



GAZDASÁGI
VERSENYHIVATAL
VERSENYTANÁCS

☒ 1054 Budapest, Alkotmány u. 5.

☎ 472-8864 ☎ Fax: 472-8860

Vj-153/2004/15.

A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa a **Kereskedelmi és Hitelbank Rt.** (Budapest) ellen fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolása miatt indított eljárásban tárgyaláson kívül meghozta az alábbi

határozatot

A Versenytanács megállapítja, az eljárás alá vont a fogyasztók megtévesztésére alkalmas tájékoztatást tett közzé „Hírmondó” című kiadványa 2004. áprilisi számában a Visa bankkártyával rendelkezők részére 2004. április 1. és június 30. között megtartott akcióval kapcsolatban.

A határozat felülvizsgálatát a kézhezvételtől számított 30 napon belül a Fővárosi Bíróságnak címzett, de a Gazdasági Versenyhivatalnál benyújtható keresettel lehet kérni.

Indokolás

A Gazdasági Versenyhivatal annak vizsgálatára indított versenyfelügyeleti eljárás, hogy a Kereskedelmi és Hitelbank Rt. megsértette-e a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény (a továbbiakban: Tpv.) III. fejezetének rendelkezéseit a 2004. április 1. és június 30. között a Visa bankkártyával rendelkezők részére szervezett akcióról az eljárás alá vont „Hírmondó” című kiadványának 2004. áprilisi számában adott tájékoztatással.

I.

Az eljárás alá vont, az érintett termékpiac

1. Az eljárás alá vont és az általa közvetlenül vagy közvetve irányított vállalkozások alkotta vállalkozáscsoport a pénzügyi szolgáltatások teljes választékát kínálja ügyfeleinek. Ezek között (a számlavezetés, a befektetések, a megtakarítások, a hitelek, a bankgaranciák, a letétkezelés, a biztosítási szolgáltatások nyújtása stb. mellett) megtalálható a bankkártyák kibocsátása.

2. A jelen eljárás a bankkártyák, a bankkártyával történő vásárlások, illetve az azokhoz kapcsolódó szolgáltatások piacát érinti.

3. A készpénzkimélő és készpénz helyettesítő funkciót ellátó bankkártyák kibocsátására és használatára vonatkozóan számos jogszabály tartalmaz rendelkezéseket, így különösen a hitelintézetekről és a pénzügyi vállalkozásokról szóló 1996. évi CXII. törvény, a pénzforgalomról, a pénzforgalmi szolgáltatásokról és az elektronikus fizetési eszközökről szóló 232/2001. (XII. 10.) Korm. rendelet, illetőleg a pénz- és elszámolásforgalom, valamint a pénzfeldolgozás szabályairól szóló 9/2001. (MK 147.) MNB rendelkezés.

4. Hazánkban jelenleg négy nemzetközi kártyatársaság, a Visa, a MasterCard, az American Express és a Diners kártyái kerülnek kibocsátásra. A kártyatársaságok többféle bankkártyával rendelkeznek, így különféle kibocsátású és felhasználhatóságú kártyák vannak jelen a magyar piacon, amelyeket a különféle felhasználó helyek egymással párhuzamosan is elfogadnak. Egy-egy kártya kibocsátásával több hazai vállalkozás foglalkozik. A 2004. év első félévében 22 bank és 1 pénzügyi vállalkozás bocsátott ki fizetési kártyát. Ekkor a kibocsátott kártyák száma meghaladta a 6,8 milliót, amely 10%-os növekedést jelent a 2003. év azonos időszakához viszonyítva. A kártyák 89%-a betéti (debit) kártya, 11%-a pedig hitel és terhelési konstrukció volt.

5. A betéti kártya (debit card) a kártyabirtokos bankszámlájához kapcsolódó kártya, amellyel számlaegyenlege erejéig vehet fel készpénzt, illetve fizetheti vásárlásai ellenértékét (hitelkeret is kapcsolódhat hozzá). A hitelkártya (credit card) a kártyabirtokos és a bank közötti szerződésben előre meghatározott összegű hitelkerethez kapcsolódó kártya, amellyel az ügyfél kerete erejéig vehet fel készpénzt, illetve vásárolhat. Hazánkban csekély azon terhelési kártyák (charge/delayed debit card) száma, amelyek esetében a kártyabirtokos kártyája egy olyan hitelkerethez kapcsolódik, amelynek felső határát nem feltétlenül állapítják meg. Léteznek még továbbá ún. business kártyák, amelyek kifejezetten üzleti jellegű kiadások kiegyenlítésére szolgálnak. A piacon egyre nagyobb számban található ún. co-branded (kereskedőkkel együtt kibocsátott) kártyák és affinity kártyák (az ilyen kártyák kibocsátásához valamilyen sport-, egészségügyi stb. szervezet támogatása kapcsolódik).

6. A lakossági bankkártyák piacán az OTP igen magasnak számító piaci részesedéssel bír, azonban a piac többszereplős és könnyen megtámadható. Ez különösen a hitelkártyák piaci szegmensére jellemző, ahol a kártya birtoklásának nem szükséges feltétele az, hogy a kártya birtokosa folyószámlát is nyisson a kártyát kibocsátó banknál. A fogyasztó számára különösebb hátrányt nem jelent az, ha viszonylag kis piaci részesedéssel bíró bank hitelkártyájával rendelkezik. Némiképpen más a helyzet a debitkártyák piacán, ahol a kártya birtokosának a

kibocsátó banknál folyószámlával kell rendelkeznie. A debitkártyák esetében a szolgáltatóváltás új folyószámla nyitásával is együtt jár.

7. A bankkártya lehetőséget teremt készpénzfelvételre és a vásárlások ellenértékének a megfizetésére. A bankkártyával történő elektronikus készpénzfelvétel részben az ATM berendezések, részben a bankfiókokban és postahivatalokban működő POS berendezések biztosítják (a 2004. év első félévének végén 10.083 ATM és 2.909 postai és bankfióki POS működött). A kártyával történő fizetést lehetővé tevő, kereskedői pénztárakban felszerelt POS berendezések száma 27.281 volt (10%-os növekedés a megelőző év azonos időszakához képest), illetve 801 kézi lehúzó szerkezet (imprinter) működött.

8. A bankkártyák számának növekedési üteme évről évre csökken, ugyanakkor a bankkártyákkal végrehajtott készpénzfelvételi és vásárlási műveletek darabszáma és értéke folyamatosan nő. A 2004. év első félévében mind a darabszám, mind az érték 12%-kal haladta meg a megelőző év azonos időszakának forgalmát. A POS vásárlási műveletek száma mintegy 35 millió darab volt. A magyar kártyákkal belföldön lebonyolított készpénzfelvételi és vásárlási forgalom darabszámának megoszlását illetően megfigyelhető, hogy évről évre 5-6%-kal nő a vásárlási műveletek aránya. A 2004. év első félévében a hazai kibocsátású kártyákkal a kártyabirtokos ügyfelek 87,5 millió műveletet hajtottak végre belföldön és külföldön, 2.212 milliárd forint értékben. A kártyákkal belföldön lebonyolított tranzakciók 59%-a volt készpénzfelvétel, 41%-a pedig vásárlás.

9. A bankkártya kibocsátásokkal összefüggésben a bankoknak többféle árbevételi lehetőségük van, így az éves kártyahasználati díj révén, a bank által kibocsátott kártyával történő készpénzfelvétel kapcsán, illetőleg a kereskedőknél elhelyezett POS terminál után a kereskedők által fizetett jutalék által.

10. A nemzetközi kártyatársaságok, illetve a kártyakibocsátók rendszeresen reklámozzák szolgáltatásaikat, illetőleg szerveznek különböző akciókat.

II.

Az eljárás alá vont vizsgált magatartása

11. 2004. április 1. és június 30. között több Visa kártyát kibocsátó bank egy, a Visa International nemzetközi kártyatársaság által szervezett, az olimpiai játékokhoz kapcsolódó akciót tartott. Minden, akcióban érintett bank ügyfele részt vett ebben, ha 2004. április 1. és június 30. között áruért, szolgáltatásért vagy mobiltelefon-feltöltésért Visa vagy Visa Electron bankkártyával fizetett minimum 2.000 Ft értékben. Az akció időtartama alatt Visa vagy Visa Electron bankkártyával a három legtöbb tranzakciót végrehajtó nyerte meg a 2 személyes 5 napos utat Athénba, VIP jegyekkel a 2004. évi olimpiai játékokra. A következő 100 legtöbb tranzakciót végrehajtó egy Visa - Athén 2004 Olympic Edition hátizsákot, a következő 1.000 legtöbb tranzakciót végrehajtó egy Visa - Athén 2004 Olympic Edition kulcstartót kapott.

12. Az akcióról tájékoztató anyagokat egy, a Visa nemzetközi kártyatársaság által megbízott reklámügynökség készítette el és bocsátotta a bankok rendelkezésére. Az akcióról így

rendelkezésre álló reklámanyagok, információk az eljárás alá vont fiókjaiban és internetes honlapján kerültek elhelyezésre. Ezen reklámok, tájékoztatások vizsgálatára a jelen eljárás nem terjedt ki.

13. Az eljárás alá vont saját reklámanyagot is készített. A 2004. március havi kivonattal együtt küldte meg ügyfeleinek a 2004. áprilisi „Hírmondó” című kiadványát. Ebben az akció vonatkozásában arról adott tájékoztatást, hogy „a Visa-nak köszönhetően most egy fantasztikus utat nyerhet az athéni olimpiai játékokra. 2004. április 1. és június 30. között minden egyes alkalommal, amikor K&H Visa vagy K&H Visa Electron bankkártyáját 2000 Ft feletti vásárlásra vagy mobiltelefon-feltöltésre használja, automatikusan részt vesz a játékban.” Miután a fogyasztó tájékoztatást kap arról, hogy a főnyeremény (az utazás) mit foglal magában, a kiadvány közli, „minél gyakrabban fizet K&H Visa vagy K&H Visa Electron bankkártyájával, annál nagyobb eséllyel nyerhet! Használja K&H olimpiai bankkártyáját! Ha még nem rendelkezik K&H Visa bankkártyával, igényeljen!”

14. Az eljárás alá vont saját akciót is tartott, a 2004. június 1. és 30. között igényelt Visa Classic kártyák éves díjának 50%-át, illetve a Visa Electron kártyák éves díjának 100%-át elengedte, s erről ügyfeleit a 2004. májusi számlakivonattal együtt kézbesített „Hírmondó” című kiadványban tájékoztatta.

15. A vizsgálat során beszerzett adatok szerint mind a régi, mind az új ügyfelek esetében 2004 júniusban (az előző hónapokhoz képest) kiugró érdeklődés volt a Visa kártyák iránt, megnőtt a kártyakibocsátás száma (régie ügyfelek: azok a kártyaigénylők, akiknek a kártyaigénylést megelőzően volt már kapcsolatuk az eljárás alá vonttal; új ügyfelek: azok a kártyaigénylők, akiknek a kártyaigénylést megelőzően nem volt kapcsolatuk az eljárás alá vonttal).

III.

A vizsgálati jelentés

16. A vizsgáló szerint az eljárás alá vont „Hírmondó” című kiadványának 2004. áprilisi számában a fogyasztók megtévesztésére alkalmas tájékoztatást adott a 2004. április 1-től 2004. június 30-ig szervezett Visa akcióról.

17. A vizsgáló jogsértés megállapítását indítványozta az ügyben.

IV.

Az eljárás alá vont védekezése

18. Az eljárás alá vont nem vitatta, hogy a „Hírmondó” című kiadvány 2004. áprilisi száma a részvételi feltételeket nem tartalmazta, ugyanakkor kiemelte, annak célja nem is a maradéktalan tájékoztatás, hanem a figyelemfelkeltés volt. Régi és új ügyfelei az akció részletes feltételeiről a bankfiókokban és az interneten elhelyezett tájékoztató anyagokból értesülhettek.

19. Aláhúzta, az akció kifogásolt módon történt kommunikálása ügyfelei tranzakcióit jelentősebb mértékben nem befolyásolta, illetve az új kártyaigénylésekre sem volt különösebb hatása. Megjegyezte, a kártyaigénylésre elsősorban a kapcsolódó díjak csökkentése vagy elengedése van hatással, nem a Visa International által meghirdetett valamely akció.

V. Jogi háttér

20. A Tpv. 2.§-a értelmében tilos gazdasági tevékenységet tisztességtelenül - különösen a versenytársak, a fogyasztók törvényes érdekeit sértő vagy veszélyeztető módon vagy az üzleti tisztesség követelményeibe ütközően - folytatni.

A Tpv. 8.§-a (1) bekezdésének első mondata szerint tilos a gazdasági versenyben a fogyasztókat megtéveszteni. Ugyanezen cikk (2) bekezdésének c) pontja értelmében a fogyasztók megtévesztésének minősül, ha az áru értékesítésével, forgalmazásával összefüggő, a fogyasztó döntését befolyásoló körülményekről - így különösen a forgalmazási módról, a fizetési feltételekről, a kapcsolódó ajándékokról, az engedményekről, a nyerési esélyről - megtévesztésre alkalmas tájékoztatást adnak.

A Tpv. 9.§-a szerint a használt kifejezéseknek a mindennapi életben, illetőleg a szakmában elfogadott általános jelentése az irányadó annak megállapításánál, hogy a tájékoztatás a fogyasztók megtévesztésére alkalmas-e.

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 alapján bírságot szabhat ki azzal szemben, aki a Tpv. rendelkezéseit megsérti. A bírság összege legfeljebb a vállalkozás előző üzleti évben elért nettó árbevételének tíz százaléka lehet. A (2) bekezdés szerint 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 fogyasztói érdekek sérelmének köre, kiterjedtsége alapozhatja meg.

A Tpv. 86.§-ának (1) bekezdése alapján a Tpv. 2-7.§-aiban foglalt rendelkezések megsértése miatti eljárás lefolytatása a bíróság hatáskörébe tartozik.

VI. A Versenytanács döntése

21. A Tpvt. III. fejezetének (a Tpvt. 8-10.§-ának) célja a fogyasztók döntési szabadságának mint védett jogi tárgynak az áruk (szolgáltatások), illetve vállalkozások közötti választással összefüggésben történő védelmezése, tilalmazva, hogy a fogyasztói döntés tisztességtelen befolyásolása révén a gazdasági verseny sérelmet szenvedjen. A Tpvt. III. fejezete a gazdasági versenyt oly módon óvja, hogy nem engedi tisztességtelenül befolyásolni a fogyasztói döntés mechanizmusát. A tisztességtelen befolyásolás kihat vagy kihathat a fogyasztók versenytársak, illetve az azonos vagy egymást ésszerűen helyettesítő termékek közötti választásának a folyamatára, s ezáltal a verseny alakulására.

22. A Versenytanács aláhúzza, a jogsértés valamely lényeges körülmény elhallgatásával, hiányos tájékoztatással is megvalósítható (vö. pl. a Legfelsőbb Bíróság Vj-137/1998. számú ügyben hozott Kfv. X. 39.924/2002/8. számú, illetve Vj-168/1998. számú ügyben hozott Kf. II. 39.908/2001/5. számú ítéletével, a Fővárosi Bíróság Vj-91/2002. számú ügyben hozott Föv. Bír. 2.K. 30.624/2003/3. ítéletével).

23. A vállalkozások gyakorta élnek a vásárlásösztönzés, vagyis a vásárlók érdeklődésének adott vállalkozás, illetve termék irányában történő felkeltését szolgáló marketingtevékenység lehetőségével. A vásárlásösztönzés eszközeivel, így különösen akciókkal a vállalkozások képesek befolyást gyakorolni a fogyasztók magatartására, a különböző vállalkozások és termékek közötti választás kapcsán meghozott döntéseikre. Maga az akció, illetőleg az erről való tájékoztatás a fogyasztói érdeklődés növelésével, a fogyasztók vásárlásra ösztönzésével jár.

A vásárlásösztönzés eszközeinek tisztességes alkalmazásáért a vállalkozások versenyjogilag is értékelhető felelősséggel tartoznak. A vásárlásösztönzési eszközökkel - szervezőként vagy más módon, de saját érdekében (is) - élő vállalkozások nemcsak az akció jelentette előnyöket élvezik, hanem viselniük kell az akció lebonyolításával járó felelősséget is. Eleget kell tenniük azon elvárásnak, hogy az akcióról való tájékoztatásra a tisztesség követelményei szerint, a versenyjogi előírások tiszteletben tartásával kerüljön sor.

24. A Tpvt. 8.§-a (2) bekezdésének c) pontja értelmében a fogyasztó döntését befolyásoló körülménynek minősül a nyerési esély, így az ezzel kapcsolatos, megtévesztésre alkalmas tájékoztatás alapot adhat a jogsértés megállapítására. Amint azt a Legfelsőbb Bíróság megállapította, egy akció kapcsán lényeges körülménynek minősül minden, a nyerési esélyt befolyásoló körülmény (vö. a Legfelsőbb Bíróság Kfv. VI. 27.188/1999. számú ítéletét, BH 2002. 82.). A Tpvt. 8.§-a (1) bekezdésének c) pontjával összefüggésben (figyelemmel a Legfelsőbb Bíróság Vj-196/1999. számú ügyben hozott Kf. II. 39.580/2001/6. számú ítéletére) kiemelendő továbbá, hogy e rendelkezés alkalmazásában is azoknak a magatartásoknak van versenyjogi jelentősége, amelyeknél a megtévesztés befolyásolja a fogyasztói döntés szabadságát és ezzel az adott vállalkozást előnyösebb helyzetbe hozza a piac más szereplőivel szemben.

25. A feltárt tényállás alapján a Versenytanács megállapította, hogy az eljárás alá vont a 2004. áprilisi „Hírmondó” című kiadványban a fogyasztók megtévesztésére alkalmas tájékoztatást adott a 2004. április 1. és 2004. június 30. között megrendezett Visa akcióról. A tájékoztatás a

fogyasztók számára azt az üzenetet közvetítette, hogy az akcióban valamennyi eljárás alá vont által kibocsátott Visa vagy Visa Electron bankkártyával 2.000 Ft feletti összegű (vásárlással vagy mobiltelefon-feltöltéssel kapcsolatos) tranzakció részt vesz, s sorsolás útján kerülnek meghatározásra azok a kártyabirtokok, akik a nyereményekben részesülnek. A reklám még csak utalást sem tartalmazott arra nézve, hogy a nyertes fogyasztók nem sorsolás révén kerülnek kiválasztásra, illetve hogy a nyerési esély vonatkozásában alapvetően az egy adott kártyával végrehajtott tranzakciók száma a meghatározó.

26. A Tpvt. III. fejezetének alkalmazása körében azok a magatartások bírnak relevanciával, amelyek alkalmasak arra, hogy a fogyasztói döntés tisztességtelen befolyásolása révén sérelmet okozzanak a gazdasági versenyben az áruk (szolgáltatások), illetve vállalkozások közötti választással összefüggésben. Az eljárás alá vont magatartása versenyjogilag releváns, mivel alkalmas volt azon fogyasztói döntések befolyásolására, hogy a fogyasztó igényel-e bankkártyát, s ha igen, akkor Visa vagy Visa Electron kártyát választ-e. A reklám arra is alkalmas volt, a fogyasztó a számos Visa kártyát kibocsátó bank közül az eljárás alá vontat válassza, tekintettel arra, a 2004. áprilisi „Hírmondó” című kiadvány nem adott arról tájékoztatást, hogy az akcióban valamennyi Visa és Visa Electron kártyabirtokos részt vesz, nemcsak azok, akik az eljárás alá vont által kibocsátott (K&H) Visa vagy Visa Electron bankkártyával rendelkeznek.

A versenyjogi relevancia ugyanakkor nemcsak a bankkártya-kibocsátással összefüggésben állapítható meg. Az eljárás alá vont magatartása alkalmas volt az azzal kapcsolatos fogyasztói döntés befolyásolására is, hogy a nemcsak Visa, hanem amellet más kártyával is rendelkező fogyasztók mely kártyát használják fel. A Versenytanács megjegyzi, a vásárlások kapcsán a bankkártyával történő fizetés egyfajta helyettesítőjének tekinthető készpénzes fizetés vonatkozásában versenyjogi relevancia nem állapítható meg, a magatartás ezzel összefüggő megítélésére legfeljebb a Tpvt. 2.§-a keretében kerülhetne sor, azonban e cikk alkalmazására a Tpvt. 86.§-ának (1) bekezdése alapján nem a Gazdasági Versenyhivatal, hanem a bíróság jogosult.

A Versenytanács megjegyzi továbbá, az eljárás alá vont magatartása nemcsak a vele már kapcsolatban lévő fogyasztók döntésének befolyásolására volt alkalmas, mivel a „Hírmondó” című kiadványban nyújtott tájékoztatások olyanok számára is megismerhetők, akik még nem az eljárás alá vont ügyfelei (pl. az ügyfelek családtagjai, ismerősei).

27. Figyelemmel a fentiekre a Versenytanács megállapította, az eljárás alá vont a 2004. április 1. és június 30. között a Visa bankkártyával rendelkezők részére szervezett akcióról a „Hírmondó” című kiadványa 2004. áprilisi számában adott tájékoztatással a fogyasztók megtévesztésére alkalmas magatartást tanúsított, megsértve ezzel a Tpvt. 8.§-a (2) bekezdésének c) pontját.

28. A jogsértés Tpvt. 77.§-a (1) bekezdésének d) pontja alapján történő megállapítása mellett a Versenytanács - egyetértve a vizsgáló indítványával - nem szabott ki bírságot az eljárás alá vonttal szemben. A Versenytanács megítélése szerint a jelen esetben a jogsértés megállapítása önmagában alkalmas annak megakadályozására, hogy az eljárás alá vont a jövőben hasonló jogsértést kövessen.

A bírság kiszabásának mellőzése kapcsán a Versenytanács arra is figyelemmel volt, a rendelkezésére álló adatok alapján az állapítható meg, hogy a fogyasztók megtévesztésére

alkalmas magatartás csekély hatást gyakorolt a versenyre. 2004 júniusban megnövekedett fogyasztói érdeklődés volt tapasztalható a Visa kártyák iránt és megnőtt az eljárás alá vont által kibocsátott kártyák száma, ugyanakkor ez nem lehetett kizárólag a jogsértő reklám hatása. A kártya fogyasztó általi igénylését követően a kártya két-három hét elteltével vehető át, s ez jelenik meg kibocsátásként a statisztikákban. Ennek megfelelően a 2004 júniusában kibocsátott kártyákat a fogyasztók jellemzően május második felében és júniusban igényelték, miközben a jogsértő reklám a „Hírmondó” című kiadvány (az eljárás alá vont ügyfeleinek a március havi kivonattal együtt megküldött) 2004. áprilisi számában jelent meg.

Mindazonáltal a Versenytanács szükségesnek tartja aláhúzni, általánosságban nem állítható, hogy a nemzetközi kártyatársaságok által tartott akciók nem lennének alkalmasak a fogyasztói döntések befolyásolására. Ezt önmagában már az is alátámasztja, hogy a társaságok rendszeresen tartanak akciókat, s erre nem kerülne sor, ha ezek valamilyen formában nem lennének alkalmasak a fogyasztó befolyásolására. Kiemelendő továbbá, a bankkártyák száma növekedésének üteme folyamatosan csökken, s a nemzetközi kártyatársaságok és a kártyakibocsátó bankok üzleti érdekeit mindinkább a kártyák alkalmazásával kapcsolatos fogyasztói szokások befolyásolása szolgálhatja. Az e körben tanúsított - egyebek között a Tpv. 2.§-a keretében vizsgálható - vállalkozói magatartás versenyjogi relevanciája, hatása ugyanakkor nem azonosítható azon vállalkozói magatartás versenyjogi relevanciájával, hatásával, amely az adott bankkártyával még nem rendelkező fogyasztókat igyekszik befolyásolni a bankkártya igényléséről hozott döntésükben.

VII. Egyéb kérdések

29. A Versenytanács határozatát a Tpv. 74.§-a második mondatának figyelembevételével tárgyaláson kívül hozta meg.

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

Budapest, 2005. január 13.