kereskedelmi gyakorlat tanúsítása után került meghozatalra, így azt az eljárás alá vont ténylegesen nem vehette figyelembe. Megjegyzendő, az eljárás alá vont pontatlanul hivatkozott a Versenytanács határozatára, mivel az (ellentétben eljárás alá vont előadásával) éppen azt rögzítette, hogy a Versenytanács nem tudta figyelembe venni a vállalkozásnak azon, a bírság körében tett előadásait, hogy a vizsgált magatartás megítélése során olyan fogyasztók döntését kell figyelembe venni, akik ésszerűen tájékozottak, így a műsor hivatkozott hangulati elemei döntéseiket nem befolyásolják vagy korlátozzák.

A Versenytanács a jelen esetben a bírság mértékének meghatározása kapcsán nem tartotta relevánsnak a jogsértő kommunikációs eszközök alkalmazása kapcsán felmerült ismert költségeket, mivel azok – az elsődlegesen alkalmazott kommunikációs csatorna jellegéből adódóan – nem adtak reális képet a jogsértés súlyáról. A figyelembe vett körülmények mérlegelése során a Versenytanács a „90 Golf, 90 nyertes” elnevezésű játék révén elért bevételre volt tekintettel (lásd a Vj-3-006/2010. számú adatszolgáltatás 8. pontját), s a bírság összegét – szem előtt tartva a szankcionálás preventív célját is – 200.000.000 Ft-ban határozta meg.

A Versenytanács a kereskedelmi gyakorlat megtévesztő és agresszív (az Fttv. mellékletének 26. pontját megvalósító) elemeit egyösszegű bírságban szankcionálta, azzal, hogy a bírság összegének nagyobb része a megtévesztő jelleg miatt került kiszabásra, mert a megtévesztéshez képest kisebb súlyú jogsértésnek ítélte a Versenytanács a határozat 54. és 58. pontja szerinti jogsértést. Az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdésébe az Fttv. mellékletének 26. pontja révén ütköző jogsértés súlyát a bírság összegére kihatóan csökkentette, hogy ha a fogyasztók az SMS-ek fogadását zavarónak értékelték és ennek nyomán további tájékozódást végeztek, élhettek a „STOP” szó 1430 vagy 1727 számra történő megküldésének lehetőségével, azzal, hogy

- a fogyasztó SMS útján csak a regisztrációt követő második hétfőn, egyetlen egy alkalommal kapott tájékoztatást arról, hogy miként tudja lemondani a játékkal kapcsolatos tájékoztató üzeneteket,
- miközben a fogyasztókat SMS-ben arról tájékoztatta az eljárás alá vont, hogy ha nem akarnak több SMS-t kapni, akkor küldjék meg a STOP szót, ugyanakkor az egyik, legalább 10 helyes választ megküldő fogyasztó (lásd a határozat 10. pontját) 2009. október 11-én megküldte a STOP szót, amelyre ezen a napon ugyan azt a választ

kapta, hogy „nem fogsz több üzenetet kapni a T-Mobile kvízzjátékáról! Hogy visszakerülj a játékba, válaszolj az utolsó kérdésre, amit kaptál vagy küldd az SMS szót a 1727-re!”, azonban ezt követően, 2009. október 19-én az eljárás alá vont újabb SMS-t küldött a fogyasztónak: „A [www.t-mobile.hu](http://www.t-mobile.hu) oldalon megnézheted a 90 Golf, 90 nyertes kvízzjáték eddigi nyerteseit. Egy SMS a Stop szóval a 1727-re és nem kapsz több hírlevél SMS-t.”

63. A bírságot a határozat kézhezvételétől számított harminc napon belül kell megfizetni, függetlenül attól, hogy a határozattal szemben keresetet terjesztenek-e elő. A közigazgatási hatósági eljárás és szolgáltatás általános szabályairól szóló 2004. évi CXL. törvény (a továbbiakban: Ket.) 110. §-a (1) bekezdésének a) pontja szerint a keresetlevél benyújtásának a döntés végrehajtására nincs halasztó hatálya, az ügyfél azonban a keresetlevélben a döntés végrehajtásának felfüggesztését kérheti. A végrehajtást a kérelem elbírálásáig a Versenytanács nem foganatosíthatja.

A Ket. 138. §-ának (1) bekezdése szerint a pénzfizetési kötelezettségének határidőre eleget nem tevő késedelmi pótlékot köteles fizetni. A (3) bekezdés szerint a késedelmi pótlék mértéke minden naptári nap után a felszámítás időpontjában érvényes jegybanki alapkamat kétszeresének 365-öd része. Ennek ellentételezéseként a Tpv. 83. §-ának (5) bekezdése úgy rendelkezik, hogy ha az eljáró versenytanács határozata jogszabályt sértett és ennek következtében az ügyfélnek igénye keletkezik a bírság visszatérítésére, a visszatérítendő összeg után a mindenkori jegybanki alapkamat kétszeres összegének megfelelő kamatot is meg kell téríteni.

A bírságnak a Gazdasági Versenyhivatal 10032000-01037557-00000000 számú bírságbevételei számlájának javára történő befizetéskor a közlemény rovatban feltüntetendő

- az eljárás alá vont neve,
- a versenyfelügyeleti eljárás száma,
- a befizetés jogcíme (bírság).

64. A Versenytanács megjegyzi, eljárás alá vont kereskedelmi gyakorlatának Fttv. szerinti értékelése körében nem bír jelentőséggel az eljárás alá vont és az UPSTREAM Mobile Marketing Limited közötti megállapodás azon rendelkezése, mely szerint a felek 12 hónapon belül egyetemlegesen felelnek a játékból származó minden és bármely bírságért, kárért, illetve hatóságok (pl. Gazdasági Versenyhivatal) előtti eljárásokért.

## **VI. Egyéb kérdések**

65. Az Fttv. 10. §-ának (3) bekezdése alapján a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértése miatt a Gazdasági Versenyhivatal jár el, ha a kereskedelmi gyakorlat a gazdasági verseny érdemi befolyásolására alkalmas. A 11. § (1) bekezdése értelmében a 10. § alkalmazásában a gazdasági verseny érdemi érintettségének megállapításánál - a jogsértéssel érintett piac sajátosságainak figyelembevételével - a következő szempontok irányadóak: a) az alkalmazott kereskedelmi gyakorlat kiterjedtsége, figyelemmel különösen a kommunikáció eszközének jellegére, a jogsértéssel érintett földrajzi terület nagyságára, a jogsértéssel érintett üzletek számára, a jogsértés időtartamára vagy a jogsértéssel érintett áru mennyiségére, vagy b) a jogsértésért felelős vállalkozás mérete a nettó árbevétel nagysága alapján. A 11. § (2) bekezdése szerint a gazdasági verseny érdemi érintettsége minden egyéb körülményre tekintet nélkül fennáll, ha a) a kereskedelmi gyakorlat országos műsorszolgáltatást végző

műsorszolgáltatón keresztül valósul meg, b) a kereskedelmi gyakorlat országos terjesztésű időszakos lap vagy legalább három megyében terjesztett napilap útján valósul meg, c) a fogyasztók közvetlen megkeresésének módszerével végzett kereskedelmi gyakorlat legalább három megye fogyasztói felé irányul, vagy d) az áru eladásának helyén alkalmazott eladásösztönző kereskedelmi gyakorlat legalább három megyében megszervezésre kerül.

A Versenytanács megállapította a Gazdasági Versenyhivatal hatáskörének jelen ügybeni fennálltát. Az eljárás alá vont által tanúsított kereskedelmi gyakorlat alkalmas volt a gazdasági verseny érdemi befolyásolására, tekintettel arra, hogy

- a kereskedelmi gyakorlat (a vizsgált televíziós reklám esetében) részben országos műsorszolgáltatást végző műsorszolgáltatón keresztül valósult meg,
- a kereskedelmi gyakorlat kapcsán alkalmazott kommunikációs eszközök a fogyasztók széles körét érték el,
- a jogsértéssel érintett terület az ország egész területe,
- a jogsértés közel több hónapot ölelt fel,
- a nettó árbevétel alapján az eljárás alá vont az Fttv. alkalmazása körében jelentős méretű vállalkozásnak minősül.

66. A határozat elleni jogorvoslati jogot a Tpv. 83. §-ának (1) bekezdése biztosítja.

Budapest, 2010. október 20.

dr. Zavodnyik József sk.  
előadó versenytanácsstag

Váczai Nóra sk.  
versenytanácsstag

dr. Miskolczi Bodnár Péter sk.  
versenytanácsstag

**Az eljárás alá vont által a „90 Golf, 90 nyertes” elnevezésű játékkal kapcsolatban alkalmazott, ismert kereskedelmi kommunikációk**

*I. SMS*

Az eljárás alá vont a játék ideje alatt SMS-eket küldött a fogyasztóknak, egyebek között az alábbi tartalommal:

- 90 VW Golfot ad a T-Mobile 90 nyertesnek! Te lehetsz az egyik! Csak küldd a GOLF szót a 1727-re, hogy részt vehess a kvízzjátékban! (300Ft/SMS) [www.90golf.hu](http://www.90golf.hu)
- Ünnepelj a T-Mobile-lal! Küldd a GOLF szót a 1727-re és mindennap nyerhetsz 1 VW Golfot 90 napon át! Szállj be most a kvízzjátékba! (300Ft/SMS) [www.90golf.hu](http://www.90golf.hu)
- Kizárólag T-Mobile ügyfeleknek: nyerj naponta 1 Golfot 90 napon át! Küldd a GOLF szót a 1727-re, hogy elkezdhesd a kvízzjátékot! (300Ft/SMS) [www.90golf.hu](http://www.90golf.hu)
- Van programod ma estére? Mi lenne, ha nyernél 1 VW Golfot a T-Mobile-tól? Küldd a GOLF szót a 1727-re és szállj be a kvízzjátékba! (300Ft/SMS) [www.90golf.hu](http://www.90golf.hu)
- Nyerj egy VW Golfot a T-Mobile-tól! Hogyan? Csak küldd a GOLF szót a 1727-re, hogy részt vehess a kvízzjátékban! (300Ft/SMS) [www.90golf.hu](http://www.90golf.hu) T-Mobile
- Ma könnyen nyerhetsz egy VW Golfot a T-Mobile-lal! Csak küldd a GOLF szót a 1727-re, hogy részt vehess a kvízzjátékban! (300Ft/SMS) [www.90golf.hu](http://www.90golf.hu)
- Már ma este nyerhetsz egy VW Golfot a T-Mobile-tól! Csak küldd a GOLF szót a 1727-re, hogy részt vehess a kvízzjátékban! (300Ft/SMS) [www.90golf.hu](http://www.90golf.hu)
- Meglepetés! Küldd most a GOLF szót a 1727-re, és órakon belül nyerhetsz egy VW Golfot a T-Mobile-tól! Vegyél részt a kvízzjátékban! [www.t-mobile.hu](http://www.t-mobile.hu) (300Ft/SMS)
- Meglepetés! Küldd most a GOLF szót a 1727-re, és pár órán belül nyerhetsz egy VW Golfot a T-Mobile-tól! Csatlakozz a játékhoz! [www.t-mobile.hu](http://www.t-mobile.hu) (300Ft/SMS)
- A T-Mobile ünnepel, és átad napi 1 VW Golfot 90 napon át! Küldd a GOLF szót a 1727-re, és ma nyerhetsz! Játssz a kvízzjátékban! [www.t-mobile.hu](http://www.t-mobile.hu) (300Ft/SMS)
- Csak T-Mobile ügyfeleknek: nyerj naponta 1 VW Golfot 90 napon át! Küldd most a GOLF szót a 1727-re, hogy elkezdhesd a kvízzjátékot! [www.t-mobile.hu](http://www.t-mobile.hu) (300Ft/SMS)
- Meglepetés kizárólag T-Mobile ügyfeleknek: küldd a GOLF szót a 1727-re és nyerj 1 VW Golfot órakon belül! Kezdd el a kvízzjátékot! [www.t-mobile.hu](http://www.t-mobile.hu) (300Ft/SMS)
- Játsoztál már a T-Mobile mai VW Golfjáért? Küldj egy üres SMS-t a 1727-re és pár óra múlva nyerhetsz! Játssz a kvízzjátékban! [www.t-mobile.hu](http://www.t-mobile.hu) (300Ft/SMS)
- Fontos hír: pár óra múlva nyerhetsz 1 VW Golfot a T-Mobile-tól! Csak küldj most 1 üres SMS-t a 1727-re, hogy beszállj a kvízzjátékba! [www.t-mobile.hu](http://www.t-mobile.hu) (300Ft/SMS)
- Képzeld el, hogy 1 új VW Golfot vezetsz... Ma megvalósíthatod a T-Mobile-lal! Küldj egy üres SMS-t a 1727-re! Játssz a kvízzjátékban! [www.t-mobile.hu](http://www.t-mobile.hu) (300Ft/SMS)
- Sürgös! Utolsó felhívás a T-Mobile mai VW Golfjára! Te nyerhetsz! Csak küldj 1 üres SMS-t a 1727-re! Vegyél részt a kvízzjátékban! [www.t-mobile.hu](http://www.t-mobile.hu) (300Ft/SMS)
- Figyelem! Pár óra maradt és a T-Mobile mai VW Golfja megérkezik! És még nem szálltál be a kvízzjátékba? Küldj 1 üres SMS-t a 1727-re! [www.t-mobile.hu](http://www.t-mobile.hu) (300Ft/SMS)
- Pillants az órádra! Pár óra maradt és begördül a T-Mobile mai VW Golfja! Küldj 1 üres SMS-t a 1727-re most! Játssz a kvízzjátékban! [www.t-mobile.hu](http://www.t-mobile.hu) (300Ft/SMS)
- Sürgös! Ez a végső visszszámolás a T-Mobile mai VW Golfjáig! Most vagy soha: küldj 1 üres SMS-t a 1727-re! Játssz a kvízzjátékban! [www.t-mobile.hu](http://www.t-mobile.hu) (300Ft/SMS)
- Van hely a garázsodban? A T-Mobile 1 VW Golfja hamarosan beállhat! Küldj most 1 üres SMS-t a 1727-re és vegyél részt a kvízzjátékban! [www.t-mobile.hu](http://www.t-mobile.hu) (300Ft/SMS)
- Remek! Csak küldj 1 üres SMS-t a 1727-re, hogy játszhas a T-Mobile 1 VW Golfjáért! Akár ma nyerhetsz! Vegyél részt a kvízzjátékban! [www.t-mobile.hu](http://www.t-mobile.hu) (300Ft/SMS)
- SOS! A T-Mobile 1 VW Golfja éjfélkor a nyertesére vár! Te lehetsz az! Küldj egy üres SMS-t a 1727-re és vegyél részt a kvízzjátékban! [www.t-mobile.hu](http://www.t-mobile.hu) (300Ft/SMS)
- Hihetetlen! A T-Mobile 52 VW Golfja nyertesére vár! Ma megnyerheted a Tiédet! Küldd a GOLF szót a 1727-re, szállj be a kvízzjátékba! [www.t-mobile.hu](http://www.t-mobile.hu) (300Ft/SMS)
- Kérsz 1 tippet? Te lehetsz a T-Mobile VW Golfjának tulajdonosa pár óra múlva! Küldd a GOLF szót a

- 1727-re és játssz a kvízzjátékban! [www.t-mobile.hu](http://www.t-mobile.hu) (300Ft/SMS)
- Nyerj 1 új VW Golfot a T-Mobile-tól! 52 Golf van még! Szerezz Te ma egyet! Küldj 1 üres SMS-t a 1727-re, szállj be a kvízzjátékba! [www.t-mobile.hu](http://www.t-mobile.hu) (300Ft/SMS)
- Küldj 1 üres SMS-t a 1727-re és akár ma megnyerheted a T-Mobile 1 VW Golfját! Csak 52 maradt! Siess! Csatlakozz a kvízzjátékhoz! [www.t-mobile.hu](http://www.t-mobile.hu) (300Ft/SMS)
- Sürgős! Csak 52 T-Mobile VW Golf maradt! Te is nyerhetsz egyet! Küldj most 1 üres SMS-t a 1727-re és vegyél részt a kvízzjátékban! [www.t-mobile.hu](http://www.t-mobile.hu) (300Ft/SMS)
- Fontos hír: még mindig megnyerhetsz 1 VW Golfot a T-Mobile-tól! Csak küldj 1 üres SMS-t a 1727-re, és szállj be a kvízzjátékba! [www.t-mobile.hu](http://www.t-mobile.hu) (300Ft/SMS)
- Meglepetés! Küldj mihamarabb 1 üres SMS-t a 1727-re, és 1 VW Golfot nyerhetsz a T-Mobile-tól! Játssz a kvízzjátékban! [www.t-mobile.hu](http://www.t-mobile.hu) (300Ft/SMS)

## 2. MMS

A fogyasztóknak megküldött MMS üzenet az autó képe mellett a következőt tartalmazta:

Nyerd meg te a mai Golfot!  
Küldd a Golf szót a 1727-re!

A képi üzenet mellett a fogyasztó az alábbi tartalmú SMS-t olvashatta:

Meglepetés! Küldj most egy üres SMS-t a 1727-re, és órákon belül nyerhetsz 1 VW Golfot a T-Mobile-tól! Vegyél részt a kvízzjátékban! A kép csak illusztráció. [www.t-mobile.hu](http://www.t-mobile.hu) (300 Ft/SMS)

## 3. Bannerek és információs üzenetek WAP-on

Az eljárás alá vont kétféle bannert alkalmazott a WAP-on:

Csak T-Mobile ügyfeleknek! Küldje a GOLF szót a 1727-re és lépjen be a kvízzjátékba! Órákon belül nyerhet 1 VW Golfot! [www.t-mobile.hu](http://www.t-mobile.hu) (300Ft/SMS)//t-zones

A T-Mobile ünnepel: felajánl napi 1 VW Golfot 90 napon át! Küldje a GOLF szót a 1727-re, induljon a kvízzjátékon! [www.t-mobile.hu](http://www.t-mobile.hu) (300Ft/SMS) //t-zones

A bannereken továbblépve a fogyasztók egyebek között az alábbiakat tartalmazó információs üzenetekkel találkozhattak:

90 Golf, 90 nyertes

Vegyél részt a T-Mobile 90 Golf, 90 nyertes nevű SMS-kvízzjátékában, és nyerd meg a 90 Volkswagen Golf egyikét!

Küldd a GOLF szót a 1727-re és lépj be a kvízzjátékba!

Az elküldött SMS-ek díja bruttó 300 Ft.

A játékban 2009.október 2. és december 30. között mindennap gazdára talál egy Volkswagen Golf!

A játék további, teljes körű és részletes feltételei a [www.90golf.hu](http://www.90golf.hu) oldalon, a T-Pontokban, és üzleteinkben érhetők el. A T-Mobile magyarországi hálózatából díjmentesen hívható információs vonal: 1727

A 1727-re küldött első SMS-ed után feleletválasztós kérdéseket küldünk Neked, amelyekre a helyes válasz sorszámát (1, 2 vagy 3) elküldve válaszolhatsz (kivéve, ha a kérdés más válasz küldését kéri). Mindennap a legtöbb pontot összegyűjtő játékos nyeri a vadonatúj Volkswagen Golf gépkocsit.

Fontos tudnod! ha valamelyik napon legalább egy kérdésre válaszolsz, nem csak az aznapi, hanem az összes addig gyűjtött pontoddal részt veszel a versenyben. Minél több van, annál nagyobb eséllyel indulsz a nyereményekért!

A válasz SMSek díja bruttó 300 Ft (a fogadott SMS-ekért nem kell fizetned).

A játék további, teljes körű és részletes feltételei a [www.90golf.hu](http://www.90golf.hu) oldalon, a T-Pontokban, és üzleteinkben érhetők el. A T-Mobile magyarországi hálózatából díjmentesen hívható információs vonal: 1727

#### *4. 2009. októberi Hírlevél*

Az eljárás alá vont Hírlevél című kiadványának 2009. októberi száma a játékról az alábbiakat közölte:

90 Golf, 90 nyertes!

Szállj be te is a T-Mobile kvízzjátékába és nyerd meg a 90 Volkswagen Golf egyikét!

Ha T-Mobile-os vagy, a játékba kerüléshez küldd a GOLF szót SMS-ben a 1727-es számra. Az SMS díja bruttó 300 Ft.

2009. október 2-től december 30-ig tartó játékunkban minden nap nyertest avatunk a játékosok közül. Ha jól játszol, Te lehetsz a 90 nyertes egyike.

Nyerd meg saját Golfod még ma!

További információkért és a részletes feltételekért látogass el a [www.90golf.hu](http://www.90golf.hu) weboldalra, vagy hívd a T-Mobile magyarországi hálózatából díjmentesen hívható 1727-es számot.

#### *5. 2009. novemberi Hírlevél*

Az eljárás alá vont Hírlevél című kiadványának 2009. októberi száma a játékról az alábbiakat közölte:

Még van lehetőség, hogy megnyerd a Golfok egyikét!

A T-Mobile 90 napos kvízzjátékában 90 Volkswagen Golf talál gazdára. December 30-áig még van esélyed, hogy az egyik a tiéd legyen! Játssz velünk, válaszolj helyesen kérdéseinkre! Akár most azonnal! Regisztrálj, küldd a GOLF szót a 1727-re, és indulhat a játék! Az elküldött SMS-ek díja bruttó 300 Ft.

További információkért és a részletes feltételekért látogass el a [www.90golf.hu](http://www.90golf.hu) weboldalra vagy hívd a T-Mobile magyarországi hálózatából díjmentesen hívható információs számot: 1727

#### *6. Kisüzleti hírlevél (e-mail)*

***Az e-mailben megküldött ún. Kisüzleti Hírlevélben az eljárás alá vont a játék kapcsán közölte,***

90 Golf, 90 nyertes

kvízzjáték

90 nap alatt nyerd meg a 90 Golf egyikét!

A játékban minden nap gazdára talál egy Volkswagen Golf!

Nyerj egy Golfot!

Az e-mail lehetőséget adott a „Részletek” történő kattintásra.

#### *7. Lakossági hírlevél különszám (e-mail)*

***Az eljárás alá vont az e-mailben megküldött lakossági hírlevél különszámában a játék kapcsán közölte,***

90 Golf, 90 nyertes

Küldd a VW szót SMS-ben a 1727-re és vegyél részt a T-Mobile kvízzjátékában!

Egy SMS ára 300 Ft.

90 nap alatt nyerd meg a 90 Volkswagen Golf egyikét!

Apró betűvel:

A játék 2009. október 2-tól 2009. december 30-ig vagy visszavonásig tart. Minden nap a legtöbb pontot összegyűjtő játékos nyer. A játék további, teljes körű, és részletes feltételei a [www.t-mobile.hu](http://www.t-mobile.hu) oldalon a T-Pontokban és üzleteinkben érhetők el. A T-Mobile magyarországi hálózatából díjmentesen hívható információs vonal: 1727

Az e-mail lehetőséget adott „Hogyan vehetsz részt? SMS-ben játszhatsz, válaszolj helyesen kérdéseinkre! Játékleírás” és „Mit nyerhetsz? Mindennap nyerhetsz egy vadonatúj Volkswagen Golfot. Nyeremények” szövegre történő kattintásra.

#### *8. 2009. októberi e-mailben megküldött Lakossági hírlevél*

A fogyasztóknak e-mailben megküldött 2009. októberi e-mailben megküldött Lakossági hírlevél a játék kapcsán az alábbiakat közölte:

90 Golf, 90 nyertes  
kvízzjáték  
90 nap alatt nyerd meg a 90 Golf egyikét!  
A játékban minden nap gazdára talál egy Volkswagen Golf!  
Nyerj egy Golfot!

Apró betűvel:

A 90 Golf, 90 nyertes kvízzjáték 2009. október 2-ától 2009. december 30-áig tart, kizárólag a T-Mobile saját ügyfeleinek. A nyereményekről, a játékleírásról és a részletes játékszabályról további információk a kvízzjáték weboldalán található.

Az e-mail lehetőséget adott a „Részletek” történő kattintásra.

#### *9. IVR –1430*

A 1430 telefonszámon elérhető ún. IVR a játék kapcsán a következőket közölte:

A „90 Golf, 90 nyertes” című játékra, és egyéb akcióinkra vonatkozó információért nyomja meg a 7-es gombot!  
2009. október 2-tól 2009. december 30-ig a T-Mobile napi 1 Golfot ad át ügyfeleinek 90 napon át! Ön lehet a 90 nyertes egyike! Nyerje meg ma a Golfját a T-Mobile-tól: csak küldje most a JÁTÉK szót a 1727-re, hogy részt vehessen az SMS-kvízzjátékban! Az SMS díja bruttó 300 Ft. További információért látogassa meg a [www.t-mobile.hu](http://www.t-mobile.hu) weboldalt vagy hívja ingyenesen a 1727-et!

#### *10. IVR – 1727*

A 1727 telefonszámon elérhető ún. IVR a játék kapcsán a következőket közölte:

1. Üdvözlünk a T-Mobile “90 Golf, 90 nyertes” játékának információs vonalán! 2009. Október 2. és December 30. között a T-Mobile minden nap meglep valakit egy új VW Golfal!  
Hogy részt vehess a játékban és megnyerhesd a 90 VW Golf egyikét, küldd a JÁTÉK szót SMS-ben a 1727-re, amivel azonnal nyersz 10 pontot. Válaszolj helyesen az SMS-ben kapott kérdésekre, hogy még több pontot gyűjthess. Minden nap a legtöbb pontot szerző játékos nyeri a nap autóját.  
Az elküldött SMS-ek díja bruttó 300 Ft/SMS.



2. Telefonod nyomógombjai segítségével válassz az alábbi lehetőségek közül:  
részvételi információk: 1-es gomb  
nyeremények és nyertesek: 2-es gomb  
részvételi feltételek: 3-as gomb  
válaszok a Gyakran Ismételt Kérdésekre: 4-es gomb  
menü ismételt meghallgatása: 9-es gomb

3. A "90 Golf, 90 nyertes" játékban akár 90 napon keresztül részt vehetsz, hogy megnyerd a 90 Volkswagen Golf egyikét! A verseny során kérdésekre kell helyes választ küldened a pontok megszerzéséért. A játékban minden 18 éven felüli T-Mobile ügyfél részt vehet, akár számlás, akár feltöltő kártyás előfizetéssel rendelkezik.

A „90 Golf, 90 nyertes” játékra való regisztrációhoz küldd el a JÁTÉK szót SMS-ben a 1727-es számra, ezzel máris hozzájutsz az első pontjaidhoz. Az SMS díja bruttó 300 Ft/SMS.

Miután az első SMS-ed elküldted a 1727-es számra, kérdéseket fogunk küldeni neked. A válaszod kizárólag 1-es, 2-es vagy 3-as lehet, annak megfelelően, hogy hányadik sorszámú megoldást tartod helyesnek, illetve amennyiben az üzenet ettől eltérő instrukciót nem tartalmaz a válaszzal kapcsolatban. A helyes válaszokkal pontokat gyűjtesz.

A pontjaid halmozódnak a játék teljes időtartama alatt. A napi nyereményért mindössze egyetlen kérdésre kell helyesen válaszolnod, hogy játékba hozd a korábban, más versenynapokon megszerzett pontjaidat!

Mire vársz még? Minél több pontot gyűjtesz, annál nagyobb az esélyed a győzelemre!

További információért, látogasd meg a játék weboldalát a [www.90golf.hu](http://www.90golf.hu) címen.

Nyomd meg a "8-as gombot" a szöveg újrarahallgatásához.

Nyomd meg a "0-s gombot" az előző menübe való visszalépéshez.

4. A "90 Golf 90 nyertes" játékban 90 napon keresztül minden nap új Volkswagen Golf talál gazdára!

2009. Október 2. és December 30. között a T-Mobile minden nap egy új Volkswagen Golfal ajándékozza meg a napot legtöbb ponttal záró játékost. Vagyis minél több pontot gyűjtesz, annál nagyobb az esélyed, hogy másnap téged hívjunk fel nyertesként!

Küldd a JÁTÉK szót SMS-ben a 1727-re, hogy versenybe szállj az autóért. Az SMS díja bruttó 300 Ft.

A nyerteseket a T-Mobile telefonon keresi fel a nyeremény átvételével kapcsolatos tudnivalókkal.

További információért, látogass el a [www.90golf.hu](http://www.90golf.hu) oldalra.

Nyomd meg a "8-as gombot" a szöveg újrarahallgatásához.

Nyomd meg a "0-s gombot" az előző menübe való visszalépéshez.

5. A "90 Golf, 90 nyertes" játékban kizárólag a T-Mobile ügyfelei vehetnek részt, 2009. október 2-től december 30-ig, 90 napon keresztül. A T-Mobile minden 18. életévét betöltött előfizetője részt vehet a játékban. Regisztrációhoz küldd a JÁTÉK szót SMS-ben a 1727 számra, ezzel máris hozzájutsz az első pontjaidhoz.

A 1727 telefonszámra küldött minden SMS ára bruttó 300 Ft.

A részvételi feltételek a játék weboldalán, a [www.90golf.hu](http://www.90golf.hu) címen olvashatók.

Nyomd meg a "8-as gombot" a szöveg újrarahallgatásához.

Nyomd meg a "0-s gombot" az előző menübe való visszalépéshez.

6. Válassz az alábbi gyakori kérdések közül

a játék időtartama: 1-es gomb

hányszor vehetsz részt a játékban: 2-es gomb

ki indulhat a játékban: 3-as gomb

az SMS-ek áraival kapcsolatos információk: 4-es gomb

ha elküldött üzenetedre nem érkezett válasz SMS: 5-ös gomb

leiratkozás a játék hírleveléről: 6-os gomb

a menü újrarahallgatása: 8.as gomb

visszalépés az előző menübe: 9-es gomb



7. A „90 Golf, 90 nyertes” játék 2009. október 2-től december 30-ig, 90 napon keresztül tart. A játék ideje alatt minden nap 1 VW Golf-ot nyer, aki aznap a legtöbb pontot gyűjtötte össze. A „90 Golf, 90 nyertes” játékra való regisztrációhoz küldd el a JÁTEK szót SMS-ben a 1727-es számra, ezzel máris hozzájutsz az első pontjaidhoz. Az SMS díja bruttó 300 Ft/SMS.

8. A játék során kérdéseket küldünk, melyekre SMS-ben kell válaszolnod. A játékban nincs megszabva a játékos által megválaszolható kérdések száma. A kérdésekre küldött helyes válaszokkal pontokat gyűjtesz, és a nap végéig a legtöbb pontot gyűjtő játékos nyeri a napi nyereményt, egy vadonatúj Volkswagen Golf gépkocsit. Egy hívószám viszont csak egy alkalommal nyerhet.

9. A játékban minden T-Mobile előfizető részt vehet, számlás, és feltöltő kártyás előfizetéssel egyaránt, amennyiben előfizetésén engedélyezett az emeldíjas SMS-ek küldése. A játékban csak 18 éven felüli, természetes személyek vehetnek részt.

A T-Mobile nem javasolja a részvételt harmadik személy előfizetésében lévő telefonról.

A játékban nem vehetnek részt a Magyar Telekom Nyrt., az Upstream Mobile Marketing Ltd, a Porsche Hungaria Kft, valamint a játék szervezésében résztvevő ügynökségek dolgozói, és a Ptk. szerinti közeli hozzátartozói.

A játék további, részletes feltételei a [www.90golf.hu](http://www.90golf.hu) oldalon találhatóak.

10. Minden, általad elküldött SMS ára bruttó 300 Ft/SMS. A 1727-ről érkező üzenetek fogadása ingyenes.

11. Ellenőrizd, hogy a telefonodnak van-e elég szabad memóriája új üzenetek fogadására. Memória felszabadítása érdekében elég csak pár SMS-t törölnöd.

Ellenőrizd, hogy SMS-edet a helyes telefonszámra küldted-e. Ha nem, küldd el ismét a 1727-es számra. Az SMS díja bruttó 300 Ft/SMS.

12. Az SMS játék hírlevelei különleges, adott napra meghirdetett, egyedi feladványokról szóló információt tartalmazó üzenetek, amelyek egyebek mellett további pontszerzési lehetőségről tájékoztatnak.

Annak érdekében, hogy lekerülj a hírlevél címzettjeinek listájáról, küldd a STOP szót a 1727-re. Felhívjuk a figyelmed, hogy a STOP szó elküldésének díját a játék folyamán legfeljebb három alkalommal minden előfizető részére jóváírjuk. Minden más tartalommal küldött SMS díja bruttó 300 Ft. Tájékoztatunk továbbá, hogy ha mégis folytatod a játékot, a hírleveleket ismét küldeni fogjuk, hogy ugyanolyan esélyekkel indulhass a nyereményért, mint korábban.

### *11. A1-es kültéri plakát*

Az A1-es kültéri plakát a játék kapcsán az alábbiakat közölte:

90 Golf, 90 nyertes  
Küld a GOLF szót SMS-ben a 1727-re!

Apróbb betűkkel az alábbi szerepelt a plakáton:

Szállj be Te is a T-Mobile 90 napos, saját ügyfeleinknek szóló kvízzjátékba, ahol naponta egy új Volkswagen Golf talál gazdára. Egy SMS ára 300 Ft.

Egészen apró betűkkel a következő volt a plakáton:

A játék 2009. október 2-től 2009. december 30-ig vagy visszavonásig tart. A hirdetésben szereplő gépkocsi illusztráció. Mindennap a helyes válaszokkal legtöbb pontot összegyűjtő játékos nyer. A játék további, teljes körű és részletes feltételei a [www.90golf.hu](http://www.90golf.hu) oldalon, a T-Pontokban, és üzleteinkben érhetők el. T-Mobile magyarországi hálózatából díjmentesen hívható információs vonal: 1727.

## 12. POS 59x59 cm-es és A1-es plakát, valamint deskwindow

A 59x59 cm-es POS és A1-es plakát, valamint deskwindow a játék kapcsán az alábbiakat közölte:

90 Golf, 90 nyertes  
Küld a GOLF szót SMS-ben a 1727-re!

Apróbb betűkkel az alábbi szerepelt a kommunikációs eszközön:

Szállj be Te is a T-Mobile 90 napos, saját ügyfeleinknek szóló kvízzjátékba, ahol naponta egy új Volkswagen Golf talál gazdára. Egy SMS ára 300 Ft.

Egészen apró betűkkel a következő volt a kommunikációs eszközön:

A játék 2009. október 2-től 2009. december 30-ig vagy visszavonásig tart. A hirdetésben szereplő gépkocsi illusztráció. Mindennap a helyes válaszokkal legtöbb pontot összegyűjtő játékos nyer. A játék további, teljes körű és részletes feltételei a [www.90golf.hu](http://www.90golf.hu) oldalon, a T-Pontokban, és üzleteinkben érhetők el. T-Mobile magyarországi hálózatából díjmentesen hívható információs vonal: 1727.

## 13. Szórólap (A5)

Az A5 méretű szórólap első oldala a játék kapcsán az alábbiakat tartalmazta:

90 Golf, 90 nyertes  
Küld a GOLF szót SMS-ben a 1727-re!

Apróbb betűkkel az alábbi szerepelt az első oldalon:

Szállj be Te is a T-Mobile 90 napos, saját ügyfeleinknek szóló kvízzjátékba, ahol naponta egy új Volkswagen Golf talál gazdára. Egy SMS ára 300 Ft.

A szórólap első oldalán egészen apró betűkkel a következő volt:

A játék 2009. október 2-től 2009. december 30-ig vagy visszavonásig tart. A hirdetésben szereplő gépkocsi illusztráció. Mindennap a helyes válaszokkal legtöbb pontot összegyűjtő játékos nyer. A játék további, teljes körű és részletes feltételei a [www.90golf.hu](http://www.90golf.hu) oldalon, a T-Pontokban, és üzleteinkben érhetők el. T-Mobile magyarországi hálózatából díjmentesen hívható információs vonal: 1727.

A szórólap a fentiekén kívül egyébek között az alábbiakat tartalmazta:

Játékismertető  
Vegyél részt a T-Mobile „90 Golf, 90 nyertes” nevű SMS-játékában, és nyerd meg a 90 darab Volkswagen Golf egyikét! A játékban 2009. október 2. és december 30. között minden nap gazdára talál egy Volkswagen Golf!

Mit kell tenned, hogy Tiéd legyen az egyik autó?

Küldd el a GOLF szót SMS-ben a 1727-es számra, ezzel regisztrálsz a játékba.

Az elküldött SMS díja bruttó 300 Ft.

Ezt követően feleletválasztós kérdéseket küldünk Neked, amelyekre a helyes válasz sorszámát (1, 2 vagy 3) elküldve válaszolhatsz (kivéve, ha a kérdés más válasz küldését kéri). Minden napa legtöbb pontot összegyűjtő játékos nyeri a vadonatúj VW Golf gépkocsit.

A válasz SMS-ek díja bruttó 300 Ft (a fogadott SMS-ekért nem kell fizetned).

Fontos tudnod!

A pontjaid a játék teljes időtartama alatt gyűlnek. Elég naponta egy kérdésre helyesen válaszolnod, hogy aznap az összes addig összegyűjtött pontoddal részt vegyél a versenyben. Minél több pontod van, annál nagyobb eséllyel indulsz a nyereményekért! Ne feledd, 90 autó várja, hogy gazdára találjon!

A játékban minden 18 év feletti T-Mobile előfizető részt vehet, Domino és havidíjas előfizetéssel egyaránt.

Kvízbajnokok, figyelem!

A T-Mobile fenntartja a jogot arra, hogy az átlagostól eltérő számlaforgalom esetén havidíjas előfizetői számára hőközi számlát állítson ki. A váratlan meglepetések érdekében, havidíjas előfizetőink részére javasoljuk, hogy hőközi előleg befizetésével biztosítsák a zavartalan játékot. Hőközi előleg befizetésére a T-Pontokban van lehetőség. A további részleteket és feltételeket keresd a [www.90golf.hu](http://www.90golf.hu) weboldalon s Részvételi szabályzatban, vagy tárcsázd a T-Mobile magyarországi hálózatából a 1727 számot díjmentesen.

#### 14. Televíziós reklámok

A 15 mp-es és 30 mp-es televíziós reklámokban az alábbi volt

<i>hallható</i>	<i>olvasható</i>
90 Golf, 90 nyertes! Szállj be a T-Mobile SMS kvízzjátékába! Küldd a GOLF szót SMS-ben a 1727-re, hiszen 90 napon át naponta egy Volkswagen Golf talál gazdára.  Küld a GOLF szót SMS-ben a 1727-re most!  T-Mobile Együtt. Veled.	1. kép <a href="http://www.90.golf.hu">www.90.golf.hu</a> 90 Golf, 90 nyertes! A T-Mobile SMS KVÍZZJÁTÉKA saját ügyfeleinek. 2. kép Küldd a GOLF szót SMS-ben a 1727-re és lépj be a kvízzjátékba! Egy SMS ára 300 Ft. 3. kép (apróbetűvel) A játék 2009. október 2-től 2009. december 30-ig vagy visszavonásig tart. A hirdetésben szereplő gépkocsi illusztráció. Mindennap a helyes válaszokkal legtöbb pontot összegyűjtő játékos nyer. A játék további, teljes körű és részletes feltételei a <a href="http://www.90golf.hu">www.90golf.hu</a> oldalon, a T-Pontokban, és üzleteinkben érhetők el. T- Mobile magyarországi hálózatából díjmentesen hívható információs vonal: 1727. 4. kép Együtt. Veled. T-Mobile

#### 15. LED animáció

Az ún. LED animáció az alábbiakat tartalmazta a játékkal kapcsolatban:

90 Golf, 90 nyertes!

[www.90.golf.hu](http://www.90.golf.hu)

SMS 1727

90 Golf, 90 nyertes! A T-Mobile SMS kvízzjátéka saját ügyfeleinek.

Küldd a GOLF szót SMS-ben a 1727-re, és lépj be a kvízzjátékba. Egy SMS ára 300 Ft.

Küldd a GOLF szót SMS-ben a 1727-re, és nyerd meg a 90 VW Golf egyikét. Egy SMS ára 300 Ft.

A játék 2009. október 2-től 2009. december 30-ig vagy visszavonásig tart. A hirdetésben szereplő gépkocsi illusztráció. Mindennap a helyes válaszokkal legtöbb pontot összegyűjtő játékos nyer. A játék további, teljes körű és részletes feltételei a [www.90golf.hu](http://www.90golf.hu) oldalon, a T-Pontokban, és üzleteinkben érhetők el. Díjmentesen információs vonal: 1727.

#### *16. Saját honlap*

Az eljárás alá vont internetes honlapja részletes tájékoztatást tartalmazott a játékkal kapcsolatban.