



GAZDASÁGI  
VERSENYHIVATAL

## **Versenyhivatali döntés az ingatlandepo.com és az ingatlanbazar.com ügyében**

**A Gazdasági Versenyhivatal (GVH) döntése szerint az Expent Business Club Kft., az All Finance Management Kft., valamint jogutódja, a Győrfi Fuvar Kft. vállalkozások által a [www.ingatlandepo.com](http://www.ingatlandepo.com) és a [www.ingatlanbazar.com](http://www.ingatlanbazar.com) honlapokon a 2007. július 1-től 2008. október 11-ig, valamint 2009. március 1-től 2009. július 24-ig megjelenő „30 nap ingyen/30 napig ingyen/30 napig ingyen hirdetheti ingatlanát honlapunkon”, valamint a 2008. október 12-től 2009. február 28-ig alkalmazott „Kedvezmények Sciennet törzsvásárlóknak! Regisztráljon most!” állításai nem sértik sem a versenytörvényt, sem a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló törvényt.**

A GVH a fogyasztók jelzései alapján észlelte, hogy a [www.ingatlandepo.com](http://www.ingatlandepo.com), illetve [www.ingatlanbazar.com](http://www.ingatlanbazar.com) honlapokon a „30 napig ingyen hirdetheti ingatlanát honlapunkon!” szlogennel jelzett szolgáltatás igénybevételének feltételeiről a fogyasztók nem tudtak megfelelően tájékozódni. Később számukra kiszámlázásra került egy olyan szolgáltatás, amely ingyenesként lett meghirdetve. A versenyhatóság emiatt eljárást indított az Expent Business Club Kft., az All Finance Management Kft., valamint jogutódja, a Győrfi Fuvar Kft. ellen.

A GVH álláspontja szerint a jelen eljárásban vizsgált szolgáltatás lényeges tulajdonságának az online ingatlanhirdetés meghatározott időszakra vonatkozó ingyenessége, valamint azt követően a szolgáltatás fizetőssé válása tekinthető. Az adott tájékoztatások megtévesztőek lehetnek, ha az ingyenesként hirdetett szolgáltatás nem ingyenes, illetve ha a kedvezményeket a tájékoztatással ellentétben nem biztosították a Sciennet vásárlóknak. Ugyancsak megtévesztőnek minősül, ha a kiemelten hirdetett ingyenes periódust követően a szolgáltatás fizetőssé válik, de ennek feltételeiről a fogyasztó nem kap tájékoztatást.

A GVH megállapította, hogy az ingyenesség igénybevételéhez a fogyasztónak – értelemszerűen - hirdetést kellett feladnia további korlátozó feltételeket a vizsgálat nem tárt fel. A vizsgálat során arra vonatkozóan sem merült fel adat, hogy bármely, ingatlanhirdetést feladó fogyasztó ill. Sciennet törzsvásárló a meghirdetett kedvezményből kizárásra került volna. A GVH álláspontja szerint a fentiekből következően megállapítható, hogy a vizsgált honlapokon megjelenő állítás a 30 napos ingyenességről valamint a „Kedvezmények Sciennet törzsvásárlóknak! Regisztráljon most!” állítás valós volt.

A 30 napos ingyenességet hirdető szlogenből a fogyasztó gondolhat arra, hogy a 30 napos határidőt követően az igénybevett szolgáltatás ingyenessége megszűnik, a szolgáltatás e határidő lejártával fizetőssé válik. Ekkor az ésszerűen eljáró fogyasztó a szolgáltatás fizetőssé válásához kapcsolódó információk célirányos keresésébe fog. Az Internet jellegéből adódóan alkalmas arra, hogy a releváns információk teljes körét, gyorsan és kényelmesen elérhetővé tegyen. Az Interneten megjelentethető információk nagy tömege ugyanakkor azt is jelenti, hogy a fogyasztó döntésének meghozatalát a nagy mennyiségű

információ szelektálása, a releváns információk megtalálása és kiválasztása, s azok feldolgozása megnehezíti.

A vizsgált honlapok kizárólagos tájékoztatási csatornaként és eladási pontként működtek egyszerre. Ez a helyzet a GVH álláspontja szerint azt a terhet rója az eljárás alá vont vállalkozásokra, hogy e két funkció egyensúlyára tekintettel kell lenniük a honlapon megjelenő információk közzétételekor. A vizsgált honlapokon ezt az egyensúlyt megbontották. A tájékoztatás a termékértékesítési funkcióhoz – lásd regisztráció, hirdetés feladása - kötötten volt elérhető a fogyasztó számára. A hirdetés kedvező terméktulajdonsághoz kapcsolódó információkat a fogyasztó csak akkor érthette el, ha döntött a honlapon történő regisztrálásról, vagy hirdetést adott fel.

Jelen esetben az Általános Szerződési Feltételek (ÁSZF) volt az a dokumentum, amely rögzíti a fogyasztó számára az ingyenességhez, illetve annak megszűnéséhez kapcsolódó lényeges (a szolgáltatás 30 napig ingyenes, a fogyasztó feladata a hirdetés törlése, a hirdetés a 30. nap leteltével fizetőssé válik) információkat.

A GVH-nak tehát azt kellett értékelnie, hogy adott esetben ezen egyensúly megbontása, illetve az ÁSZF-ből történő tájékozódás kényszere gátolta-e a fogyasztó ésszerű tájékozódását.

A vizsgálat szerint az ÁSZF megismerésére a fogyasztónak a regisztráció során, a sikeres regisztrációt követően a személyes postafiók használatakor, valamint az ingatlanhirdetés feladásakor egyaránt lehetősége volt. Az ÁSZF-et a fogyasztó a regisztrációs folyamat részeként közvetlenül, a regisztrációs szabályzatba épített linkről érthette el. A sikeres regisztrációt követően azonban a fogyasztó személyes postafiókjában megjelenő ÁSZF „fültre” kattintva az ÁSZF-et közvetlenül is elérhette. A fogyasztó tehát a regisztrációt követően a postafiók létrejöttékor minden következmény nélkül tájékozódhatott a szolgáltatás feltételeiről, azaz még a hirdetés feladása előtt hozzájuthatott az ingyenesség értelmezéséhez szükséges információkhoz.

Amennyiben ezzel a közvetlen tájékozódási lehetőséggel a fogyasztó nem élt, úgy legkésőbb a hirdetés feladásakor el kellett fogadnia a hirdetés feladására vonatkozó feltételeket, melynek kiemelt, első részében figyelemfelhívás jelent meg a fizetőssé váláshoz kapcsolódó lényeges információkról. A hirdetés feladását követően a fogyasztónak még további 29 napja maradt arra, hogy a személyes postafiókjából közvetlenül elérhető lényeges információkat megismerje.

A GVH álláspontja szerint a fogyasztótól – az ésszerű mértékű információkeresés körében – elvárható, hogy a hirdetés feladásához kapcsolódó információkról megfelelő körültekintéssel tájékozódjon. A versenyhatóság megítélése szerint a szükséges információkat az ÁSZF tartalmazta. Jelen esetben kiemelendő, hogy nem egy bonyolult, összetett ÁSZF-ről van szó, a fogyasztóknak nem széleskörű tájékoztatásokat kellett megismerniük. Nem is arról van szó, hogy a honlap elért részén a reklámban megtevesztésre alkalmas tájékoztatás pontosítását olvashatta az ide külön ellátogató fogyasztó, amelyekre klikkelve viszonylag nagy mennyiségű pótlólagos információhoz juthatott.

A GVH előtt ismert az Internet használat során kialakuló „automatizmus”, amely a fogyasztókat gyors döntésre, azonnali „klikkelésre” sarkallja. A hatóság azt sem tartja kizártnak, hogy a vizsgált honlapok szerkesztési elvei erre az automatizmusra „ráerősítettek”. Ugyanakkor a GVH azt a magatartást kívánja támogatni, amikor fogyasztók megfelelően, a racionális és indokolt keresési költségek szem előtt tartásával tájékozódnak egy általuk igénybe vett, vagy venni kívánt szolgáltatás lényeges feltételeiről.

A GVH a vizsgálat által feltárt, fent említett tények alapján a versenyjog eszközeivel történő beavatkozást jelen esetben nem tartja indokoltnak. A versenyhatóság megjegyzi: a rendelkezésére álló információk alapján a fogyasztók kétharmada él azzal a lehetőséggel, hogy 30 napig ingyenesen hirdeti ingatlanát, majd ezt követően törli a hirdetését, vagyis tipikusnak ez a fogyasztói magatartás tekinthető. A fennmaradó egyharmad esetében pedig nem ismert, hogy milyen okból marad fenn a hirdetés. Azaz a fogyasztó szándéka ellenére és ezért a későbbiekben fizetnie kell, vagy a fogyasztó akaratának megfelelően, azért, mert ezt a hirdetési oldalt választotta.

Az ügy hivatali nyilvántartási száma: **Vj-91/2009**.

Budapest, 2010. február 25.

Gazdasági Versenyhivatal  
Kommunikációs Csoport

További információ:

Mihálovits András

Gazdasági Versenyhivatal

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

levél: 1245 Budapest, 5. Pf. 1036

tel: +36-30 618-6618

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

<http://www.gvh.hu>