



1054 Budapest, Alkotmány u. 5.

Levél cím: 1245, Budapest 5. Pf. 1036

Telefon: (06-1) 472-8865, Fax: (06-1) 472-8860

Ügyszám: Vj/096/2009.

Iktatószám: Vj/096-113/2009.

A Gazdasági Versenyhivatal eljáró versenytanácsa

- a Matyi Dezső ügyvezető által képviselt **Pécsi Direkt Kereskedelmi és Szolgáltató Korlátolt Felelősségű Társaság** (Budapest,) I. rendű,
- az Erdős és Társai Ügyvédi Iroda, (ügyintéző: dr. E. Á. ügyvéd) által képviselt **Líra Könyv Zártkörűen Működő Részvénytársaság** (Budapest,) II. rendű,
- a Kovács Péter Tamás ügyvezető által képviselt **Libri Könyvkereskedelmi Korlátolt Felelősségű Társaság** (Budapest) III. rendű,
- a Starcz Ákos igazgatósági tag által képviselt **Shoptline-webáruház Internetes Kereskedelmi Nyilvánosan Működő Részvénytársaság** (Budapest) IV. rendű,
- a VADÁSZ&PARTNERS Felszámoló, Vagyonfelügyelő és Tanácsadó Korlátolt Felelősségű Társaság (képvisele: Á. É. felszámolóbiztos) által képviselt **Sun Books Könyvkereskedelmi Korlátolt Felelősségű Társaság „felszámolás alatt”** (Budapest) V. rendű,
- a Mädl Pál ügyvezető által képviselt **Libro-Trade Kereskedelmi Korlátolt Felelősségű Társaság** (Budapest) VI. rendű,
- a Matyi Dezső ügyvezető által képviselt **Alexandra Könyvesház Könyvkiadó és Kereskedelmi Korlátolt Felelősségű Társaság** (Budapest) VII. rendű,
- a Kocsis András Sándor igazgatósági tag által képviselt **Kossuth Kiadó Zártkörűen Működő Részvénytársaság** (Budapest) VIII. rendű,
- a Kepets András ügyvezető által képviselt **Ulpus-Ház Könyvkiadó és Szolgáltató Korlátolt Felelősségű Társaság** (Budapest) IX. rendű,
- a Rados Richárd ügyvezető által képviselt **Jaffa Kiadó és Kereskedelmi Korlátolt Felelősségű Társaság** (Budapest) X. rendű,
- a Janikovszky János vezérigazgató által képviselt **Móra Ferenc Ifjúsági Könyvkiadó Zártkörűen Működő Részvénytársaság** (Budapest) XI. rendű,
- a Barna Imre ügyvezető által képviselt **Európa Könyvkiadó Korlátolt Felelősségű Társaság** (Budapest) XII. rendű,
- a Morcsányi Géza ügyvezető által képviselt **Magvető Könyvkiadó és Kereskedelmi Korlátolt Felelősségű Társaság** (Budapest) XIII. rendű,
- a Rochlitz András ügyvezető által képviselt **Park Könyvkiadó Korlátolt Felelősségű Társaság** (Budapest) XIV. rendű,
- a Babos György ügyvezető által képviselt **Egmont Hungary Könyv- és Lapkiadó Korlátolt Felelősségű Társaság** (Budapest) XV. rendű,
- a dr. Lele József ügyvezető által képviselt **Könyvmolyképző Kiadó És Kereskedelmi Korlátolt Felelősségű Társaság** (Szeged) XVI. rendű,
- a Novák András ügyvezető által képviselt **"Édesvíz" Ipari, Kereskedelmi és Kulturális Szolgáltató Korlátolt Felelősségű Társaság** (Budapest) XVII. rendű,
- a Petr Král igazgatósági tag által képviselt **Akadémiai Kiadó Zártkörűen Működő Részvénytársaság** (Budapest) XVIII. rendű,
- a Földes Tamás ügyvezető által képviselt **GABO Könyvkiadó és Kereskedő Korlátolt Felelősségű Társaság** (Budapest) XIX. rendű,

- a Földes Tamás ügyvezető által képviselt **Talentum Könyves és Kereskedő Korlátolt Felelősségű Társaság** (Törökbálint) XX. rendű,
- a Gyurgyák János ügyvezető által képviselt **Osiris Kiadó és Szolgáltató Korlátolt Felelősségű Társaság** (Budapest) XXI. rendű,
- a Balázs István ügyvezető által képviselt **Animus Kiadó Szolgáltató és Kereskedelmi Korlátolt Felelősségű Társaság** (Budapest) XXII. rendű,
- a dr. Gál Katalin ügyvezető által képviselt **Vince Kiadó és Kereskedelmi Korlátolt Felelősségű Társaság** (Budapest) XXIII. rendű,
- a Morcsányi Géza ügyvezető által képviselt **Athenaeum Kiadó Korlátolt Felelősségű Társaság** (Budapest) XXIV. rendű,
- a Kúnos László ügyvezető által képviselt **Corvina Kiadó Korlátolt Felelősségű Társaság** (Budapest) XXV. rendű,
- a Kovács Péter Tamás ügyvezető által képviselt **Cartographia Korlátolt Felelősségű Társaság** (Budapest) XXVI. rendű,
- a Halmos Ádám ügyvezető által képviselt **Helikon Kiadó Korlátolt Felelősségű Társaság** (Budapest) XXVII. rendű,
- az Ambrus Györgyné ügyvezető által képviselt **M-Érték Kereskedelmi és Szolgáltató Korlátolt Felelősségű Társaság** (Budapest) XXVIII. rendű,
- a Stahl Judit ügyvezető által képviselt **Kulinária Kiadó Kereskedelmi és Szolgáltató Korlátolt Felelősségű Társaság** (Budapest) XXIX. rendű,
- a Schöbert Ferenc Norbert vezérigazgató által képviselt **Black-Org Kereskedelmi és Szolgáltató Zártkörűen Működő Részvénytársaság** (Budapest) XXX. rendű,
- a Petr Král ügyvezető által képviselt **Complex Kiadó Jogi és Üzleti Tartalomszolgáltató Korlátolt Felelősségű Társaság** (Budapest) XXXI. rendű,
- a Lubos Beniák ügyvezető által képviselt **Reader's Digest Kiadó Korlátolt Felelősségű Társaság** (Budapest) XXXII. rendű,
- az Orgován Katalin ügyvezető által képviselt **Műszaki Könyvkiadó Korlátolt Felelősségű Társaság** (Budapest) XXXIII. rendű,
- a Szokolay Zsolt vezérigazgató által képviselt **Magyar Nagylexikon Kiadó Zártkörűen Működő Részvénytársaság** (Budapest) XXXIV. rendű,
- a Farkasvölgyi Frigyesné vezérigazgató által képviselt **Medicina Könyvkiadó Zártkörűen Működő Részvénytársaság** (Budapest) XXXV. rendű,
- a Demeterné Major Ildikó ügyvezető által képviselt **Topográf Térképészeti Korlátolt Felelősségű Társaság** (Kétpó) XXXVI. rendű,
- a Kondás Vilmos ügyvezető által képviselt **"Makro-Book" Kereskedelmi és Szolgáltató Korlátolt Felelősségű Társaság** (Miskolc) XXXVII. rendű

eljárás alá vont vállalkozásokkal szemben gazdasági versenyt korlátozó megállapodások tárgyában lefolytatott versenyfelügyeleti eljárásban a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény 73. § (1) bekezdése alapján – tárgyalás tartása nélkül – meghozta az alábbi

végzést.

A Versenytanács az eljárást az VI., VII., IX., X., XI., XII., XIII., XIV., XVI., XVII., XVIII., XIX., XXI., XXII., XXIV., XXV., XVI., XVII., XVIII., XXIX., XXX., XXXI., XXXIII., XXXIV., XXXVI. rendű eljárás alá vontakkal szemben az eljárást megszünteti.

A végzés felülvizsgálatát a kézhezvételtől számított nyolc napon belül a Fővárosi Közigazgatási és Munkaügyi Bíróságnak címzett, de a Gazdasági Versenyhivatalnál benyújtandó, vagy ajánlott levélként postára adott jogorvoslati kérelemmel lehet kérni.

I n d o k o l á s

Első rész

A tényállás

I. Az eljárás tárgya

1. A Gazdasági Versenyhivatal (a továbbiakban: GVH) 2009. július 28-án kelt Vj/0096/2009. számú végzésével versenyfelügyeleti eljárást indított

- a PÉCSI DIREKT Kereskedelmi és Szolgáltató Korlátolt Felelősségű Társaság (a továbbiakban: Pécsi Direkt, Alexandra vagy I. rendű eljárás alá vont),
- a LÍRA KÖNYV Zártkörűen Működő Részvénytársaság (a továbbiakban: Líra vagy II. rendű eljárás alá vont),
- a LIBRI Könyvkereskedelmi Korlátolt Felelősségű Társaság (a továbbiakban: Libri vagy III. rendű eljárás alá vont), és
- a Shopline-webáruház Internetes Kereskedelmi Nyilvánosan Működő Részvénytársaság (korábbi nevén: Bookline.hu Internetes Kereskedelmi Nyilvánosan Működő Részvénytársaság, a továbbiakban: Bookline, Shopline-webáruház vagy IV. rendű eljárás alá vont)

vállalkozások ellen, mivel észlelte, hogy az eljárás alá vont könyvkereskedők és a kiadók szerződéseikben rögzítik a továbbeladási árakat, továbbá a kereskedők a szerződésekbe foglalt értékesítési feltételeikkel valószínűsíthetően megsértik a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló, többször módosított 1996. évi LVII. törvény (a továbbiakban: Tpv.) 11. §-át.

2. Az eljárás megindítását követően a GVH a 2009. december 7-én kelt Vj/0096-064/2009. számú végzésével a versenyfelügyeleti eljárásba ügyfélként bevonta

- az Alexandra Kiadó Korlátolt Felelősségű Társaság (Pécs) XXXVIII. rendű eljárás alá vont,
- a Kossuth Kiadó Zártkörűen Működő Részvénytársaság (a továbbiakban: Kossuth Kiadó vagy VIII. rendű eljárás alá vont),
- az ULPIUS-HÁZ Könyvkiadó és Szolgáltató Korlátolt Felelősségű Társaság (a továbbiakban: Ulpus-ház Kiadó vagy IX. rendű eljárás alá vont),
- a Jaffa Kiadó és Kereskedelmi Korlátolt Felelősségű Társaság (a továbbiakban: Jaffa Kiadó vagy X. rendű eljárás alá vont),
- a Móra Ferenc Ifjúsági Könyvkiadó Zártkörűen Működő Részvénytársaság (a továbbiakban: Móra Kiadó vagy XI. rendű eljárás alá vont),
- az EURÓPA KÖNYVKIADÓ Korlátolt Felelősségű Társaság (a továbbiakban: Európa Kiadó vagy XII. rendű eljárás alá vont),

- a Magvető Könyvkiadó és Kereskedelmi Korlátolt Felelősségű Társaság (a továbbiakban: Magvető Kiadó vagy XIII. rendű eljárás alá vont),
 - a PARK Könyvkiadó Korlátolt Felelősségű Társaság (a továbbiakban: Park Kiadó vagy XIV. rendű eljárás alá vont),
 - az EGMONT Hungary Könyv- és Lapkiadó Korlátolt Felelősségű Társaság (a továbbiakban: Egmont Kiadó vagy XV. rendű eljárás alá vont),
 - a KÖNYVMOLYKÉPZŐ Kiadó és Kereskedelmi Korlátolt Felelősségű Társaság (Könyvmolyképző Kiadó vagy XVI. rendű eljárás alá vont),
 - az "Édesvíz" Ipari, Kereskedelmi és Kulturális Szolgáltató Korlátolt Felelősségű Társaság (a továbbiakban: Édesvíz Kiadó vagy XVII. rendű eljárás alá vont),
 - az Akadémiai Kiadó Zártkörűen Működő Részvénytársaság (a továbbiakban: Akadémia Kiadó vagy XVIII. rendű eljárás alá vont),
 - a GABO Könyvkiadó és kereskedő Korlátolt Felelősségű Társaság (a továbbiakban: Gabo Kiadó vagy XIX. rendű eljárás alá vont),
 - a Talentum Könyves és Kereskedő Korlátolt Felelősségű Társaság (a továbbiakban: Talentum Kiadó vagy XX. rendű eljárás alá vont),
 - az OSIRIS Kiadó és Szolgáltató Korlátolt Felelősségű Társaság (a továbbiakban: Osiris Kiadó vagy XXI. rendű eljárás alá vont),
 - az ANIMUS Kiadó Szolgáltató és Kereskedelmi Korlátolt Felelősségű Társaság (a továbbiakban: Animus Kiadó vagy XXII. rendű eljárás alá vont),
 - a VINCE KIADÓ és Kereskedelmi Korlátolt Felelősségű Társaság (a továbbiakban: Vince Kiadó vagy XXIII. rendű eljárás alá vont),
 - az Athenaeum Kiadó Korlátolt Felelősségű Társaság (a továbbiakban: Athenaeum Kiadó vagy XXIV. rendű eljárás alá vont),
 - a CORVINA KIADÓ Korlátolt Felelősségű Társaság (a továbbiakban: Corvina Kiadó vagy XXV. rendű eljárás alá vont),
 - a Cartographia Korlátolt Felelősségű Társaság (a továbbiakban: Cartographia Kiadó vagy XXVI. rendű eljárás alá vont),
 - a HELIKON Kiadó Korlátolt Felelősségű Társaság (a továbbiakban: Helikon Kiadó vagy XXVII. rendű eljárás alá vont),
 - a M-ÉRTÉK Kereskedelmi és Szolgáltató Korlátolt Felelősségű Társaság (a továbbiakban: M-Érték Kiadó vagy XXVIII. rendű eljárás alá vont),
 - a Kulinária Kiadó Kereskedelmi és Szolgáltató Korlátolt Felelősségű Társaság (a továbbiakban: Kulinária Kiadó vagy XXIX. rendű eljárás alá vont),
 - a Black-Org Kereskedelmi és Szolgáltató Zártkörűen Működő Részvénytársaság (korábbi nevén: Update Magyarország Zártkörűen Működő Részvénytársaság, a továbbiakban: Update Zrt. vagy XXX. rendű eljárás alá vont),
 - a Complex Kiadó Jogi és Üzleti Tartalomszolgáltató Korlátolt Felelősségű Társaság (a továbbiakban: Complex Kiadó vagy XXXI. rendű eljárás alá vont),
 - a READER'S DIGEST KIADÓ KORLÁTOLT FELELŐSSÉGŰ TÁRSASÁG (a továbbiakban: Reader's Digest vagy XXXII. rendű eljárás alá vont),
 - a Műszaki Könyvkiadó Korlátolt Felelősségű Társaság (a továbbiakban: Műszaki Könyvkiadó vagy XXXIII. rendű eljárás alá vont), és
 - a SUN BOOKS Könyvkereskedelmi Korlátolt Felelősségű Társaság „felszámolás alatt” (a továbbiakban: Sun Books vagy V. rendű eljárás alá vont),
- vállalkozásokat.

3. A GVH 2010. május 31-én kelt Vj/0096-086/2009. számú végzésével a versenyfelügyeleti eljárása ügyfélként bevonta továbbá

- a Libro-Trade Kereskedelmi Korlátolt Felelősségű Társaság (a továbbiakban: Libro-Trade vagy VI. rendű eljárás alá vont),
- az Alexandra Könyvesház Könyvkiadó és Kereskedelmi Korlátolt Felelősségű Társaság (a továbbiakban: Alexandra Könyvesház vagy VII. rendű eljárás alá vont),
- a Magyar Nagylexikon Kiadó Zártkörűen Működő Részvénytársaság (a továbbiakban: Magyar Nagylexikon Kiadó vagy XXXIV. rendű eljárás alá vont),
- a Medicina Könyvkiadó Zártkörűen Működő Részvénytársaság (a továbbiakban: Medicina Könyvkiadó vagy XXXV. rendű eljárás alá vont),
- a TOPOGRÁF Térképészeti Korlátolt Felelősségű Társaság (a továbbiakban: Topográf Kiadó vagy XXXVI. rendű eljárás alá vont),
- a "MAKRO-BOOK" Kereskedelmi és Szolgáltató Korlátolt Felelősségű Társaság (a továbbiakban: Makro-Book vagy XXXVII. rendű eljárás alá vont) vállalkozásokat.

4. A Vj-096/2009. sz. versenyfelügyeleti eljárás az eljárás alá vont vállalkozások által 2004 január 1. és a versenyfelügyeleti eljárás megindulása, 2009. július 28-a között tanúsított piaci magatartást vizsgálta, az ügyindító végzésben megjelöltek szerint.

5. A Vj-47/2004. számon 2004. március 16-án hivatalból indított versenyfelügyeleti eljárás a Magyar Könyvkiadók és Könyvterjesztők Egyesülete (a továbbiakban: MKKE) versenyszabályzatának rendelkezéseire terjedt ki. Az eljárás 2006. április 11-én jogsértést megállapító határozattal zárult.

II. Az eljárás alá vont vállalkozások

II.1. Libro-Trade

6. A Libro-Trade családi tulajdonban lévő vállalkozás, 1990-ben alakult a Libro-Invest Kereskedelmi és Szolgáltató Kft. jogutódjaként.

7. A Libro-Trade Magyarország legnagyobb könyv- és folyóirat importőre, a társaság importálja az idegen nyelvű könyvek 95 %-át.¹ Angol, német, francia, olasz, spanyol és egyéb nyelveken nyelvkönyvek, szótárak és tudományos könyvek széles választékát kínálja, de vállalja más nyelvű könyvek és folyóiratok beszerzését is.

8. A Libro-Trade 2002 márciusától tulajdonosa a Kossuth Kiadónak.

9. Két könyvesboltot működtet. A Famulus Könyvesboltban idegen nyelvű szépirodalmi művek, szótárak, nyelvkönyvek, nyelvtanítói CD-k, DVD-k, kazetták, nyelvi társasjátékok, nyelvtanítási módszerrel kapcsolatos kiadványok kaphatók. Az Oxford Bookshop Magyarország egyetlen Oxford University Press könyvesboltja, ahol a kiadó teljes könyvkínálata megismerhető.²

¹ Vj/096-063/2009. sz. irat

² http://www.librotrade.hu/?doc=inf_20110516-0954326204 (2012.07.29)

10. A Libro-Trade 2011. évi nettó árbevétele 4.037.403.000,- Ft volt.

II.2. Alexandra Könyvesház (Pécsi Direkt)

11. Az Alexandra Könyvesház Kft. 2010 februárjában alakult, a Pécsi Direkt-tel egy vállalkozáscsoportba tartozik. Tulajdonosa a Pécsi Direkt-ben és öt könyvkiadóban, köztük az Európa Kiadóban is érdekeltséggel bíró magánszemély.

12. A vállalkozás az Alexandra márkanév alatt könyvkiadási tevékenységet végez.

13. Az Alexandra Könyvesház 2011. évi nettó árbevétele 652.157.000,- Ft volt.

II.3. Ulpius-ház Kiadó

14. A társaság 1998-ban alakult. 2007 szeptemberétől a társaság egyik tulajdonosa a B. Á. irányítása alatt álló SQ-INVEST Kft., azonban egy magánszemély 50%-ot meghaladó szavazati joggal rendelkezik, két további magánszemély kisebbségi tulajdonnal rendelkezik. (Az SQ-Invest részesedéssel rendelkezik a Cartographia Kiadóban (minősített többség) és a Jaffa Kiadóban is.)

15. A társaság könyvkiadással, valamint -kiskereskedelemmel foglalkozik. Évente közel száz könyvet jelentet meg, sokszínű kínálatában a szórakoztató- és tényirodalom mellett a szépirodalmi művek is megtalálhatók.

16. Az országban jelenleg kilenc könyvesboltot működtet.

17. Az Ulpius-ház Kiadó 2011. évi nettó árbevétele 1.190.671.000,- Ft volt.

II.4. Jaffa Kiadó

18. A társaság 2004 januárjában alakult. Az irányítási szempontból a Libritől független vállalkozás egyik tulajdonosa az SQ-INVEST Kft., mely vállalkozás részesedéssel bír (2007 szeptemberétől) az Ulpius-ház Kiadóban is. 2008 februárjától 2010 januárjáig az Ulpius-ház Kiadó közvetlenül is a társaság egyik tulajdonosa volt. A vállalkozás másik tulajdonosa egy magánszemély.

19. A Jaffa Kiadó könyvkiadással foglalkozik, pszichológiai, ismeretterjesztő és szépirodalmi témakörökben. 2004-ben négy, 2008-ban pedig 21 címet jelentetett meg. A könyvkiadásban részesedése 1 % alattira tehető.³

20. Könyvesbolttal nem rendelkezik, kiadványait a www.jaffa.hu webáruházon keresztül is értékesíti.

21. A Jaffa Kiadó 2011. évi nettó árbevétele 297.309.000,- Ft volt.

II.5. Móra Kiadó

³ Vj/096-058/2009. sz. irat

22. A Móra Kiadó 1993 februárjában alakult a Móra Ferenc Ifjúsági Könyvkiadó Vállalat jogutódjaként, amely egy 1950 óta létező kiadó. Más eljárás alá vontaktól Tpv. 15. §-a értelmében független kiadó, egy magánszemély irányítása alatt áll.

23. A kiadó a klasszikus és a kortárs, a hazai és a külföldi gyermek- és ifjúsági irodalom témakörébe tartozó könyvek kiadására szakosodott, évente 100-150 címet jelent meg. Piaci részesedését 1% alattira becsüli.⁴

24. Online értékesítéssel foglalkozik, de az árbevételének elhanyagolható hányadát képviseli, könyvesboltot nem működtet.

25. A Móra Kiadó 2011. évi nettó árbevétele 554.243.000,- Ft volt.

II.6. Európa Kiadó (Pécsi Direkt)

26. Az 1957 óta működő Európa Könyvkiadó Vállalat jogutódjaként, 1992 decemberében alakult könyvkiadó vállalkozás.

27. 2005 szeptemberétől a társaság tulajdonosa a Pécsi Direkt-ben – és öt további könyvkiadóban, köztük az Alexandra Könyvesházban – is érdekeltséggel bíró magánszemély, M. D.

28. Kiadóként a klasszikus és kortárs világirodalmi alkotások magyar nyelvű változatának kiadására szakosodott. Szórakoztató irodalmat, valamint társadalomtudományi és tudományos ismeretterjesztő műveket is megjelentet. A magyar könyvkiadás egyik meghatározó szereplője, 2004-től 200 körüli, jelenleg pedig több mint 800 címmel van jelen a könyvpiacón. A könyvkiadás piacán részesedése 5% körüli.⁵ Könyvesbolttal nem rendelkezik.

29. Az Európa Kiadó utolsó ismert, 2010. évi nettó árbevétele 791.224.000,- Ft volt.

II.7. Magvető Kiadó (Líra csoport)

30. A Magvető Kiadó 1993 júliusában alakult, az 1955 óta működő Magvető Könyvkiadó Vállalat jogutódjaként. A kiadó 1999 novemberétől a Líra vállalkozáscsoportjának tagja, tulajdonosai a Líra Könyv Zrt., a Kolosi és Társa Befektető Kft. és M. G. A Magvető az Atheneum irányítója, 2007 szeptemberétől tulajdoni részesedéssel rendelkezik a Corvina Kiadóban.

31. Könyvkiadóként a magyar szerzők műveit legnagyobb számban megjelentető kiadók közé tartozik. A hazai mellett világirodalmi műveket, valamint XX. századi magyar klasszikusokat ad ki.

32. A Magvető Kiadó 2011. évi nettó árbevétele 288.983.000,- Ft volt.

⁴ Vj/096-026/2009. sz. irat

⁵ <http://www.europakiado.hu/index.php?l=h&s=10> (07.29), Vj/096-034/2009. sz. irat

II.8. Park Kiadó

33. A kiadó 1988 végén alakult, pszichológia, önismeret, gyermeknevelés, történelem témájú könyvek és útikönyvek kiadásának profiljával. Évente átlagosan 30-40 könyvet jelentet meg, online is értékesít.⁶ A vizsgálat információi szerint a Tpv. értelmében független kiadó egy magánszemély irányítása alatt áll, családi tulajdonban van.

34. A Park Kiadó 2011. évi nettó árbevétele 364.938.000,- Ft volt.

II.9. Egmont Kiadó

35. A kiadó 1988 októberében alakult, a skandináv Egmont-médiacsoport tagja, mely Európaszerte gyermekeknek és az ifjúsági korosztálynak szánt nyomtatott sajtótermékek kiadásával foglalkozik.⁷

36. Az Egmont Kiadó Magyarországon is elsősorban gyermek- és ifjúsági kiadványokat jelentet meg. A kiadó 2004-ben 120, 2008-ban már 240 új címet adott ki.⁸

37. Az Egmont Kiadó három könyvklubot működtet; könyvesbolttal nem rendelkezik, online értékesítést sem végez.

38. Az Egmont Kiadó 2011. évi nettó árbevétele 1.642.923.000,- Ft volt.

II.10. Könyvmolyképző Kiadó

39. A Könyvmolyképző 1991 októberében jött létre, 2000 óta gyermek és ifjúsági irodalommal is foglalkozik, magánszemélyek tulajdonában álló családi vállalkozás.⁹ 2004-ben 21, 2008-ban 89 címet jelentetett meg.

40. Könyvesbolttal nem rendelkezik, de online értékesít (ebből árbevételének elhanyagolható része származik).¹⁰

41. A Könyvmolyképző Kiadó 2011. évi nettó árbevétele 612.844.000,- Ft volt.

II.11. Édesvíz Kiadó

42. A társaság 1989 májusában alakult. Az Édesvíz Kiadó ezoterikus kiadványokra specializálódott, magyar, amerikai, angol és német írók spirituális műveit jelenteti meg.¹¹ Egyedüli tulajdonosa a Neemtree Corporation AG (Svájc).

43. Az Édesvíz Kiadó 2004-ben 88, 2008-ban 80 címet jelentetett meg.

⁶ <http://parkkiado.hu/index.php?p=park-kiado>

⁷ <http://www.egmont.hu/rolunk.php>

⁸ Vj/096-017/2009. sz. irat

⁹ <http://konyvmolykepzo.hu/rolunk>

¹⁰ Vj/096-020/2009. sz. irat

¹¹ <http://edesviz.hu/hu/rolunk>

44. A társaság egy nagykereskedést és egy könyvesboltot működtet, kiadványai online is megvásárolhatók (online értékesítésből árbevételének csekély része származik).¹²

45. Az Édesvíz Kiadó 2011. évi nettó árbevétele 468.448.000,- Ft volt.

II.12. Akadémiai Kiadó (Wolters Kluwer)

46. Az Akadémiai Kiadó Magyarország legrégebb, 1828 óta folyamatosan működő kiadója, melyet a Magyar Tudományos Akadémia alapított. A kiadó 1999 óta a holland Wolters Kluwer vállalkozáscsoport tagja, emellett kisebbségi tulajdonosa a Magyar Tudományos Akadémia is.

47. A társaság szótárakat, nyelvkönyveket, gazdasági, üzleti, tudományos magyar és idegennyelvű kiadványokat jelentet meg, nettó árbevétele alapján a könyvkiadás piacán 2% körüli részesedéssel rendelkezik.

48. Könyvesboltja nincs, online értékesítéssel foglalkozik, melyből nettó árbevételének kis része származik. Rendszeres kapcsolatot ápol számos hazai és külföldi tudományos társasággal és egyesülettel, számukra hozta létre az Akadémiai Könyvklubot.¹³

49. Az Akadémiai Kiadó utolsó ismert, 2010. évi nettó árbevétele 1.605.596.000,- Ft.

II.13. Gabo Kiadó (Talentum)

50. A Gabo Kiadó 1989 óta van jelen a piacon, magánszemély tulajdonosa egyben a Talentum Kiadó tulajdonosa is.

51. Főleg szépirodalmi, szórakoztató és ismeretterjesztő könyveket ad ki. Nettó árbevétele alapján a könyvkiadás piacán 2 % körüli részesedéssel bír.

52. Online értékesítést nem végez, négy könyvesboltot működtet.¹⁴

53. A Gabo Kiadó 2011. évi nettó árbevétele 672.393.000,- Ft volt.

II.14. Osiris Kiadó

54. A vállalkozás 1993 novemberében alakult, magánszemély irányítása alatt áll. Az Osiris magyarországi tudományos és szépirodalmi könyvműhelyként működik, főként a humán- és társadalomtudományi, felsőoktatási és szépirodalmi könyvkiadásban.¹⁵

55. Évente átlagosan 200 címet jelentet meg, saját könyvklubot és webáruházat működtet (az online értékesítés a nettó árbevételének elhanyagolható hányadát teszi ki). Nettó árbevétele alapján 1 % alatti részesedéssel bír a könyvkiadásban. Könyvesbolttal nem rendelkezik.¹⁶

¹² Vj/096-044/2009. sz. irat

¹³ Vj/096-054/2009. sz. irat

¹⁴ Vj/096-028/2009. sz. irat

¹⁵ <http://www.osiriskiado.hu/hu/kiadonkrol.html>

56. Az Osiris Kiadó 2011. évi nettó árbevétele 235.643.000,- Ft volt.

II.15. Animus Kiadó

57. Az Animus Kiadó 1991 óta van jelen a piacon, két magánszemély tulajdonában áll. Nyelvkönyvek, gyermek-, ifjúsági- és szépirodalmi, pszichológiai-önsegítő, valamint szórakoztató irodalmi művek kiadásával foglalkozik.

58. 2004-ben 36, 2008-ban 46 címet jelentetett meg.

59. Könyvesbolttal nem rendelkezik, online értékesítést a honlapján végez.¹⁷

60. Az Animus Kiadó utolsó ismert, 2010. évi nettó árbevétele 258.682.000,- Ft volt.

II.16. Athenaeum Kiadó (Líra csoport)

61. Az Athenaeum Kiadó 1998-ban alakult, 2004 decemberétől tulajdonosai a Magvető Kiadó és a Líra magánszemély tulajdonosának vállalkozása (Kolosi és Társa Befektető Kft.), közvetlen irányítója a Magvető Kiadó. 2010 decemberétől az Athenaeum Kiadó részesedéssel bír a Corvina Kiadóban.

62. A kiadó főleg ismeretterjesztő és fikciós művek kiadásával foglalkozik. 2004-ben 59, 2008-ban 79 címet jelentetett meg.¹⁸

63. Könyvesbolttal nem rendelkezik, kiskereskedelmi és nagykereskedelmi tevékenységét a Líra könyvesbolthálózaton keresztül végzi.

64. Az Athenaeum Kiadó 2011. évi nettó árbevétele 296.888.000,- Ft volt.

II.17. Corvina Kiadó (Líra csoport)

65. A Corvina Kiadó jogelődje, a Corvina Művészeti és Idegennyelvű Könyvkiadó Vállalat 1955-ben alakult.¹⁹ A Corvina Kiadó a Líra csoport tagja, tulajdonosai a Magvető Kiadó és az Athenaeum Kiadó.

66. Jellemzően művészeti, ismeretterjesztő, úti és nyelvkönyveket ad ki. 2004-ben 83, 2008-ban 139 címet jelentetett meg. A kiadói piacon 1 % körüli részesedéssel rendelkezik.²⁰

67. A Corvina Kiadó 2011. évi nettó árbevétele 271.046.000,- Ft volt.

¹⁶ Vj/096-055/2009. sz. irat

¹⁷ Vj/096-029/2009. sz. irat

¹⁸ Vj/096-015/2009. sz. irat

¹⁹ <http://www.corvinkiado.hu/>

²⁰ Vj/096-045/2009. sz. irat

II.18. Cartographia Kiadó (Libri csoport)

68. A Cartographia Kiadó az 1954-ben alapított Kartográfiai Vállalat jogutódjaként alakult 1993-ban.²¹ A kiadó minősített többségi szavazati hányaddal bító tulajdonosa a B. Á. irányítása alatt álló SQ-Invest Kft..
69. Kiadói belföldi és külföldi térképeket, útikönyveket ad ki. Online értékesít, boltja nincs.
70. A Cartographia Kiadó 2011. évi nettó árbevétele 334.368.000,- Ft volt.

II.19. Helikon Kiadó

71. A Helikon Kiadó 1992 novemberében jött létre a Helikon Kiadó Vállalat jogutódjaként. A kiadó 2012 elején lett a Libri vállalkozáscsoport tagja (tulajdonosi körébe belépett a Libri és közvetve az SQ-Invest).
72. Filozófiai, történelmi, szociológiai, pszichológiai, esztétikai, irodalomtörténeti és szépirodalmi munkákat jelentet meg. Könyvesbolttal rendelkezik és webáruház is üzemeltet.²²
73. A Helikon Kiadó a 2011. évi nettó árbevétele 87.283.000,- Ft volt.

II.20. M-Érték Kiadó

74. Az irányítási szempontból függetlennek tekintendő M-Érték Kiadó 2003 februárjában alakult, 2004 óta egyik tulajdonosa a Pécsi Direkt-ben – és öt további könyvkiadóban, köztük az Alexandra Könyvesházban – is érdekeltséggel bíró magánszemély, illetve egy további magánszemély.
75. Ismeretterjesztő könyvek kiadásával foglalkozik. 2004-ben 42, 2008-ban 64 címet jelentetett meg. A kiadói piacon 1 % alatti részesedéssel rendelkezik.
76. A M-Érték Kiadó könyvesbolttal nem rendelkezik, online értékesítést sem végez.²³
77. A M-Érték Kiadó 2011. évi nettó árbevétele 566.889.000,- Ft volt.

II.21. Kulinária Kiadó

78. A Kulinária Kiadó 2004 novemberében alakult gasztronómiai tárgyú könyvek kiadására.
79. A Kulinária Kiadó utolsó ismert, 2010. évi nettó árbevétele 191.499.000,- Ft volt.

II.22. Update Zrt.

80. A Black Org (Update) Zrt. 2006 novemberében alakult, a „Norbi-könyvek” kiadója.

²¹ <http://www.cartographia.hu/ceginformacio/>

²² <http://www.helikon.hu/uzletunk/>

²³ Vj/096-036/2009. sz. irat

81. Az Update Zrt. utolsó ismert, 2009. évi nettó árbevétele 317.825.000,- Ft volt.

II.23. Complex Kiadó

82. A Complex kiadó 1998-ban KJK-KERSZÖV Jogi és Üzleti Kiadó Kft. néven alakult meg, majd 2005-ben változott meg a neve Complex Kiadóra.²⁴ Tulajdonosa a holland Wolters Kluwer-cégcsoport, mely Európa-szerte főként a jogi és adóügyi kiadásban tölt be vezető pozíciót. A Wolters Kluwer-csoport érdekelt az Akadémiai Kiadóban is. 2001 júniusa és 2007 decembere között a Complex Kiadó tulajdoni részesedéssel bírt a Műszaki Kiadóban.

83. A Complex Kiadó jogi témakörű könyvek és folyóiratok kiadásával foglalkozik, emellett naponta frissülő jogszabály-szöveg, valamint webjogtár szolgáltatást nyújt.

84. A Complex Kiadó utolsó ismert, 2010. évi nettó árbevétele 5.220.037.000,- Ft volt.

II.24. Műszaki Kiadó

85. A kiadó 1993 júniusában jött létre – az 1955-ben megalakult – Műszaki Könyvkiadó Vállalat jogutódjaként. 1999-től tulajdonosai közé tartozott a Complex Kiadó és a Wolters Kluwer-csoport, egyesült a Calibra kiadóval, 2009-től a Kluwers egy részéből alakult, a tankönyvkiadásában és tananyagfejlesztésében vezető szerepet játszó cégcsoport, az Infinitas Learning leányvállalataként működik,²⁵ azóta egyesült a Képzőművészeti Kiadóval.

86. A Műszaki Kiadó Magyarország egyik meghatározó szak- és tankönyvkiadója. A kiadó – bár nemzetközi társulás része – továbbra is elsősorban hazai fejlesztésű, magyar szerzőkkel, közreműködőkkel készülő kiadványokkal van jelen a hazai tankönyvpiacra.

87. Egy könyvesbolttal és webbolttal is rendelkezik.

88. A Műszaki Kiadó 2011. évi nettó árbevétele 1.018.890.000,- Ft volt.

II.25. Magyar Nagylexikon Kiadó (Libri)

89. A kiadó 1997 novemberében alakult. 2005 márciusa és 2007 júliusa között a társaság fő tulajdonosa a Libri volt.

90. A vállalkozás lexikonok kiadásával foglalkozik. Könyvesbolttal nem rendelkezik.²⁶

91. A Magyar Nagylexikon Kiadó 2011. évi nettó árbevétele 4.044.000,- Ft volt.

II.26. Topográf Kiadó

92. A kiadó 1993 márciusában alakult. 2008 áprilisa és 2011 szeptembere között a társaság tulajdonosa volt a Líra, de az elérhető adatok szerint a Tpv. 15. §-a értelmében vett irányítási

²⁴ <http://www.complex.hu/cegismerteto.php>

²⁵ <http://www.muszakikiado.hu/cegunkrol>

²⁶ <http://www.lexikon.hu/index.php?pageid=155>

szempontból a Lírától független kiadónak tekintendő a vizsgált időszakban, így nem tagja a Lira vállalkozáscsoportjának.

93. A Topográf Kiadó jellemzően térképek és atlaszok kiadásával foglalkozik. 2004-ben egy, 2008-ban hat címet jelentetett meg.²⁷

94. Három könyvesboltot üzemeltet, és online értékesítéssel is foglalkozik (ami árbevételének 2-3 %-át teszi ki).

95. A Topográf Kiadó utolsó ismert 2010. évi nettó árbevétele 48.066.000,- Ft volt.

III.A magyar könyvpiac

96. A magyar könyvpiac egészét illetően gyakorlatilag egyedüli adatforrást képez a Magyar Könyvkiadók és Könyvterjesztők Egyesületének (a továbbiakban: MKKE) éves rendszerességgel elkészített felmérése. Az adatfelvétel a 90-es évek közepén indult, melyhez a Központi Statisztikai Hivatal (a továbbiakban: KSH) nyújtott módszertani útmutatást, és amely az MKKE adatait, illetve az abból levonható következtetéseket hivatalos adatként ismeri el és publikálja.²⁸ Az MKKE a statisztikai adatszolgáltatásra épülő felmérést minden évben több, mint 300 könyvkiadó vállalkozás körében végzi el, az egyesületi tagoknál bővebb halmazban (az MKKE szerint az adatok biztonsága közel van a 100 %-hoz). Az MKKE a statisztikai összesítést honlapján teszi közzé. Az MKKE adatai a hazai könyvpiac bemutatása körében az egyik kiindulópontot jelentik.

97. Emellett a vizsgált magatartás és a piaci környezet feltárása érdekében az eljárás alá vont könyvterjesztők, valamint eljárás alá vont és eljárás alá nem vont kiadók, összesen 64 kiadó részére adatszolgáltatási felhívás került megküldésre; a kérdések az adott vállalkozásra – terjesztőre vagy kiadóra – vonatkozó általános és piaci információ mellett a kereskedők és a kiadók közötti szerződéskötés gyakorlatára, a szerződések tartalmának kialakítására vonatkoztak. Az adatszolgáltatások jelentős mennyiségű információt tartalmaznak. A megkeresett kiadók közül 47 küldött részletes választ. A kereskedőknél jellemzően több száz, néha ezer feletti a terjesztői szerződések száma, ezért esetükben a más vállalkozásokkal kötött terjesztői szerződések részletes vizsgálata a szerződések egy szűk mintájára korlátozódott (tíz kisebb, tíz közepes és tíz fő szerződéses partnernek számító kiadóra).

98. A Versenytanács a fentiek, valamint az eljárás alá vontak, a könyvpiacon működő egyéb vállalkozások és az MKKE versenyfelügyeleti eljárás során tett előadásai²⁹ alapján a „könyvszektor” – a könyvpiaci vertikum kiadói és terjesztői: nagy- és kiskereskedelmi szintjeinek – jellemzői körében az alábbiakat állapította meg.

III.1. Az MKKE statisztikai adatai

²⁷ Vj/096-023/2009. sz. irat

²⁸ Vj/096-057/2009., Vj/096-063/2009. sz. iratok

²⁹ Vj/096-008/2009., Vj/096-057/2009., Vj/096-063/2009., Vj/096-069-072/2009., Vj/096-076-078/2009. sz. iratok

III.1.1 A könyvpiac alapvető adatai

99. Az MKKE nyilvános adatai alapján, amelyek valamennyi könyvtípust, így a tankönyveket is magukba foglalják

- a) 1998 és 2008 között a hazai könyvforgalom (jelölje: A) teljes értéke évente átlagosan 8,5 %-kal növekedett, 2008-ra elérve a közel 68 milliárd forintot. Az adott évi forgalom ezután 2009-ben, majd 2010-ben is csökkent az előző évihez képest, évente átlagosan 4,5 %-kal (az alapadatok és ábrák a mellékletben találhatóak).
- b) Az adott éves forgalmi adatokat 2010-es reálértékre³⁰ átszámítva (a KSH éves fogyasztói árindexet figyelembe véve, melyet szintén közöl a melléklet) kedvezőtlenebb kép rajzolódik ki: 1999 és 2002 között a KSH általános árindexét meghaladó ütemű növekedés volt megfigyelhető, amit stagnálás követett (a teljes forgalom az inflációval közel azonos ütemben változott), majd 2006 óta évente átlagosan közel 7 %-os csökkenés látható (azaz: az összegében is csökkenő bevétel az árak általános növekedését figyelembe véve még erőteljesebb csökkenést jelent).

100. Tekintettel arra, hogy az MKKE összesített könyvforgalmi adatai az adatok leírása szerint a kereskedők, illetve a kiadók által adott árengedményeket nem, vagy csak részben tartalmazzák, a forgalmi adatok némiképp túlbecsültek lehetnek – az évek közötti változás trendje azonban ekkor is követhető. Az MKKE szerint az engedmények mértéke az adott évi teljes áruforgalom 8-9%-ának felel meg, vagyis a fogyasztók éves szinten ténylegesen 4-6 milliárd forinttal kevesebbet költöttek a könyvekre nyomott ár alapján számított forgalomnál.

101. Az MKKE adatai alapján a következők állapíthatók meg (ábra a mellékletben):

- a) (nő a könyvcímek száma, B) az adott évben megjelentetett címek (~kiadványok) száma³¹ 1998 és 2008 között évente átlagosan 3 %-kal növekedett: az ezredforduló idején megfigyelhető csökkenő trend 2003-2004-ben megfordult, a tízezer alatti kiadványszám 2008-ra már elérte a 14,5 ezret;
- b) (csökkenő értékesített példányszám, C) az adott évben megjelentetett könyvcímek értékesített példányainak száma 1998 és 2008 között összesen közel 10 %-kal csökkent – ezen belül a 2003 és 2008 közötti időszak inkább stagnáló volt.
- c) (csökkenő átlagos értékesített példányszám per könyvcím, C/B) következik, hogy jelentősen esett az egy címre eső átlagos értékesített példányszám: csökkenő példányszám, de többféle cím, így átlagosan is kisebb példányszámban értékesítve. Összehasonlításképpen: 1990-ben 15 ezret meghaladó volt az átlagos értékesített példányszám, míg 2000 környékére 4000 körüli, 2010-re pedig 2000-3000 közötti;
- d) (csökkenő átlagos bevétel per cím, A/B) az egy címre eső átlagos bevétel 2003-ig erőteljesen növekszik, utána stagnál, majd 2006 óta folyamatosan csökken, és 2010-ben a 2000/2001-es szintre esett vissza.
- e) (enyhén növekvő/stagnáló átlagos bevétel per ért. példányszám, A/C) az egy értékesített példányra eső átlagos bevétel enyhén növekedő trendet követ 2000 és 2010 között, azonban az infláció hatását is figyelembe véve a trend 2006 óta inkább stagnáló.

³⁰ A mennyiségeket pl. 2004-es vagy 2008-as, stb. nominális értékre átszámítva azonos következtetést lehetne levonni.

³¹ Az MKKE statisztikáiban az adott naptári évben megjelent „címek száma” szerepel, az MKKE a tárgyévén belüli utánnomását is ide számolja.

102. Érdemes megjegyezni, hogy az MKKE adataiból származtatott átlagos bevétel-adat tulajdonképpen az átlagos könyvár, mint a teljes bevétel és a teljes értékesített példányszám hányadosa; a könyvárak ezen nyers mérőszáma tehát arra enged következtetni, hogy az általános árindex alakulását is figyelembe véve (mellékletben) az MKKE adatai alapján a könyvárak tartották magukat a vizsgált időszakban; a könyv, mint termék az elmúlt évtizedben az árát tekintve nem „értékelődött le” (ellentétben más kulturális termékekkel, lásd lent).

103. A 2009 és 2010-es éveket tekintve mind a címek számában, mind pedig az összpéldányszámban jelentős csökkenés következett be, az összpéldányszám kb. a 2003-2004-es szintre esett vissza.

III.1.2 A könyvek kiskereskedelmi árának alakulása

104. A KSH nyilvános adatai alapján a könyvek (kumulált) árindexét tekintve elmondható, hogy azok a kilencvenes években egy ideig nagyobb ütemben növekedtek, így relatíve drágábbá váltak, mint az általános összetételű fogyasztói kosár (azaz a KSH fogyasztói árindexéhez viszonyítva, ábrák a mellékletben). A 2006-os évtől a könyvek árindexe elszakad a kulturális termékek összevont indexétől: a könyvek árának változása követi az általános árváltozást („inflációt”), míg az egyéb kulturális termékek (újságok, kép- és hangrögzítők) árindexei annál kisebb ütemben növekedtek, azaz a könyvekkel szemben idővel relatíve olcsóbbá váltak. Az adatok szerint ez a relatív árcsökkenés a könyvek esetében nem következett be, mint ahogyan erre a fenti e) pont kapcsán tett megjegyzés is utal: az egy értékesített példányra eső átlagos bevétel – az átlagos kiskereskedelmi könyvár – a vizsgált időszakban enyhén növekszik, majd – elszakadva az egyéb kulturális termékek csökkenő ártrendjétől – stagnál, követi az „inflációt” (ábrák a mellékletben).

III.2. A könyvpiac közgazdaságtani jellemzői

105. A fejezet további része a könyvszektorról és szereplőiről általában ismerhető információra, az MKKE által közzétett adatokra és statisztikákra, az eljárás alá vont könyvterjesztők és könyvkiadók, egyes eljárás alá nem vont könyvkiadók és az MKKE adatszolgáltatásaiból származó információra épül, azt rendszerezi és esetenként összefoglalja.

III.2.1 A könyv, mint termék

106. A könyv a kultúra szempontjából kimelt fontosságú termék (a kulturális termékek közé sorolható), mind a hordozott tartalom, mint pedig a nyelv szempontjából. A könyv, mint mindenki által megvásárolható termék ugyanakkor általános piaci jegeket hordoz: számos piaci szereplő által előállított, akár távolról megvásárolható termékek széles választékáról van szó, melyeknek másodlagos (antikvár) piaca is kialakult. Ugyanazon könyvből sok példányt állítanak elő: a szerző által előállított szellemi termék kiaknázásában elsődlegesen a kiadó, közvetve pedig a terjesztő: a nagy- és kiskereskedő vesz részt.

107. Bár a könyvpiac szabályozástól mentes (kivéve a tankönyveket), az állam támogatja, ösztönzi a keresletet: az alacsony, 5%-os forgalmi adóval, közkönyvtárak fenntartásával; a kínálat ösztönzésére is van mód: kiadványok támogatásával, díjakkal.

108. A könyv formátuma alapján tartósnak tekinthető (antikvár piaca is kialakult), azonban a könyvbe „csomagolt” szellemi termék, információ jellegétől, tartalmától függő mértékben elavul, elveszíti újdonságát és/vagy érvényességét, jelentőségét. Jellegüktől függően a könyvek életciklusa ezért eltérő lehet. A sikerkönyvek (bestseller) és a „backlist” típusú könyvek esetében a megjelenés egyaránt újdonságot jelent, azonban az összességében viszonylag nagy példányszámot generáló sikerkönyvek (bestsellerek) esetén a forgalom döntő része a könyv életciklusának elején realizálódik, a könyv megjelenésébe fektetett beruházás gyorsabb megtérülését eredményezve. A rövid távon mérsékeltebb forgalmat generáló „backlist” típusú könyveket a kereskedők hosszabb ideig vagy akár állandó jelleggel tartják kínálatukban, a tartalomnak köszönhetően az olvasók is visszatérő jelleggel keresik. A backlist tartalom tartós érdeklődésre tart számot, a kereslet időben stabilabb, a forgalom egyenletesebb, a megtérülés lassabb. A backlist típusú kiadványok így általában hosszabb életciklusú termékek, mint a bestsellerek. (A Lira előadása szerint „*A könyveknek 2 típusa van, a bestseller típusú könyvek és a backlist típusúak. A bestseller a megjelenés után jobban fogy, de pár év múlva kifutó termék már. A Backlist alacsonyabb pld. számban fogy évente, de minden évben ugyanannyi körülbelül elfogy belőle (pl. Corvina: Művészeti Anatómia). A forgalom szempontjából a bestseller hozza a nagyobb forgalmat. ... A backlist-es könyvet egy kiadó tartósan soha nem értékeli le, mert utána már nem emelhetné vissza az árát többet. A bestseller típusú könyveknél lehet tapasztalni a könyv életciklusát. Amikor lecsengő pályán van már, akkor az adott készlet állapota dönti el, hogy mikor kerül leértékelésre*”, Vj-096-072/2009. sz. jegyzőkönyv meghallgatásról.)

109. A fogyasztó általában több különböző kategóriába sorolható műveket vásárol (a kötelező ismereteket tartalmazó tankönyveken túl szépirodalom, ismeretterjesztő irodalom, gyermekkönyvek, szótárak, nyelvkönyvek stb.) – egyes témákban kifejezetten jól ismeri a megjelent műveket, más témákban nem; egyes esetekben külföldön kiadott, importált és helyben értékesített idegennyelvű könyveket is megvásárol. A kereslet értékeli a sokszínűséget, a széles könyvcím-választékot, melynek kielégítésére tehát számos kiadó publikál nagyszámú könyvcímet.

110. A könyvek piaca jelentős mértékű termék-differenciálódással, ugyanakkor nagyszámú piaci szereplővel: monopolisztikus versennyel jellemezhető. Erősen differenciált termékek sokaságáról van tehát szó, melyek forgalma (kereslete) egyenként ugyanakkor eltörpül a könyvpiac teljes forgalmához képest. A könyvcímek sokasága kategóriákra osztható, melyeken belül elképzelhető a kiadványok közötti helyettesítés, kategóriától függően. A szerző által előállított egyedi szellemi termék³² jogi védelem alatt áll, a könyvpiacot tekintve az egyedi tartalom emelte monopólium elsődleges üzleti kiaknázója a szerzővel (vagy ügynökével) szerződő kiadó. A kiadók kiadványokból képeznek portfóliót, a portfólió kialakítása az üzleti stratégia része.

111. Egyazon könyvcím példányai azonban egymással tökéletes helyettesítő viszonyban állnak: a fogyasztó ugyanazt a könyv-terméket kapja kézhez. Következik, hogy a fogyasztó számára meghatározó döntési tényező az ár: amikor arról dönt, hogy az adott kiadványt melyik kereskedőn keresztül, milyen terjesztési útvonalon szerezzé be, a kiskereskedelmi ár egyszerűen összehasonlítható, és a termék az olcsóbb forrásból – az olcsóbb kiskereskedőtől – lenne

³² A könyv, mint szellemi termék absztrakt egyediségű, szemben pl. egy festménnyel, hiszen az egyedi tartalmat minden példány hűen .

beszerezhető. Az adott kiadványok példányai között fennálló tökéletes helyettesítés alapján tehát erős árversenyre lehetne számítani a könyvpiacra.

112. A fogyasztói ár szerepére utal a keresletélénkítő hűségprogramok egyre elterjedtebb használata a kereskedők között, amely képes ugyan csekély mértékben módosítani a kiskereskedelmi árat, nem képes azonban érdemben csökkenteni a kiskereskedelmi egységár jelentőségét a fogyasztók döntésében, és így a fogyasztókért folytatott versenyben (ha az árak nem lenne jelentősége a fogyasztó döntésében, a hűségprogramoknak sem lenne üzleti racionalitása).

113. Másfelől azonban a különböző terjesztési útvonalakon, különböző könyvkereskedőkön keresztül beszerezett (egyébként azonos) példányokat a fogyasztó számára megkülönbözteti az adott beszerzési opcióhoz fűződő viszony, jelesül, hogy egy-egy opció mekkora költséget/hasznot jelent az adott olvasó számára, a könyvért fizetett ár mellett. Egyes fogyasztók a könyvesboltokat részesíti előnyben a távértékesítési opciókhoz képest (leginkább Internet), és ezért egy részük hajlandó adott esetben némileg magasabb árat is fizetni; a fogyasztókat a könyvkereskedők közötti választásban befolyásolhatja a megközelíthetőség, az elérhető választék, a találás logikája, a hűségpont-program, a márkanév, rendezvények, stb., így olyan tényezők, melyek a verseny áron kívüli dimenziói közé tartoznak. Más fogyasztók az internetes tallózást és beszerzést preferálják, megint más fogyasztók az interneten tájékozódnak, de a könyvesboltban vásárolnak továbbra is, és így tovább. Összefoglalva: egyfelől a fogyasztó számára az adott könyvcímért fizetendő kiskereskedelmi ár a meghatározó tényező abban a döntésben, hogy milyen úton (hol, mely terjesztőn keresztül) szerzi be az adott könyvet/kiadványt, másfelől azonban ebben a döntésben – a kiskereskedelmi versenyben – más, az áron kívüli tényezőknek is szerepe van.

114. A fogyasztói szokások folytán a könyvpiaci keresletet ciklikusság jellemzi, a forgalom jelentős része (akár fele) az év végi és az év eleji időszakban realizálódik, illetve forgalom szempontjából kiemelt időszaknak tekinthető a könyvhét is, amely a kiadványok megjelenésének időzítését befolyásolja.

III.2.2 A kínálatot biztosító kiadók

115. A kiadók kiadványaikkal, kiadvány-portfóliójukkal állnak versenyben egymással. A népszerű egyedi tartalmak területi kiadási jogait szerzik meg (jogdíj), nyomdai és papírköltséget (és egyéb költségeket) vállalva megjelentetik a könyvet. Egyes kiadók speciálisan adott területekre kiterjedően alakítanak ki kiadványokat (gyakran szerzőket) magába foglaló – kisebb vagy nagyobb – portfóliót, más kiadók szélesebb körben publikálnak, szintén kisebb vagy nagyobb portfólióval. Az egyedi tartalmat rejtő (üzleti értelemben differenciált termék feletti monopóliumot képező) kiadványok – és az azokból képzett kiadói portfóliók – versenyeznek az olvasók kegyeiért: a „márkák közötti“ verseny szereplői a kiadók.

116. Könyvek kiadása bizonytalan kereslet mellett bizonytalan üzleti megtérülést jelent (a Líra előadása szerint „*a könyvek sikere nagyon bizonytalan, ezért van szükség fix szerződéseknél a visszáru kikötésére*”, Vj-096-072/2009. sz. jegyzőkönyv meghallgatásról), ezért a kiadók több könyv-projektbe fektetnek be, amely együtt képezi a kiadó portfólióját. A kiadó üzleti sikerének mércéjét a portfólió együttes megtérülése képezi, amely az egyes kiadványok megtérüléséből adódik össze. Egy nehéz gazdasági helyzetben lévő kiadó esetében is a pénzügy biztonság alapja portfólió együttes megtérülése. A „kereszt-finanszírozás” a kiadó szemszögéből a portfólióba

tartozó kiadványok bevételei között tehát szükségszerű: általában a portfólió nem minden eleme térül meg a kiadónak, de a teljes portfólió ettől lehet sikeres; ha mindegyik kiadvány pozitív megtérüléssel is járna, akkor is csak a legritkább esetben adódna azonos pénzügyi megtérülés a portfólió minden elemére, azaz minden könyv esetén (és így a teljes portfólió esetén). A kiadó tehát szükségképp kereszt-finanszíroz portfóliójának elemei között; pénzügyi értelemben portfóliójának egésze képezi sikerének (sikertelenségének) mércéjét.

117. Az MKKE korábbi (Vj-047/2004.) adatai alapján a nyomda- és papírköltség (30 %), valamint az általános költségek (5%) együtt a bruttó kiskereskedelmi ár hozzávetőleg 35 %-át, a szerzői jogdíjak pedig hozzávetőleg 10 %-át tették ki (az MKKE arány-becslései a bruttó kiskereskedelmi árra vonatkoznak ugyan, azonban a nettó kiskereskedelmi árra jellemző becsült arányok ebből könnyen számíthatók). Ezen adatok alapján a kiadó számára a bruttó kiskereskedelmi ár hozzávetőleg 45%-a költség.

118. Egy kiadó profilja alapvetően a könyvkiadás. Vállalva a kiadási jogok és a nyomda (valamint egyéb szükséges komponensek) költségeit, alapvetően érdekelt abban, hogy kiadványai minél szélesebb körben jussanak el az olvasóhoz, a vállalt költségeknek minél nagyobb arányú fedezetet, minél jobb megtérülést biztosító forgalom elérése érdekében. Ezt nagy lefedettséggel, nagy mennyiségben leginkább és legkönnyebben a könyvterjesztőkön keresztül van lehetősége megtenni, melyeknek a terjesztésben és értékesítésben áll kompetenciájuk. Egyes kiadóknak vannak ugyan saját boltjaik (a megkérdezett kiadók kb. egyötöde számolt be saját kiskereskedelmi egységről, leggyakoribb az egy bolttal rendelkező kiadó), azonban ezek számossága, lokációja és forgalma általában elmarad a meghatározó könyvterjesztőkéhez képest, így – kevés kivétellel, pl. Kossuth Kiadó (Libro-Trade) – nem képes jelentős forgalmat generálni (a kiadóknak megküldött Vj-096-0009/2009. sz. adatkérő végzés: a továbbiakban kiadói adatkérés vagy KII); ezért fordul a kiadó a könyvterjesztőkhöz. Hasonló mondható el a kiadók online értékesítéséről: az olvasó kevésbé ad fel rendelést kiadónként külön-külön, inkább aggregált formában találkozik a választékkal, online kiskereskedőnél vásárol (a megkérdezett kiadók közel fele online értékesít, de ez árbevételének csak csekély, néhány százalékos részét teszi ki – néhány magasabb hányadot elérő kiskereskedőtől eltekintve; KII 14. és 15. kérdés). A kiadványok terjesztése a könyvterjesztők – könyv kis- és nagykereskedők – kompetenciája (Libri által előadottak szerint „*az értékesítés kérdése a kereskedő kompetenciájába tartozik, a marketing kérdéseket külön a bizományosi szerződés mellékletében kezelik*”, Vj-096-078/2009. sz. jegyzőkönyv).

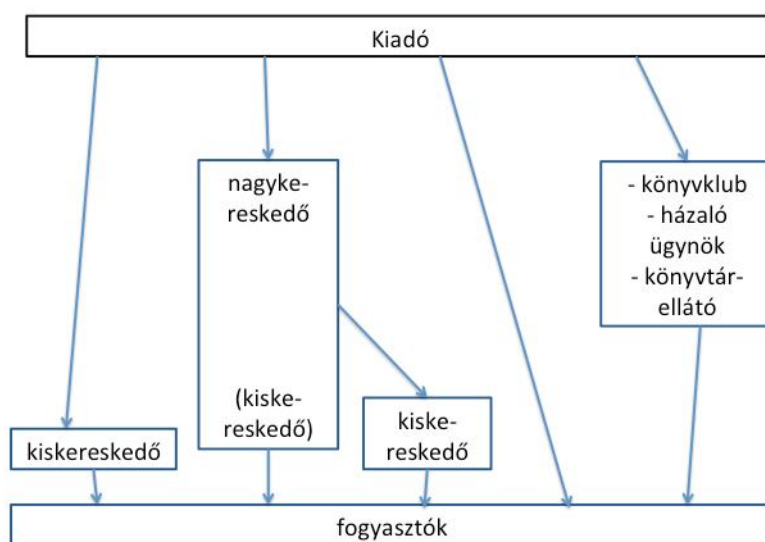
III.2.3 A keresletet kiszolgáló könyvterjesztők

119. A könyvpiac vertikumát tekintve: a tartalmat megalkotó szerzők és ügynökeik a kiadókkal lépnek kapcsolatba, melyek – jelenetős fix és változó költségeket is vállalva – kiadják a könyvet, és igyekeznek azt a fogyasztók minél szélesebb köre elé tárni, főleg könyvterjesztőkön keresztül, kis mértékben pedig közvetlenül (saját offline és/vagy online könyvesboltjaik révén).

120. A kiadók számára a kiadványok terjesztésére szolgáló fő kereskedelmi csatornát tehát a könyvterjesztők: nagykereskedők („közvetítő kereskedelem”) és kiskereskedők közvetítése jelenti, azzal, hogy a piacvezető nagykereskedők a kiskereskedelembe is markánsan jelen vannak (vertikális integráció a terjesztés szintjei között): átfedés van a nagykereskedelem és a kiskereskedelem meghatározó szereplői között. A kiskereskedelembe elsősorban a könyvesbolt-

hálózatok és az online értékesítési felületek értendők, mert a legtöbb könyv ezen a két úton kerül értékesítésre (itt is megjegyzendő, hogy a tankönyvek nem képezik az eljárás tárgyát).

121. A kiskereskedőkhöz hasonlóan „vizonteladóként” működnek a könyvügynökök (a hagyományos terminológia szerint „házaló könyvkereskedők”) is. A használt vagy elavult kiadványok kiskereskedelmét az antikvákereskedők biztosítják.³³ A kiadványok fogyasztókhöz történő eljuttatására szolgáló csatornát képeznek még a könyvklubok, amelyek kizárólag klubhálózatokban, tagjaik számára biztosítják a kiadványok megrendelését. További kereskedelmi csatornát jelentenek a könyvtárellátók, amelyek a közkönyvtárak és könyvkölcsönzők megrendelésére szerzik be a kiadóktól a kiadványokat, mely könyvtárak lehetővé teszik a fogyasztók (olvasók) számára a könyvek – vásárlás nélküli – használatát.



1. ábra

122. A könyvkiadók teljes portfóliójuk vagy egyes kiadványaik terjesztésére szerződnek a könyvkereskedővel, melyek a könyveket az általuk ellátott bolthálózaton keresztül értékesítik az olvasóknak, beleértve közvetlenül a saját (költséggel kialakított és fenntartott) bolthálózatot, a franchise üzleteket és a közvetett nagykereskedelmi továbbértékesítést is, egyéb – tőlük független – vizonteladó-kiskereskedők irányába („közvetítő kereskedelem”). A könyvterjesztők, könyvkereskedők tehát a könyvek értékesítésében, olvasókhöz való eljuttatásában versenyeznek egymással, amely aktivitásuk és versenyük a kis- és a nagykereskedelem szintjére egyaránt kiterjed. Az ugyanazon kiadók termékeinek értékesítésében folytatott verseny a „márkán belüli” verseny, melynek szereplői könyvterjesztők: nagykereskedelmi és/vagy kiskereskedelmi profillal rendelkező vállalkozások.

³³ Lásd az MKKE „A magyar könyvkiadás és könyvterjesztés versenyszabályai” c. szabályzatának II. fejezetét (www.mkke.hu/Tevekenység).

123. A könyvterjesztők az utóbbi néhány évben a kiadói szinten is megvetették lábukat, a Pécsi Direkt és a Lira markáns jelenlétre tett szert (vertikális integráció a könyvkiadó és a könyvterjesztő között). Emellett a terjesztő egy kiadóval kizárólagos terjesztői szerződést is köthet (a Pécsi Direkt és a Lira is nyilatkozott ilyen szerződésről), minek következtében az adott könyv forgalmának döntő része az adott terjesztőn keresztül zajlik (hasonlóan a terjesztő saját irányítású vagy tulajdonú kiadóinak termékeihez).

124. A hagyományos értékesítési csatornák mellett az online értékesítés növekedésével a legtöbb könyvkereskedő létrehozta saját online webáruházát, mely esetben az online felületen megrendelt könyvet a vevő postán kapja meg vagy felvételi ponton veszi át. A könyv ebből a szempontból ideális, hiszen jól definiált, könnyen raktározható és szállítható termék, megvételéhez nincs szükség személyes kapcsolatra. A tájékozódás tekintetében a könyvesbolti személyes érdeklődéshez hasonlatos az online informálódás, növekszik az online személyes konzultáció, és növekvő befolyással bír a célzott online marketing. Ezzel értelemszerűen összefügg a korábban megtett következtetés, miszerint egy adott kiadvány példányai közötti tökéletes keresleti helyettesítés erős árversenyt implicál a kereskedők között, a releváns termékek (könyvek, kiadványok) offline és online kiskereskedelmében egyaránt.

III.3. Könyvtípusok

125. A fentebb bemutatott keresleti-kínálati megfontolásokra is figyelemmel egyes könyvtípusok sajátos piaci jellemzőkkel bírnak:

- a) Tankönyvek: a könyvpiacra való belépést gazdasági vagy adminisztratív szabályok általában véve érdemben nem akadályozzák. Szabályozottságukat tekintve ez alól kivételt jelentenek a tankönyvek, melyek esetében a tankönyvpiac rendjéről szóló 2001. évi XXXVII. törvény (a továbbiakban: Ttv.) a tankönyvek jóváhagyására és kiválasztására, a tankönyvkiadásban és –forgalmazásban közreműködőkre speciális szabályokat állít fel. Ennek indoka, hogy a tankönyvelőállítás és –ellátás piaci viszonyok között valósul meg, de egyben a művelődéshez való jog érvényesülését szolgáló közfeladat. Sajátossága, hogy a fogyasztó nem döntheti el szabadon, kíván-e vevő lenni, ugyanakkor a tankönyvhöz való hozzáférést biztosítani kell, melyre az iskolai tankönyvtámogatás és tankönyvbeszerzés rendszere hivatott.
 - Tankönyvként a tankönyvvé nyilvánított, továbbá a hivatalos tankönyvjegyzékbe felvett – nyomtatott formában megjelent, illetve elektronikus adathordozón rögzített – könyv hozható forgalomba (Ttv. 2. § (1) bekezdés). A tankönyvjegyzékre kerülés feltétele, hogy a kiadó vállalja a tankönyvnek meghatározott összeghatáron belüli fogyasztói áron történő értékesítését az iskolai tankönyvellátás keretében (Ttv. 4. § (3) bekezdés b) pont). Azon összeghatárt, amelynél magasabb fogyasztói ár alkalmazása esetén a tankönyv nem kerülhet fel a tankönyvjegyzékre (árkorlát), az oktatásért felelős miniszter határozza meg, melynek során a tankönyv-előállítás és -forgalmazás tényleges és várható költségeit (így különösen a tankönyv terjedelmét, kivitelezését, várható példányszámát) kell mérlegelni (Ttv. 4. § (4) bekezdés).
 - A tankönyvek döntően nem a kiskereskedelemben jutnak el a felhasználókhoz, azokat – a közoktatási törvénynek megfelelően – az iskolák rendelik meg, a tanév kezdetén.
- b) Antikvár / használt könyvek: a könyvkereskedelemben a használt vagy elavult kiadványok értékesítését az antikváarkereskedők biztosítják. Ideértjük a hagyományos

antikvár könyvkereskedelmet, mely esetben a „régiség jellegű” antikvitások értékesítése jellemzően erre szakosodott kiskereskedők boltjaiban történik, illetve a használtkönyv-kereskedelmet is, ami a viszonylag újonnan (pár hete vagy hónapja) megjelent könyvek használt, s ily módon csökkentett árú példányainak értékesítését jelenti (gyakran az új kiadványok mellett, online forgalomban, vagy erre szakosodott kereskedések révén). Utóbbi kategóriát a fogyasztók (olvasók) érzékenysége hívta életre, ugyanakkor a fogyasztók egy rétege elvi jelleggel továbbra sem vásárol használt könyvet, az antikvár piac látókörén kívül esik.

- c) Elektronikus adathordozón rögzített, illetve elektronikus formátumú könyvek: a könyv által közvetített információ a technológia fejlődésének következtében több és változatosabb formában juthat el a fogyasztóhoz (CD, CD-ROM, hangoskönyv, digitális e-könyv), melyek a papír alapú könyv-formátummal folytatott versenyben a fogyasztói szokások változásának köszönhetően bővülő bázisra találnak. (Itt is megjegyzendő, hogy az elektronikus formátumú e-könyvek – melyeket az olvasó erre alkalmas elektronikus eszközön olvas – nem képezik jelen eljárás tárgyát.)

III.4. A magyar könyvpiac szereplői

III.4.1 Könyvkiadók

126. Az MKKE előadása (Vj-096-057/2009. sz. irat) alapján nincs központosított nyilvántartás arról, hogy hány kiadó működik Magyarországon, illetve hány kiadó, intézmény vagy magánszemély jelentet meg az adott évben könyve(ke)t. Az MKKE becslése szerint hozzávetőleg 1000-1500 kiadó működik, melyeknek nagyobb része azonban egy kiadvánnyal rendelkező vállalkozás.

127. A kiadványok számát tekintve az MKKE szerint az „átlagos” kiadó évente 5-10 kiadványt jelentet meg (az egy-két könyves kiadókat nem tekintve). A tíz-húsz, vagy ennél is több kiadvánnyal piacon lévő vállalkozások száma alig haladja meg a százat.

128. Az MKKE statisztikáihoz adatot szolgáltató kiadók együtt a piac 90 %-át fedik le. Az MKKE a bruttó 1 milliárd forintos éves forgalom feletti kiadókat jelöli meg piacvezetőként, a 300 millió – 1 milliárd forint közötti éves forgalmat generáló cégeket középméretű, a piacot meghatározó szereplőként tartja számon.³⁴ A kiadói piac koncentrációját mutatja, hogy az MKKE adatai szerint az ezer feletti számú kiadó közül a 15 legnagyobb állítja elő az összforgalom több, mint a felét, közel 80 %-át pedig a 40 legnagyobb kiadó állítja elő (Vj-096-057 és 063/2009. sz. iratok).

129. A kiadók kisebb része, kb. harmada tekinthető tematikus / szakosodott könyvkiadónak (pl. Műszaki Kiadó, Medicina Kiadó), a többség vegyes profilú kiadó. Az MKKE kategóriái és adatai (Vj-096-057/2009. sz. irat) alapján a könyvpiaci forgalomban

- a) a közoktatási és nyelvkönyvek aránya 25 % körül alakul,
- b) az ismeretterjesztő könyvek aránya 20-25 %,
- c) a szépirodalmi / fikciós / fiction művek aránya 20 % körül,

³⁴ Az MKKE nyilvántartása az egyes kiadók adataira épül, és nem veszi figyelembe a kiadók között fennálló esetleges iránymutatási kapcsolatokat.

d) a szakkönyvek, tudományos művek, lexikonok, szótárak, egyéb felsőoktatásban használatos kiadványok aránya 10 % körül,

e) a gyermek- és ifjúsági könyvek forgalma 10-15 % körül alakul.

A forgalom hozzávetőleg 50-60%-át tehát általános felhasználásra szánt könyvek teszik ki (ismeretterjesztő, szépirodalmi, illetve fikciós művek, ifjúsági és gyermekkönyvek), a többi tankönyv és nyelvkönyv, vagy tudományos mű, szakkönyv.

130. A könyvpiacra a különböző elektronikus formátumban, nem papíralapon forgalmazott kiadványok (CD, CD-ROM, hangoskönyv, digitális könyv) részesedése 5 % körül alakult. Ezen belül egyelőre nagyon kicsi a digitális könyvek forgalma, de ennek emelkedése nemzetközi trend. A könyvtípuson belül a (jelen eljárás tárgyát nem képező) digitális e-könyvek részesedése először a 2011. évi MKKE könyvforgalmi adatok között került külön kimutatásra, eszerint a digitális könyvek a teljes könyvpiac forgalmának kevesebb, mint 1 %-át teszik ki.

131. A nagyobb kiadók jellemzően rendelkeznek könyvesboltokkal, illetve online értékesítést is végeznek, azonban 2008-ban forgalmuknak csak csekély része származott ebből a forrásból (KI1 14. és 15. kérdés).

132. A legjelentősebb kiadóknak a megkérdezett könyvkiadók (KI1 19. kérdés) és könyvkereskedők (a kereskedőknek megküldött első adatkérő végzés, a továbbiakban: első kiadói adatkérés vagy KE1, 7. kérdés) véleménye alapján – többek között a Kossuth Kiadó, a Móra Kiadó, a Magvető, az Athenaeum, a Corvina, Park, Mano, Topográf, az Alexandra Könyvesház, az Európa Kiadó, az Ulpus Ház, Jaffa, a Cartographia, a Helikon, az Akadémiai Kiadó és a Reader's Digest Kiadó, a Könyvmolyképző, az Egmont, az Animus mondhatók.

133. A kiadók válaszai (KI1 19. kérdés) alapján a legjelentősebb könyvkiadók:

		Említések száma (/47 kiadó)	Arány (%)
1	Kossuth	31	66.0%
2	Alexandra	29	61.7%
3	Ulpus-ház	26	55.3%
4	Móra	23	48.9%
5	Európa	20	42.6%
6	Magvető	16	34.0%
7	Akadémiai	15	31.9%
8	Park	13	27.7%
9	Gabo	11	23.4%
10	Vince	9	19.1%
11	Könyvmolyképző	9	19.1%
12	Osiris	8	17.0%
13	Líra általában	7	14.9%
14	Egmont	7	14.9%
15	Helikon	6	12.8%
16	Édesvíz	6	12.8%
17	Animus	5	10.6%
18	Apáczai	4	8.5%

134. A kiadók jellemző válaszai az eljárásban a könyvkiadás piaci trendjeiről (KI1 24. kérdés) több tekintetben összecsengenek az MKKE adataiból levonható következtetésekkel: a könyvpiac túlkínálat figyelhető meg, hasonló témában sok könyv jelenik meg, a kereslet évről évre csökken, erős a verseny, a könyvkiadók kiszolgáltatott helyzetben vannak a könyvterjesztőkkel szemben, a könyvterjesztés és -kereskedelem koncentrálódik, egyre kevesebb a jelentős független kiadó a könyvterjesztők vertikális integrációja következtében. A kiadók között általános a véleményem, hogy a kereskedők túl magas árréssel értékesítenek, és (üzleti értelemben) túl sok boltot nyitottak:

- "A könyvkiadók kiszolgáltatottsága és anyagi bizonytalansága miatt rengeteg megy (és fog menni) csődbe, és sok értékes, fontos mű sohasem fog tudni megjelenni!" (AbOvo Kiadó Kft.)
- Az Athenaeum szerint túltermelés jellemző a piacon, túl sok boltot nyitnak a kereskedők, mindezt csökkenő kereslet mellett. (Athenaeum 2000 Kft.)
- A Cicero szerint egyre kevesebb a független jelentős könyvkiadó a kereskedők akvizíciója miatt. (Cicero Könyvestúdió Kft.)
- "Nagy, koncentrált kereskedelmi hálózatok <-> elaprózott, érdekeiket egymással egyeztetni képtelen kicsi kiadók. Az összes többi probléma ebből az alapképletből ered: bizományosi rendszer, túlkínálat, irreális éves címszám, stb." (Fabula Stúdió Kft.)
- "Egyre kevesebb a független, jelentős könyvkiadó a kereskedők akvizíciója következtében" (Gabo Könyvkiadó és Kereskedő Kft.)
- "Csökkenő könyvforgalom, illetve a kereskedők visszaélnek piaci helyzetükkel, egyre elfogadhatatlanabb feltételeket szabva a kiadók felé." (GeneralPress Kiadó Reklámügynökség Nyomda Kft.)
- A HVG-ORAC szerint nehéz eladni, a verseny kiélezett, a nagy könyvhálózatok erősödnek, ennek feltételei érződnek. (HVG-ORAC Lap- és Könyvkiadó Kft.)
- A Jelenkor az alábbiakat emelte ki: fokozódó koncentráció és vertikális integráció. Kisebb könyvkiadók és hagyományos könyvesboltok tönkremenetele. A kereskedés súlypontjának áthelyeződése a bevásárlóközpontok könyváruházaiba. (Jelenkor)
- A Katalizátor szerint a könyvesboltok egyre kevesebb kézben vannak (a független könyvesboltok gyakorlatilag megszűntek), a könyvforgalom évek óta esik vissza. (Katalizátor)
- A Kráter Műhely Egyesület szerint az igazi értéket nem közvetítő könyvekkel lehet nagy nyereségre szert tenni. (Kráter Műhely Egyesület)
- A Múlt és Jövő szerint a piacot a növekvő számú könyvkiadás és a nyomott könyvárak jellemzik. Egyre több könyv egyre kevesebb példányszámban jelenik meg, emiatt növekednek a nyomdaköltségek, és csökkenő az árbevétel, melynek következménye, hogy nő a veszteségesen kiadott könyvek mértéke. (Múlt és Jövő Alapítvány)
- „A kereskedelem koncentrálódik, körbetartozás, műszám emelkedése, differenciálatlan kereskedés, szakkönyvesboltok hiánya, tömeg- és speciális könyvkereskedelem keveredése a jellemző." (Napvilág Kiadó Kft.)
- Az Osiris szerint a kereskedelmi láncok szerepe erősödik, az értékes könyvek (szépirodalom, gyerekkönyvek, tudományos és ismeretterjesztő művek) részesedése rohamosan csökken, a szállítói tartozások növekedése jellemző, és folyamatos és erősödő nyomás helyezkedik a független kiadókra. (Osiris Kiadó Kft.)
- A Ringier szerint a nagy példányszámban eladható, populáris kiadványok törtek előre, és egyre nagyobb teret nyernek a külföldön sikeres licenckönyvek a magyar szerzők háttérbe szorulása mellett. (Ringier Kiadó Kft.)

- A Santos Kiadó szerint általános visszaesés tapasztalható, a kiskereskedők egyre másra nyitják a boltokat és ennek terheit a kiadókra próbálják áthárítani az árrés emelésével. (Santos Kiadó)
- A Saxum Kiadó Bt. szerint rendkívül gyorsan koncentrálódik a kiskereskedelem és a könyvkiadás, és az elmúlt öt évben a gazdaságnál sokszorta nagyobb kiskereskedelmi alapterület jött létre. (Saxum Kiadó Bt.)
- A Typotex szerint a kiadók kétségbeesetten igyekeznek megfelelni a kereskedők igényeinek, és a saját profiljukon belül „sikerkönyveket” kiadni. Ez azonban meghasonlott állapotot teremt, mivel legtöbbször még az adott területen legjobb címek sem számítanak sikerkönyvnek a kereskedők szemében. (Typotex)
- A Vincze az alábbiakat emelte ki: csökkenő vásárlóerő, dömpingár (termelői ár alatt), alacsony példányszám, bedugult kereskedelmi csatornák (bolt). (Vince Kiadó és Kereskedelmi Kft.)
- "Sok könyvkiadó „lekoppintja” a más kiadók által küzdelmes munkával és erőfeszítéssel elkészített és kitalált kiadványt, és ezáltal áron alul értékesíti azt" (Agapé Ferences Nyomda és Könyvkiadó Kft)
- "Forgalom visszaesés, csökkenő egy címre eső példányszám, hipermarketek, plázák szerepének növekedése." (Animus Kiadó Szolgáltató és Kereskedelmi Kft.)
- A Corvina szerint a könyvkiadást a kommercializálódás jellemzi. (Corvina)
- EGMONT Hungary szerint túl sok a kiadvány, és ehhez kevés a vevő. (Egmont Hungary Könyv- és Lapkiadó Kft.)
- "A fizetőképes kereslet stagnál." (Európa Könyvkiadó Kft.)
- "A kereskedelmi egységek számának bővülésével a kiadó kisebb mértékű megjelenéshez jut, mivel kis példányszámban kiadott könyveit mind több és több helyen kell bemutatnia." (Geopen Könyvkiadó Kft.)
- A Holnap kiadó szerint a "lektúr, ponyva, külföldi licence könyvek, bugyuta gyermekkönyvek, túldíszített, tartalmatlan könyvek térhódítása" a jellemző. (Holnap kiadó Kft.)
- A Jaffa szerint részben a kiadói túltermelés, részben pedig a finanszírozási problémák – melyek háttere a következő pontban kifejtendő – miatt, a könyvpiac extrémizálódott: tehát sikerkönyveket és elbukó könyveket találunk rajta, a középmezőny ritkás. Ha diverzebb, kiadói szempontból árnyaltabb piacot szeretnénk, akkor kívánatos lenne, hogy inkább a – fogyási szempontból – középmezőny erősödjék. Amíg azonban a túltermelés következtében szinte lehetetlen tájékozódni, és amíg a finanszírozási problémák miatt minden egyes megjelenésükkel sokszor a jövőjüket teszik kockára a kiadók, nem várható javulás. (Jaffa)
- "A fizetőképes vásárlók számának csökkenése, a könyvvásárlói szokások átalakulása, általános forgalomcsökkenés." (Kassák Könyvkiadó Kft.)
- A Kelly az alábbiakat emelte ki: túlkínálat, csökkenő fizetőképesség. (Kelly)
- Centralizáció, túltermelés, árnövekedés, túlkészletezés jellemzi a piaci trendeket a Könyvmolyképző Kiadó szerint. (Könyvmolyképző Kiadó És Kereskedelmi Kft.)
- "Nagy példányszámú, rövid, ám erős marketing kampánnyal kísért sikerkönyvek köre központosuló üzletpolitika a jellemző" a Kortárs Kiadó szerint. (Kortárs Könyvkiadó Kft.)
- "Túltermelés, külföldi átvételek, leárazások." (Kossuth Kiadó Zrt.)
- "Növekvő műszám, csökkenő átlagpéldányszám, alacsony vásárlóerő jellemző." (K.u.K. Könyv- és Lapkiadó Kft.)
- "Csökkenő példányszám, illetve vásárlóerő" (M-Érték Kereskedelmi és Szolgáltató Kft.)

- A Maecenas szerint jellemző a bővülő kínálat – csökkenő kereslet, az arányok eltolódása az igénytelen kiadványok felé, és a partnerek közötti szerződéses fegyelem lazulása. (Maecenas Könyvkiadó)
- A Magvető az alábbiakat emelte ki: túltermelés, túl sok bolt, amely még nagyobb túltermeléshez vezet csökkenő kereslet mellett. (Magvető)
- "Emelkedő nyomott példányszámok." (Manó Könyvek Kft.)
- "Gyermek és ifjúsági könyvek cím+eladás, ismeretterjesztő kiadványok cím+eladás" (Móra Ferenc Ifjúsági Könyvkiadó Zrt.)
- A Nap Kiadó Kft. szerint a könyvkiadást a kommercializálódás jellemzi. Továbbá csökken az eladás, a gazdasági válság hatása erősen érződik a könyvpiacra, viszont a szellemileg értékes könyvek fogyása csak nagyon lassan csökken. (Nap Kiadó Kft.)
- "Elárasztották a piacot az olcsó, silányabb minőségű könyvek, túl sok könyv jelenik meg ugyanabban vagy hasonló témában, egyre erősödő árverseny, állandósult és egyre nagyobb mértékű akciózás a jellemző." (Reader'sDigest Kft.)
- "Az idei évben a kiadói tevékenységet visszafogottság jellemzi, a Kiadók kevesebb újdonságot, kisebb példányszámban jelentetnek meg, s fogyasztói áraikat is igyekeznek szinten tartani, illetve a kereslethez igazítani. A Kiadók 90%-a újdonságaik megjelentetését az áprilisi Könyvfesztiválra, az Ünnepi Könyvhétre és a Téli Könyvvásárra időzíti az utóbbi években." (Tessloff Babilon Kiadó Kft.)
- "Online értékesítés szerepének növekedése, egyre gyakoribb árleszállítások, törzsvásárlói akciók" (Topográf Térképészeti Kft.)

III.4.2 Könyv-nagykereskedők

135. Az MKKE nyilatkozata alapján a nagykereskedelem és a kiskereskedelem nehezen különíthető el, mert kevés, és csak relatíve kisebb vállalkozás rendelkezik „tisztán” nagykereskedelmi profillal: a legjelentősebb bolthálózatokkal rendelkező kiskereskedő vállalkozások, vállalkozáscsoportok a legjelentősebb nagykereskedők is egyben, azaz saját (esetleg franchise) kiskereskedelmi üzletáguk mellett más, szintén a kiskereskedelemben tevékenykedő vállalkozásoknak is szállítanak nagykereskedőként (Vj-096-057/2009. sz. irat).

136. A kiadók döntő része jellemzően kiskereskedelmi és nagykereskedelmi szerződést is köt terjesztő partnereivel (KI1 52. kérdés), néhányan a válaszadók közül – többnyire vertikálisan integrált kiadók – csak nagykereskedelmi szerződést jelöltek meg. A meghatározó kereskedők (a Libri kivételével) a nagy- és kiskereskedelmi értékesítésben egyaránt jelen vannak, ennek megfelelően kiskereskedelmi és nagykereskedelmi szerződést egyaránt kötnek (KE1 38. kérdés).³⁵

137. Az eljárás alá vont kiadók szerint a kiskereskedelmi és nagykereskedelmi szerződési feltételek között alapvetően nincs különbség, a szerződés egyes részletei különböznek, főleg az árrés (KI1 53. kérdés). Az eljárás alá vont kereskedők szerint (KE1 39. kérdés) sincs alapvető eltérés, jellemzően az árrés és fizetési határidők különböznek (Bookline). A Líra szerint a szerződések egyes tartalmi elemei eltérhetnek (eltérésként a kiadók kiskereskedelmi, nagykereskedelmi vagy mindkettő közötti választását jelöli meg).

³⁵ A nagy- és a kiskereskedelmi tevékenység a piaci szereplők számára nem mindig válik el egyértelműen: a kiadók válaszaikban a nagykereskedelemmel nyilatkozata szerint nem foglalkozó Libri-t is gyakran említik a jelentős könyv-nagykereskedők között.

138. Az eljárás alá vont kereskedők (KE1 6. kérdés) és a megkérdezett kiadók (KI1 18. kérdés) válaszainak összesítése alapján a nagykereskedelem legjelentősebb szereplőinek becsült piaci részesedései a következők:

Kereskedők válaszai alapján		Kiadók válaszai alapján		
Név	Becsült részesedés (%)	Név	Említési arány (%)	Becsült részesedés (%)
Pécsi Direkt	25-30%	Pécsi Direkt	81%	27%
Líra és Lant	20%	Libri (<i>tévesen</i>)	34%	24%
Talentum	10%	Líra	85%	18%
Tóthágas Plusz	15%	Bookline	47%	13%
Pult	5%	Tóthágas	62%	7%
Zagora 2000	5%	Talentum	19%	3%
Librotrade	10%	Sunbooks	17%	13%
Bookline	2.50%	Könyvtárellátó	17%	4%
Könyvtárellátó	-	Merhavia	13%	3%
Egyéb	7.50%			
Összesen	100%			

139. Mint az már megjegyzésre került, a nagykereskedelmi piac szereplői és a kiskereskedelmi piac szereplői között átfedés figyelhető meg. A nagykereskedelmi piacon kevesebb kis szereplő van jelen, a piac némileg koncentráltabb, mint a kiskereskedelem, tisztán nagykereskedelmi szereplő nemigen van; az eljárás alá vont Pécs Direkt tűnik a legnagyobb szereplőnek 30% körüli részesedéssel, a Lírával és a Bookline-nal együtt hozzávetőleg a piac felét lefedik. Az MKKE szerint (Vj-096-057/2009. sz. irat) nehéz pontos piaci részesedéseket meghatározni; a Libri, a Pécsi Direkt, a Líra és a Bookline terjesztőket valóban a legnagyobb kereskedők között tartja számon a könyvpiac, mellettük a könyvimport és az import könyvek nagykereskedelmének domináns szereplőjével, a LibroTrade-del.

140. A piac bizonyos értelemben speciális szereplője a Libro-Trade, mely vállalkozás a teljes könyvforgalom kb. 5 %-át jelentő import könyvek (külföldről importált idegen nyelvű kötetek) értékesítésének meghatározó – a vizsgált időszakban az elérhető adatok szerint szinte kizárólagos – szereplője, így a magyar könyvforgalomban a külföldi kiadók forgalmának nagy részét képviseli.

III.4.3 Könyv-kiskereskedők

141. Magyarországon az MKKE adatai szerint körülbelül 750 könyvesbolt van, melyeknek számát tekintve nagyobb része egy-két boltot irányító családi vállalkozásként működik, inkább vidéki elhelyezkedéssel.

142. A hagyományos (offline) könyv-kiskereskedelmi modell nem változott alapvetően az elmúlt évtizedekben. Az üzlethálózat mérete és az üzletek elhelyezkedése stratégiai kérdés.

143. Az eljárás alá vont kereskedők (KE1 5. kérdés) és a megkérdezett kiadók (KI1 17. kérdés) válaszainak összesítése alapján a könyv-kiskereskedelem legjelentősebb szereplőinek becsült piaci részesedései a következők (amin az is látható, hogy a) a könyvek kis- és nagykereskedelme

egyaránt koncentráltabb, mint a kiadói piac, és b) a nagykereskedelem koncentráltabb, mint a kiskereskedelem):

Kereskedők válasza alapján		Kiadók válasza alapján		
Név	Becsült részesedés (%)	Név	Említési arány (%)	Becsült részesedés (%)
Pécs Direkt	12-22%	Pécsi Direkt	79%	25%
Libri	12-18%	Libri	79%	20%
Líra és Lant	8-9%	Líra	77%	12%
Tóth Könyvk.	4%	Bookline	68%	12%
Pult	4%	Tóthágas	49%	7%
Bookline.hu	3,5-5%	Pult	40%	4%
Tóthágas Plusz	2%	Talentum	17%	1%
Talentum	2%	Könyvtárellátó	15%	3%
Imbu	3%	Libro-Trade	9%	8%
Makro Book	N/A	Tesco	9%	N/A
Egyéb	35%	Vince	6%	N/A
Összesen	100%	Merhavia	6%	N/A

144. A könyvkereskedők véleménye szerint a könyvértékesítési trendeket illetően (KE1 12. kérdés) a kisebb könyvesboltok iránti érdeklődés csökken, áttérődik a bevásárlóközpontok felé, felerősödött a kiterjedt bolthálózat szerepe, a vásárlói igények a minőség és a széles termékválaszték irányába mozdultak el. Tapasztalatuk szerint a fogyasztók egyre tudatosabbak, és az árleszállítások, törzsvásárlói kedvezmények adta lehetőségeket is igyekeznek kihasználni.

- "A világon mindenhol az értékesítési csatornák közül az online értékesítés forgalma növekszik, míg a többi értékesítési mód forgalma stagnál vagy csökken. A bolthálózat szerepe felerősödött mivel az óriási túltermelési dömping miatt az eladási felület vált a legfontosabb tényezővé. Véleményem szerint az üzletek alapterületének növekedése a vásárlói igényhez lett igazítva, mivel ma már a vásárlók elvárják, hogy nagy, tágas átlátható térben kínálják nekik a termékeket. A régi klasszikus "könyvtárszerű" üzleteknek már nincs létjogosultsága a piacon." (Pécsi Direkt Kereskedelmi és Szolgáltató Kft.)
- "Erősen növekszik az online vásárlás forgalma. Ez a Libri esetében közel 40%-os növekedést mutat az előző évhez képest. Ugyanakkor azt is meg kell jegyeznünk, hogy a Librinek ezen a területen van hova fejlődnie. Versenytársai lényegesen magasabb forgalmakat generáltak már az előző években is online területen, ezért feltehetőleg náluk a növekedés némileg lassulhatott. Az online megrendelések átvétele viszont egyre inkább eltolódik a bolti átvét irányába (kb. a megrendelések 50%-a), ahol a vásárlók ingyen átvehetik a megrendelt könyveket, megtakarítva ezzel a kézbesítés díját. A vásárlók száma 2009-ben egyértelműen csökken. A Libri országos átlaga (Budapest és vidék összesen) éves szinten kb. 10%-ot esett. Amíg a kosárérték 2008. januártól augusztusig terjedő időszakban 3,2%-ot növekedett, 2009-ben ugyanebben a periódusban 1%-ot csökkent. Kisebb belvárosi könyvesboltok iránti érdeklődés csökken, áttérődik a bevásárlóközpontok felé. Összefoglalva nem csak a vásárlások száma, de a vásárlók által könyvre fordítható összeg is csökken, és a vevők minden megtakarítási lehetőséget kihasználnak, így a recesszió hatása több oldalról is visszafogja a forgalom növekedését. ugyanakkor évről évre növekszik a kiadott könyvek és

mennyiségek száma, és ez a túltermelés ugyancsak nem használ a hazai könyvkereskedelemnek." (Libri Könyvkereskedelmi Kft.)

- A Líra szerint növekszik az online értékesítés, jellemző továbbá az árleszállítás, klubok, törzsvásárlói kedvezmények, rendkívüli kihelyezett árúsítások. (Líra)
- Az online értékesítés elenyésző, a legnagyobb súlyú a nagyker értékesítés, a bolthálózat szerepe pedig elég kicsi. (TótHágas Plusz Kft.)
- „Akik ragaszkodnak a könyvesboltban történő vásárláshoz, azok is egyre nagyobb számban használják az internetet a vásárlás előtti tájékozódásra (hol kapható egy bizonyos könyv, összehasonlíthatják a különböző kiadásokat). Az online tájékozódás után a hagyományos könyvesboltban veszik meg a terméket. A vásárlók másik része az üzletekben böngészni végig a kínálatot, majd online rendeli meg, mivel így olcsóbban juthat a könyvekhez. Ebben az esetben sokszor csak a kedvezmény mértéke dönt arról, melyik online könyvruházat választja. Megfigyelhető az a tendencia, hogy a vásárlók egyre tudatosabban azokat az online áruházakat választják, amelyek több és jobb szolgáltatást kínálnak versenytársaiknál, még annak ellenére is, hogy esetleg a kedvezmény mértéke nem ott a legnagyobb. Ez a vásárlói igények minőség irányába történő elmozdulását jelzi. Offline vonalon elsősorban a nagy alapterületű (pl. üzletközpontban található) könyvesboltok és a szakkönyvvel foglalkozó üzletek azok, amelyek a jövőben fennmaradhatnak. A kis üzletek nem képesek akkora választékot tartani, amivel versenyezni tudnának a nagyokkal. Tovább erősödhet viszont a hipermarketekben (Tesco, Auchan, Cora) a könyvforgalom, amit a könyvosztályok látványos bővítése is igazolni látszik.” (Bookline.hu Nyrt.)

145. Az eljárás alá vont piacvezető könyvterjesztő vállalkozások bonyolítják le a könyvforgalmazás hozzávetőleg felét (a kiadók válaszai alapján számítva a négy terjesztő együttes piaci részesedése inkább a kétharmadhoz van közel). Mindhárom vállalkozás (Pécsi Direkt, Líra, Libri) több tucat könyvesbolttal rendelkezik, Budapest és más nagyvárosok frekventált részein tartanak fenn nagy alapterületű, bő választékú üzleteket, sok pláza üzletet, illetve kisebb, specializált üzleteket is (KE1 3. kérdés).

- Az eljárás alá vont piacvezető könyvterjesztők 2008-ra országszerte összesen közel 200 bolttal rendelkeztek, ami egyrészt a többi kereskedő cég lefedettségéhez képest jelentősnek mondható, másrészt ezen bolthálózatok boltokat illető számarányuknál nagyobb kereskedelmi értéket, magasabb bevételi hányadot képviselnek (lokáció, választék, brand és marketing, országos lefedettség, stb. következtében).
- A bolthálózatok bővülésének ütemét mutatja, hogy a Libri 2004 és 2008 között 14 új boltot nyitott (+40%), a Pécsi Direkt 39 új boltot nyitott (+80%), a Líra pedig több, mint megháromszorozta 2004-ben meglévő 16 boltját. A Bookline 2008-ra négy, 2012-re öt áruházat tart fent, és további átvevőhelyeket biztosít – 2006 óta rendelkezik (offline)könyvruházakkal, kizárólag előtte online értékesített.

146. A nagyméretű kiskereskedelmi láncok (és a könyvdiszkontok) piaci részesedése az MKKE adatai alapján 10-20 százalékra becsülhető, mely ellátásának jelentős része a Libri vállalkozáscsoportjába tartozó Sunbooks-hoz köthető. A kiskereskedelmi láncok a legtöbbször kizárólagos beszállítói szerződést kötnek a nagykereskedővel („belistázás”, azaz a kiadványokat egy adott lánc esetében általában csak egy kereskedő listázhatja be), ami szinte mindig fix mennyiség megvásárlását jelenti, de korlátlan visszáru joggal (Líra által előadottak, Vj-096-072/2009. sz. jegyzőkönyv). A terjesztők ugyanakkor nagykereskedőként döntő többségében olyan könyvet értékesítenek tovább, melyet a kiadótól bizományi keretszerződés alapján vesznek

át, ami lehetőséget ad a könyvek visszaszállítására a kiadónak abban az esetben, ha a hipermarket „visszárúzik”.

147. A könyvkereskedők tapasztalatai szerint a könyvpiacra a hagyományos értékesítési csatornák ellenében – melyek forgalma stagnál vagy csökken – az online vásárlások arányának növekedése figyelhető meg. Az MKKE adatai szerint az internetes könyvértékesítés 2008-ban az éves könyvforgalom 5-7 %-át (4-5 milliárd forint) teszi ki.

148. Nemzetközi könyv-kiskereskedők (pl. Amazon) is szállítanak Magyarországra könyveket online rendelés alapján, de ezen – gyakorlatilag kizárólag külföldi kiadású, idegennyelvű könyveket érintő – forgalomról nem állnak rendelkezésre adatok (jelentős forgalomra utaló jelek azonban a vizsgálat során nem mutatkoznak, az MKKE ezt nem is említi). Az MKKE szerint az idegennyelvű külföldi kiadású könyvek gyakorlatilag egészét a Libro-Trade értékesíti Magyarországon.

149. Összefoglalva: a kiadók jellemzően kiskereskedelmi és nagykereskedelmi szerződést is kötnek a meghatározó terjesztőkkel (a terjesztés ezen szintjeinek szereplői között erős átfedés van), melynek feltételei között alapvetően nincs különbség (az árés paramétere ugyanakkor eltér). Az összevont adatok tanúsága szerint a nagykereskedelmi piac némileg koncentráltabb, mint a kiskereskedelem, ahol nagyobb számban működnek kisebb méretű vállalkozások (a keresletnek ugyanakkor egyre csökkenő részét lefedve), mint a nagykereskedelemben. Az eljárás alá vont piacvezető könyvterjesztők a forgalom hozzávetőleg felét-kétharmadát fedik le. A terjesztők szerint az online vásárlás arányának növekedése figyelhető meg, melynek aránya az MKKE adatai szerint 2008-ban a forgalom 5-7 %-át tette ki.

III.4.4 Vertikális integráció

150. Az utóbbi évtizedben a vertikum legerősebb láncszemeivé fejlődő könyvterjesztő vállalkozások a kis- és nagykereskedelem mellett tevékenységüket a könyvkiadásra is kiterjesztették. A kiadói szinten való részvétel vertikális integrációt jelent: a Pécsi Direkt, a Lira és a Libri kiadói tevékenységet is végez, azaz ezen piaci szereplők egy ideje a teljes vertikumban jelen vannak: könyvkiadás, könyv-kiskereskedelem, (a Lira és a Pécsi Direkt esetében) más kiskereskedők ellátása: nagykereskedelem, közvetítő kereskedelem.

151. A Libri (Vj-096-078/2009.) és a Bookline (Vj-096-076/2009.) egyaránt piaci előnyként hivatkozott a vertikális integrációra, a vertikálisan integrált szereplők jelenlétét pedig a piac átláthatóságával is összefüggésbe hozták, mivel az integrált szereplők kiadóként és terjesztőként is szerződnek terjesztőkkel és kiadókkal, ami mindkét piacot illetően jobb informáltságot jelent; továbbá, a szerződő partnerek között további vertikálisan integrált szereplők is vannak.

152. A Pécsi Direkt, a Lira és a Libri „érdekkörükbe tartozó” kiadóként jelölték meg több kiadót is, emellett kiadókkal fentartott exkluzív terjesztési keretmegállapodásokról is beszámoltak. Igaz ugyan, hogy – gazdasági értelemben véve – a kizárólagos terjesztési keretmegállapodás is bizonyos fokú integrációnak minősíthető, azonban a versenyjog a Tptv. 15. §-a szerinti vállalkozáscsoport fogalmát a Tptv. 23. §-a szerinti az irányítási szempontú

III.5. Szerződéses kapcsolat kiadó és terjesztő között

III.5.1 A piaci gyakorlat

153. A versenyfelügyeleti eljárás során megkeresett eljárás alá vont kereskedők nyilatkozatai alapján ismert (KE1 15. kérdés), hogy a könyvpiacra a kereskedők átlagosan több száz, esetleg ezer feletti kiadóval állnak szerződéses kapcsolatban. 2009-ben a Lira és a Pécsi Direkt nagyságrendileg hasonló, ezer feletti számú érvényes szerződéssel rendelkezett, a Bookline és a Libri kevesebb, ennek kb. harmadát-negyedét kitevő számú szerződéssel rendelkezett az adott időszakban. A Pécsi Direkt, a Lira és a Bookline esetében 2004 és 2009 között növekedett a kiadókkal kötött szerződések száma, míg a Libri esetében az időszak végére csökkent a szerződések száma. 2008-ról 2009-re a Pécsi Direkt kivételével minden eljárás alá vont kereskedő esetében csökkent a szerződéses kapcsolatok száma.

154. A könyvterjesztők legfőbb kiadó-partnerként a következő kiadókat jelölték meg: Alexandra Könyvesház, Európa Kiadó, Magvető Kiadó, Athenaeum Kiadó, Corvina Kiadó, Ulpius-ház, Talentum Kiadó, Könyvmolyképző Kiadó, Kossuth Kiadó, Móra Kiadó, Édesvíz Kiadó, Egmont Kiadó, Gabo Kiadó. A négy nagy terjesztő, a Libri, a Lira, a Pécsi Direkt és a Bookline az alábbi kiadókat tekinti fő szerződéses partnereinek (KE1 8. kérdés):

Libri	Lira	Pécsi Direkt	Bookline
Ulpius	Alexandra (Pécsi Direkt)	Európa (Pécsi Direkt)	Alexandra (Pécsi Direkt)
Libro- Trade	„Lira érdekeltségű kiadók“	Animus	„Lira-csoport“
Európa (Pécsi Direkt)	Ulpius-ház	Talentum (-Gabo)	Ulpius-ház Kiadó
Talentum (-Gabo)	Móra	Ulpius-ház	Édesvíz Kiadó
Könyvmolyképző	Édesvíz	Egmont	Gabó Kiadó (-Talentum)
Zagora	Egmont	M-Érték	Osiris Kiadó
Kossuth (Libro-T)	Holló	Édesvíz	Egmont
Móra	Animus	Geographia	Móra Kiadó
Jaffa (Libri)	General Press	Szukits	Kossuth Kiadó
Egmont	Kossuth	Móra	Európa Kiadó (Pécsi Direkt)
		Kossuth	

155. A nagyszámú szerződéses kapcsolatból eredően a piacvezető terjesztők árbevételében egy-egy kiadó termékei a bevételnek jellemzően csak néhány százalékát teszik ki: egy-egy kiadó az adott kereskedő forgalmának tipikusan csekély hányadát fedi le (KE1 8. kérdés).

156. A kiadók válaszaiból kitűnik (KI1 28. és 29. kérdés), hogy jellemzően több kereskedővel is szerződéses kapcsolatban állnak: a megkérdezett kiadók 2009-ben átlagosan kb. 20 kereskedővel kötöttek szerződést, de igen nagy a szórás: egyes kiadók (két kiadó) száz feletti számú kapcsolatról nyilatkoztak, más kiadók csak egy adott terjesztővel szerződnek (ilyen például a Lira irányítása alatt álló Athenaeum, de e tekintetben ide tartoznak a kizárólagos terjesztési megállapodásban álló független kiadók is; exkluzív megállapodásokról több eljárás alá vont terjesztő is nyilatkozott). A kiadók által kötött terjesztői szerződések átlagos száma inkább

10-15 körül van, 10 választ adó kiadó 2009-ben ezen átlagon felüli számú terjesztővel állt kapcsolatban. Lényeges továbbá, hogy

- a kiadók szerződéses kapcsolatainak száma nagyságrendekkel kevesebb, mint a könyvterjesztők szerződéses kapcsolatainak száma az általuk forgalmazott könyvek kiadóival, ami jellemzően több száz, de több esetben ezer felettire rúg (KE1 15. kérdés), és hogy
- a kiadók forgalmának nagy része az eljárás alá vont meghatározó könyvterjesztőkön, a fő terjesztési partnereken keresztül realizálódik (KI1 20. kérdés).

157. A kiadók fő terjesztési partnereiknek (KI1 20. kérdés) az alábbi vállalkozásokat nevezték meg:

Könyvterjesztő	Említések száma (/47)	Említési arány (/100%)	Az említésekhez kapcsolódó bevételi hányad egyszerű átlaga
Líra	36	77 %	21,3 %
Libri	34	72 %	19,8 %
Pécsi Direkt	34	72 %	30,4 %
Bookline	26	55 %	10,0 %
Tóthágas	22	47 %	14,7 %
Könyvtárellátó	16	34 %	4,0 %
Pult	15	32 %	2,8 %
Sunbooks	9	19 %	8,8 %

158. A kiadók válaszairól (KI1 20. kérdés) összességében az is elmondható, hogy

- a kiadók jellemzően ugyanazt az 5-6 kereskedőt jelölték meg fő szerződéses partnereiknek (a fentiek szerint a kiadó összes terjesztői szerződésének átlagos száma ennél természetesen magasabb, 10-15 körül van),
- a kiadók bevételi hányadai alapján az eljárás alá vont Líra/Sunbooks, Pécsi Direkt, Libri és Bookline piacvezető könyvterjesztőnek számítanak (a táblázat egyszerű átlagot, és nem súlyozott átlagot közöl), melyek együttes forgalma a kiadók jelentős forgalmát fedi le (erről a bevételi hányadok alapján lehet képet nyerni).

159. A válaszok alapján általánosnak mondható tendencia, hogy 2009-ben a kiadók kevesebb kereskedővel kötöttek szerződést, mint 2004-ben. Növekedés a terjesztési szerződések számában csak egy-két kiadónál volt megfigyelhető, és főként viszonylag új alapítású kiadók esetén volt jelentős (KI1 28. és 29. kérdés).

160. A kiadók fele nyilatkozta, hogy kevesebb (egy-két) bolttal rendelkező könyvkereskedőkkel is szerződést köt (KI1 27. kérdés, kiadók által megjelölve pl. a Pult, Makro-Book, Ráday Könyvesház, Pozsonyi Pagony, Írók Boltja, Vince, Lexika, Láng, Helikon, Magyar Könyvklub, Ulpius Könyvesbolt, Holnap, Gondolat Könyvesbolt, Pont Könyvesbolt, Altantisz).

III.5.2 A felek alkuereje

161. A kiadó és a kereskedő közötti üzleti kapcsolatra nézve a kereskedői oldal tárgyalóereje a meghatározó: a piacvezető terjesztők rendszerint az eljárás alá vont kiadók fő terjesztési partnerei (KI1 20. kérdés), a forgalom jelentős részét fedik le, a velük való szerződést a legtöbb kiadó üzletileg megkerülhetetlennek értékeli (KI1 26. kérdés). A 46 válaszadó kiadóból a Pécsi Direktet 41 kiadó (89%) értékelt megkerülhetetlen üzleti partnernek, a Lírát 39 kiadó (85%), a Librit 36 kiadó (78%), a Bookline-t pedig 31 kiadó (67%). Az esetek döntő többségében a kiadók legalább a Pécsi Direkt, Lira és Libri szereplőket megkerülhetetlen szerződéses partnernek tartják. Összességében a kiadók nyilatkozata úgy foglalható össze, hogy a meghatározó kereskedők piaci súlya, bolthálózatának mérete folytán a kiadó „túl sokat veszítene”, ha kiadványai nem lennének elérhetőek az adott kereskedő terjesztési hálózatában.

162. A vezető könyvterjesztők ugyanakkor nagyságrendekkel nagyobb számú kiadóval állnak kapcsolatban, melyek egyenként forgalmuknak csak kis hányadát fedik le (KE1 8. kérdés).

163. A kiadók előadása szerint (KI1 55. kérdés) a terjesztési szerződés tartalmára a kereskedőknek van nagyobb ráhatása: a 37 eljárás alá vont kiadó közül 21 nyilatkozott eképpen, egy kiadó említette a kiadót, a fennmaradó 14 kiadó árnyaltabban fogalmazott (alku, kölcsönös, változó, tárgyalás, megegyezés, stb.).

164. Összefoglalva: a terjesztői oldal alkuereje jelentősen erősebb, mint a kiadói oldalé, ami a kiadók válaszai alapján abban is lemérhető, hogy a terjesztési szerződés tartalmára a terjesztőknek van nagyobb ráhatása. A piacvezető terjesztők legtöbbször a kiadók fő partnerei között vannak, azok forgalmának általában jelentős részét generálva; a velük való szerződést a legtöbb kiadó üzletileg megkerülhetetlennek értékeli: a meghatározó kereskedők piaci jelentősége folytán a kiadó „túl sokat veszítene”, ha kiadványai nem lennének jelen ezen terjesztési hálózatokban. A vezető könyvterjesztők ugyanakkor nagyságrendekkel nagyobb számú kiadóval állnak kapcsolatban, melyek egyenként forgalmuknak csak kis hányadát fedik le.

165. A kiadók döntő többsége (35 válaszadóból 30) arra a kérdésre, hogy véleménye szerint milyen a kiadók és kereskedők viszonya (KI1 25. kérdés), egyértelműen úgy nyilatkozott, hogy a viszony feszült és egyenlőtlen, a kiadók kiszolgáltatottak, a kereskedők alkuereje és akarata érvényesül, ők diktálnak, erőpolitikát alkalmaznak; több kiadó részletesen is kifejtette, hogy a gyakorlatilag kizárólag bizományosi szerződésre hajlandó terjesztők jutalékuk folyamatos emelése mellett jelentős késéssel fizetnek a kiadónak (a fizetési határidő az egyik leggyakoribb szerződéses konfliktus szerintük). Néhány kiadó a növekvő jutalék kapcsán azt is megjegyzi, hogy a jutalék szintje aránytalanul magas a nyújtott szolgáltatás színvonalához képest. Egy kiadó nem tudott általános véleményt adni, a Magvető, Corvina, Manó és a M-Érték kiadó szerint a viszony jó, kiegyensúlyozott. Több kiadó azt is hangsúlyozza, hogy a kiadók és terjesztők kölcsönösen egymásra vannak utalva.

A kiadók nyilatkozatai:

- "Legfőképpen a független könyvkiadók szinte tökéletesen kiszolgáltatottak a kereskedőknek!" (AbOvo Kiadói Kft.)
- Az Ad Librum szerint egymásrautaltság jellemző összességében, de a nagykereskedelem erős alkupozíciója lehetővé teszi, hogy egyes kiadókat felemeljenek és másokat nehéz helyzetbe hozzanak. Nem személyes, hanem strukturális problémákról van szó. (AdLibrum Kiadó)

- Az Édesvíz általános véleményét nem tud adni a kereskedők, kiadók viszonyáról, saját esetében megfelelő szerződéses viszony áll fenn. (Édesvíz Kulturális Szolgáltató Kft.)
- Egmont Hungary szerint ez egy olyan függőségi viszony, melyet a nagykereskedők fizetési késedelme, nem fizetése, és a magas árresek jellemeznek. (Egmont Hungary Könyv- és Lapkiadó Kft.)
- "A kereskedők egyre inkább diktálnak, a kiadók irányába egyre elfogadhatatlanabb feltételeket próbálnak támasztani, amelyekkel lehetetlenné teszik a kiadók gazdaságos működését." (GeneralPress Kiadó Reklámügynökség Nyomda Kft.)
- "A kereskedők bizományosi rendszere miatt teljes függőségben tartják a kiadókat. A valóságos eladásba történő betekintés körülményes. A kereskedők semmilyen kockázatot nem vállalnak. Az árás mértéktelen emelése, ellehetetleníti a kiadót. ... A kiadók teljes mértékben ki vannak szolgáltatva a példányszámban és a %-ban is." (Gesta Könyvkiadó Kft.)
- A HVG-ORAC szerint a kiskereskedők és a kiadók egyre inkább kiszolgáltatott helyzetbe kerülnek a nagy könyvhálózatokkal szemben. (HVG-ORAC Lap- és Könyvkiadó Kft..)
- "A Jaffa szerint a legfontosabb momentuma ennek a kérdésnek a könyvpiacra található abszolút negatív fizetési morál. (Ez alól az egyetlen kivételt képező cég a Libri, amely hagyományosan napra pontosan fizeti a számlákat.) Régebben ez „mindössze” azt jelentette, hogy néhány hetet késtek a kereskedők – az egyébként is indokolatlanul hosszú – fizetési határidőkhöz képest. Az írott szerződéseket pénzügyi vonatkozásokban soha nem tartották be. Ez a helyzet a válság kezdete óta érezhetően rosszabbodott. Nyilvánvalóvá vált, hogy a bizományosi alapon a kereskedésekben megtalálható – tehát mindvégig a beszállító, a kiadó tulajdonát képező – könyveink ellenértékét az eladások után nem adják át jogos tulajdonosának, a kiadónak, hanem más célokra – ingatlan- és üzletfejlesztés stb. – fordítják. A fenti problémákkal kapcsolatban a kiadók nincsenek abban a helyzetben, hogy jogorvoslatért fordulhatnának, hiszen mérlegre kell tenniük, hogy ha követeléseiket érvényesíteni próbálják valamely jelentős könyvkereskedelmi céggel szemben, akkor ott a továbbiakban nem fogják kiszolgálni, és elveszíti a forgalmának egy jelentős hányadát. Az utóbbi időkben csődbement kereskedőcégek (Lap-Ics Kft, Móró Kft) sorsa pedig jóformán arra inti a kiadókat, hogy esetleg további áldozatok (további hitelezés) árán is „támogassák”, ne pedig támadják az alkalmasint rossz üzletpolitikát folytató kereskedőcégeket, hiszen ha a kereskedő csődöt jelent, akkor már teljesen lehetetlen a többnyire hónapok óta kumulálódó követeléseket érvényesíteni.” (Jaffa)
- A Jelenkor szerint a kereskedők és a kiadók viszonya feszült és egyenlőtlen. A nagy kereskedők egyre előnytelenebb feltételekkel hajlandóak forgalmazni a könyveket, és a kiadóknak nincs eszközük arra, hogy ennek a nyomásnak ellenálljanak. (Jelenkor)
- "A könyvkiadás és terjesztés egy közös kört képvisel a magyar kultúrában és művelődésben. Véleményem szerint a könyvterjesztők és kiadók viszonya – a korábbi évek gyakorlatának megfelelően – továbbra is működőképes és kulturált. " (Kassák Könyvkiadó Kft.)
- A Katalizátor szerint néhány nagy kiadót kivéve a kiadók ki vannak szolgáltatva a könyvesbolthálózatokat birtokló cégeknek, amelyek erőfölényükkel visszaélve diktálnak, miközben minimális szolgáltatást nyújtanak. (Katalizátor)
- Könyvmolyképző Kiadó szerint a kiadók kiszolgáltatott helyzetben vannak, csak igen nehezen tudják érvényesíteni az érdekeiket, vagy sehogy.
- A Kortárs Könyvkiadó szerint egyre kiszolgáltatottabbá válnak a kiadók a kereskedőkkel szemben, hiszen csak bizományosi árbevétellel rendelkeznek, valamint jellemző még a nagypéldányszámokba hajsolás is, ami azt jelenti, hogy a nagykereskedők nagy példányszámokat követelnek a kiadóktól, hogy megfelelően téríteni tudjanak a túlfejlesztettnek mondható bolthálózatukban. (Kortárs Könyvkiadó Kft.)

- "Kereskedői erőfölény, árrésnövelő követelések, differenciálatlanság." (Kossuth Kiadó Zrt.)
- A Kráter Műhely Egyesület szerint a kiadók ki vannak szolgáltatva a kereskedőknek, a kereskedő diktál, a kiadóknak nincs választásuk. (Kráter Műhely Egyesület)
- "Változó, kiszolgáltatott." (K.u.K. Könyv- és Lapkiadó Kft.)
- A Maecenas szerint a kiadók kiszolgáltatott helyzetben vannak. (Maecenas Könyvkiadó)
- "Nincs kölcsönös alku, erőpolitizálás jellemző a kereskedők részéről" (Móra Ferenc Ifjúsági Könyvkiadó Zrt.)
- A Múlt és Jövő szerint a kereskedők és a kiadók is a saját érdekei érvényesítésére törekszenek. Ez a terjesztőknek sikerül, a kiadóknak nem, az 50-60% és afölötti terjesztői árrés a könyvek fogyasztói árában azt eredményezi, hogy ellehetetlenül a könyvkiadás, mert az előállítási költséget nem fedezi az árbevétel. (Múlt és Jövő Alapítvány)
- Látszólag jó, de erős fölény van a kereskedői oldalon, és ezt éreztetik is. (Nap Kiadó Kft.)
- A Napvilág Kiadó szerint a kereskedők-kiadók viszonya egyensúly nélküli, nem szimmetrikus, a kereskedők visszaélnék a helyzetükkel. (Napvilág Kiadó Kft.)
- Az Osiris szerint a független és kis kiadók totális kiszolgáltatottsága jellemző. (Osiris Kiadó Kft.)
- "Kiadónk elsősorban a DM-piacon tevékenykedik, sajátos pozíciójából fakadóan "kívülákkóként" szemléljük a könyvkereskedelmet, és jellemzően alkalmazkodunk az ott kialakult helyzethez. Tapasztalatunk szerint a könyvpiacot elsősorban a kereskedők uralják, ők szabják meg az értékesítés feltételeit, melyeket a kiadók kereskedelmi erejük függvényében igyekeznek a saját érdekeikhez illeszteni. Ez kis kiadók esetében igencsak nehezen kivitelezhető." (Reader'sDigest Kft.)
- A Ringier szerint a kereskedők töltik be a vezető szerepet, ők diktálják a feltételeket. (Ringier Kiadó Kft.)
- A Santos Kiadó szerint a ... [piacvezető terjesztő] diktátuma óta elég fagyos a viszony, pedig egymásra vannak utalva. (Santos Kiadó)
- A viszony jó. (Saxum Kiadó Bt.)
- "Általánosságban megállapíthatjuk, hogy feszült a viszony a Kiadók és egyes nagyterjesztők között. 1-2 piacvezető kereskedő nem tekinti egyenrangú félnek a Kiadókat, mindenáron saját akaratukat igyekeznek érvényesíteni a szerződésük alkalmával, miközben a terjesztés színvonalát ezzel arányosan nem tudják emelni, illetve fizetési kötelezettségeiknek is egyesek nagyon nehezen tesznek eleget." (Tessloff Babilon Kiadó Kft.)
- A Typotex szerint mára szinte teljesen általánossá vált, hogy minden kereskedő csak bizományba vesz át könyveket a kiadóktól, rossz a fizetési morál, irreálisan magasak az árrések, a sikerkönyvek szűk körén kívül a kereskedők mostohán bánnak a könyvekkel. A fenti okok miatt a kiadók teljesen kiszolgáltatottak a kereskedőkkel szemben. (Typotex)
- A Vince szerint a kereskedők diktálnak, szinte csak bizományba vesznek át, késve fizetnek és egyre több árrést kérnek. Szerződés szerint is meg kívánják hosszabbítani a fiz. határidőt 8 nappal 45-60 napra, ami indokolatlan, mert eladott áruval van szó, de a kiadót ellehetetleníti. (Vince Kiadó és Kereskedelmi Kft.)
- "Az egymásra utaltság jellemzi." (Európa Könyvkiadó Kft.)
- "Kiegyensúlyozott" (M-Érték Kereskedelmi és Szolgáltató Kft.)
- A Magvető szerint a kereskedők és a kiadók között normális piaci viszony van. (Magvető)
- "Általában kiegyensúlyozott a viszony." (Manó Könyvek Kft.)
- "Mindenki törekszik a költségminimalizálásra és a fedezetnövelésre, a kereskedők nem lehetnek kiadványok, kiadók nélkül, ugyanakkor a kiadók a kereskedők nélkül nem tudják értékesíteni termékeiket, emiatt a függőség kölcsönös." (Topográf Térképészeti Kft.)
- A Corvina szerint a kereskedők és a kiadók viszonya elfogadható.

III.6. A Vj-047/2006. sz. versenyfelügyeleti eljárás (MKKE)

166. A GVH a Vj-47/2004. sz. - 2004. március 16-án indított – versenyfelügyeleti eljárásban vizsgálta az MKKE „A magyar könyvkiadás és könyvkereskedelem versenyszabályai” (a továbbiakban: Versenyszabályzat) című kiadványának negyedik, „Fogyasztói ár – Nettó ár – Előjegyzési vagy előfizetési ár” című fejezetét. A Versenyszabályzat 1992-ben került elfogadásra, a negyedik fejezetben szereplő rendelkezései a fogyasztói, nettó, előjegyzési és előfizetési árak, valamint a tag kereskedők alkalmi árleszállításai és a kiadások szabályaira terjednek ki.

167. A GVH Versenytanácsának 2006. április 11-én kelt – a bíróság által helybenhagyott³⁶ – Vj-47/2004/36. sz. határozata szerint a Versenyszabályzat negyedik fejezetének egyes rendelkezései versenykorlátozók:

- a) A Versenyszabályzat 1996-os változatának 37. pontja szerint „*a magyarországi könyveknek határozott, nyilvános fogyasztói ára van. A könyv fogyasztói árának megszabása egyedül és kizárólag a kiadó joga, attól eltérni a kiadó engedélye nélkül nem lehet. A fogyasztói ár a könyveknek a kiadó által megállapított azon ára, amelyet a viszonteladó köteles betartani a könyv eladásánál. A viszontelárusítói engedményt (rabattot) a viszontelárusító - szerződésben rögzített megállapodás értelmében - a fogyasztói árból kapja*”.
- b) A 39. pont értelmében „*előjegyzési vagy előfizetési ár alatt azon megjelenő vagy megjelenés előtt álló kiadváynak a fogyasztói árnál alacsonyabb árát értjük, amelyet előre meghatározott időre a kiadó szabott meg. Az előjegyzési vagy előfizetési ár mindaddig bolti árnak tekintendő, amíg a kiadó a rendes fogyasztói árat életbe nem lépteti. A rendes fogyasztói ár életbe lépte után az előjegyzési vagy előfizetési ár megszűnik, azon az áron a kiadványt eladni tilos. Ettől eltérni csak a kiadó engedélyével lehet*”.
- c) A 40. pont szerint „*alkalmi vagy egyéb árleszállításra a kereskedő akkor jogosult, ha az áru szerződés szerinti ellenértékét a kiadónak megfizette. Árleszállítás vagy vásár tárgya - eltérő megállapodás hiányában - csak olyan kiadvány lehet, amelynek az átvételétől legalább fél év eltelt*”.
- d) A 41. pont értelmében „*az alkalmi könyvvásárok kizárólag a kiadókkal történt egyeztetés utáni, záros határidőre korlátozott árleszállítások. Az árleszállítás idejének lejártá után a kiadványok kizárólag a kiadó által megállapított fogyasztói áron terjeszthetők tovább*”.
- e) A 42. pont szerint „*a nagykereskedők, kiskereskedők és kiadók raktáraiban és üzleteiben visszamaradt, elavult vagy más módon értékcsökkent értékű könyvek a rendes fogyasztói árnál mérsékeltebb áron, évenként két alkalommal - március 1. és június 15., valamint október 1. és december 31. között - nem árusíthatók nagyobb tételben. A nagyobb tételt az 50 millió forintot elérő értékű árualap jelenti*”.

168. A határozatban a Versenytanács megállapította, hogy
- a kiadó által meghatározott ártól eltérő (az alatti) áron történő értékesítés korlátozására irányuló rendelkezések – a fenti a), és b) és d) pontok – a Tpv. 11. §-ába ütköznek

³⁶ Lásd a Fővárosi Törvényszék 3.K.33.745/2006/12. és a Fővárosi Ítéletábla 2.Kf.27.280/2008/7. sz. ítéleteit.

minden olyan esetben, amikor a kiadványok nem bizományosi szerződés alapján kerülnek értékesítésre,

- a kiadó által meghatározott ár alatt történő értékesítés jogát időben – fél éves, illetve szezonális moratórium meghatározásával, a határozat szóhasználatában relatív és abszolút módon – korlátozó rendelkezések – a fenti c) és e) pontok – bizományosi és nem bizományosi forgalomban történő értékesítés esetén egyaránt a Tpv. 11. §-ába ütköznek, mivel azok a kiadók közötti (márkák közötti) árversenyt is képesek torzítani.

169. A Versenytanács Vj-47/2004/36. sz. (2006. április 11.) határozata szerint a könyvpiacra túlnyomó részben valódi ügynöki szerződésnek tekinthető bizományosi szerződés keretében értékesítették a kiadványokat. A kiadványok jellemzően nem kerülnek a könyvforgalmazók tulajdonába, azok értékesítése után utalják át a forgalmazók a kiadóknak az értékesítésből származó bevételeiket, illetve annak a (kiskereskedelmi ár adott hányadában megállapított terjesztői) jutalékkal csökkentett részét (bizományosi forgalom). A piac egy kis szeletén azonban a kiadványok a forgalmazók tulajdonába kerülnek az áru viszontértékesítése előtt (nem bizományosi forgalom). A döntés szerint amennyiben a Versenyszabályzat által érintett bizományosi szerződések valódi ügynöki szerződések (mely esetben az érintettek versenyjogi szempontból egy gazdasági egységet alkotnak, még ha egyébként önálló vállalkozások is), úgy azok – a kiskereskedelmi ár kiadói meghatározása tekintetében – nem esnek a Tpv. versenykorlátozás-tilalmi rendelkezései alá.

170. A Versenytanács határozatának felülvizsgálata során eljáró bíróságok a szóban forgó magatartással kapcsolatban elvi jelleggel rögzítették az alábbi versenypolitikai-versenyjogi megfontolásokat:

- a könyv sajátos jelleggel bír, de ugyanakkor a piacon megjelenő áru, eladható termék is: a könyv kulturális értéke nem zárja ki, hogy a piacon megjelenve klasszikus versenykörülmények között történjen a forgalmazása,
- a Tpv. és más jogszabály sem tesz különbséget a könyv, mint piacon megjelenő áru és a versenyszabályozás többi tárgya között, a jogalkotó csak a tankönyvek esetében tartotta szükségesnek kivételes szabály megalkotását,
- a piacon – így a könyvpiacra is – az a kívánatos és elérendő cél, hogy a kiadványok tulajdonosa, forgalmazója szabadon dönthessen a tulajdonát képező, eladásra szánt áruk áraitól, időbeli korlátozás nélkül,
- a verseny szempontjából lényeges, hogy a fogyasztó eldönthesse, megveszi-e akár magasabb áron is a könyvet, illetve legyen lehetősége – akár a minőségtől függetlenül is – a piaci mechanizmusok alapján alacsonyabb áron vásárolni,
- a Versenyszabályzat kifogásolt rendelkezései képesek az árversenyt kizárni, vagy azt jelentős mértékben csökkenteni, ami korlátozza a kiadványok közötti versenyt, ugyanakkor befolyásolja a fogyasztóknak a kiadványok közötti választásra irányuló döntéseit – így a horizontális versenyt – is,
- az árrögzítés következtében azok a forgalmazók, akik képesek lennének a hatékonyság növelése révén árcsökkentésre, és így a piaci részesedésük növelésére, ezt a hatékony működésből származó potenciális előnyt nem tudják kihasználni, illetve a kötött árak rendszere eleve nem is teszi érdekeltté őket ebben, amelynek következtében a hatékonyság növekedésének az alacsonyabb könyvárakban megjelenő előnyét a fogyasztók sem élvezhetik.

171. A Versenytanács határozata az MKKE-t eltiltotta a Versenyszabályzat kifogásolt szakaszainak alkalmazásától, és kötelezte arra, hogy tagjait a Versenytanács határozatáról értesítse, valamint arra, hogy a Versenyszabályzatot módosítsa és a módosított változatot nyújtsa be a GVH-nak. Az utóvizsgálat során a Versenytanács megállapította, hogy az MKKE a Vj-47/2004/36. sz. határozatban foglalt kötelezettségeket teljesítette, és az utóvizsgálatot 2008. február 25-én megszüntette.

III.7. Az MKKE szabályozási javaslata

172. Az MKKE 2008 márciusára elkészítette és nyilvánosságra hozta (online) a könyvek árkötöttségéről szóló törvény tervezetét. A javaslat szövegéből kitűnik, hogy célja az eljárásban beszerzett információ alapján kirajzolódó jelenlegi gyakorlatot rögzítése.

173. A tervezet értelmében a Magyarországon forgalomba kerülő könyveknek³⁷ pontosan meghatározott, a könyv minden példányán feltüntetett fogyasztói ára lenne. A könyv fogyasztói árát a könyvet megjelentető kiadó vagy az importőr lenne köteles megállapítani, azzal, hogy a könyvet kiadó vagy importáló többféle kiskereskedelmi árat állapíthatna meg (fogyasztói ár, sorozatár, előfizetési ár, részletfizetési ár, és egyedi ár a könyv előkészítésében, kiadásában közreműködött intézmények számára).

174. A tervezet „árkötöttség” címén elő kívánja írni, hogy aki üzletszerűen ad el könyvet a fogyasztónak, köteles az adott könyv első megjelenésétől vagy forgalomba hozatalától számított 365 napon belül a fentiek szerint meghatározott árat alkalmazni. A könyv kiskereskedelmi árának megállapítása a könyvet megjelentető kiadó vagy forgalomba hozó importőr joga, attól eltérni a kiadó vagy importáló engedélye nélkül nem lehet. A fogyasztói ár csak a könyv első megjelenésétől, illetve első forgalomba hozatalától számított 365 nap eltelte után lenne módosítható.

175. A kötött ártól a 365 napos időtartam alatt akkor lehetne eltérni³⁸, ha a kiadó a könyv szerzőjének, saját szükségletére ad el könyvet saját kiadású könyveiből, vagy ha a kiadó a saját kiadású könyvet saját munkavállalójának, saját szükségletére adja el. Emellett a kötött árból maximálisan a szokásos kereskedelmi árrés adható az állam, az önkormányzatok és szerveik, az

³⁷ A tervezet szerint a törvény hatálya nemcsak a papíralapú kiadványokra, hanem a kartográfiai termékekre, a kottákra, a hangoskönyvekre és az elektronikus adathordozókon (CD- CD-ROM) rögzített digitális és e-könyvekre is kiterjedne. A kiadó vagy importáló abban az esetben, ha ugyanazt a könyvet más feltételekkel, eltérő anyagból vagy más fajta adathordozón újra megjelenteti, a korábbihoz képest eltérő fogyasztói árat határozhat meg.

³⁸ A tervezet szerint nem minősül az árkötöttség megsértésének, ha az eladó

- átvállalja a csomagolási, kézbesítési és postaköltségeket,
- a vásárolt könyv fogyasztói árához képest kis értékű, a könyv fogyasztói árának 10%-át meg nem haladó mértékű ajándékot ad (amennyiben az ajándék könyv, akkor az ajándék értékének meghatározásakor az ajándékba adott könyv eredeti kiskereskedelmi ára az irányadó),
- a kereskedelemben szokásos egyéb mellékszolgáltatásokat (klubtagsági, törzsvásárlói, egyéb alkalmi kedvezmények) nyújt, azzal, hogy az árengedmény összesített mértéke a 10%-ot nem haladhatja meg,
- könyvutalványok vagy kuponos értékesítés esetén 10%-ot meg nem haladó összesített kedvezményt ad,
- a kiemelt könyves eseményeken (könyvhét, könyvfesztivál, könyvbemutatók) maximum 15% kedvezményt ad,
- online könyvértékesítés esetén a fogyasztónak legfeljebb 15%-os árengedményt nyújt, amely legfeljebb 20%-ig növelhető tovább a törzsvásárlói, klubtagsági engedmények összevonásával.

egyházak, a társadalmi és közhasznú szervezetek által fenntartott nyilvános és szakkönyvtárak, továbbá az oktatási intézmények részére.

176. Mindemellett a tervezet előírja, hogy az ágazaton kívüli könyvforgalmazók részére történő eladás során a kiadók, az importőrök, valamint a viszonteladó kereskedők nem alkalmazhatnak kedvezőbb feltételeket, mint az ágazathoz tartozó könyvkereskedők esetében.

177. A tervezet értelmében a törvény előírásait megszegő személytől követelhető a jogsértő magatartás abbahagyása és a jogsértéssel okozott károk, felróhatóságra tekintet nélkül történő megtérítése, azzal, hogy ezen igényt a könyveket kiadó, importáló és forgalmazó ágazati szereplők, az ágazati érdekeket képviselő, reprezentatív szakmai szövetség, a MKKE által bizalmi személyként felkért árkötöttségi megbízottak és Fogyasztóvédelmi Főfelügyelőség bíróság előtti eljárásban érvényesítheti. Ha az igényérvényesítésre jogosultak jogsértő eljárást valószínűsítenek valakivel szemben, az köteles az árkötöttségi megbízottnak könyveibe betekintést engedni és vizsgálat folytatását tűrni. Az árkötöttségi megbízottat (aki bejegyzett könyvvizsgáló vagy ügyvéd lehet) az MKKE mint az ágazati érdekeket képviselő, reprezentatív szakmai szövetség bízta meg.

178. Az MKKE 2011. november 9-én megküldte a GVH-nak a magyar könyvkiadás és könyvkereskedelem versenyszabályai új, 4. fejezetének az MKKE taggyűlése által elfogadott szövegét, amely akkor még nem lépett hatályba (aláhúzás nincs az eredeti szövegben). Összességében a szabályzat szövege az eljárásban beszerzett információ alapján kirajzolódó jelenlegi gyakorlatot rögzíti: a kiskereskedelmi árat (és az előfizetési árat) a kiadó határozza meg, melyet a terjesztő alkalmaz, jutalék fejében értékesítve.

37.

A Magyarországon forgalomba kerülő könyveknek határozott, nyilvános fogyasztói ára van. A könyvek fogyasztói árát – ajánlott árként – a könyvet megjelentető kiadó állapítja meg. Ezt a fogyasztói árat bizományosi konstrukcióban a kereskedő csak a kiadó előzetes írásbeli hozzájárulása birtokában változtathatja meg. Fix-vásárlás esetén jogosult a kereskedő arra, hogy a tulajdonába került könyv fogyasztói árát saját eredménye terhére megváltoztathassa.

38.

A kiskereskedelmi árrés a nettó fogyasztói árból a kiskereskedőnek (könyvárusító helynek) adott kedvezmény, a nagykereskedelmi árrést a kiadó adja a nettó fogyasztói árból a nagykereskedőnek logisztikai feladatainak ellenértékéért. A teljes kereskedelmi árrés mértéke a kiadó és a kereskedő közötti szabad alku tárgya, melyet szerződésben szükséges rögzíteni. A kiskereskedelmi árrés a közoktatási tankönyvek esetében legfeljebb 35%, tudományos és szakkönyvek, lexikonok, enciklopédiák, valamint szótárak esetében legfeljebb 40%, minden egyéb könyv esetén legfeljebb 45% lehet.

A nagykereskedelmi árrés könyvesbolthálózatok és hagyományos nagykereskedelem esetében legfeljebb 10%, speciális vevők ellátása esetén legfeljebb 15% lehet. Indokolt esetben a kiadó a kereskedő szerződésben foglalt külön szolgáltatásai fejében további kedvezményt adhat.

39.

A fizetési határidőt a kiadó és a kereskedő közötti szerződésben szükséges rögzíteni. Bizományosi konstrukcióban a kereskedő havonta köteles elszámolni a kiadó könyveinek fogyásával, különösen indokolt esetben, szerződésben rögzítetten, ettől eltérhet. Bizományosi átvétel esetén a fizetés határideje a számla kiállításának napjától számított legfeljebb 45 munkanap lehet.

Fix értékesítés esetén szerződésben kell rögzíteni a megengedett visszáru mértékét, és a visszáru rendszerrel összefüggésben kell megállapítani a számlák fizetési határidejét. A megengedett visszáru mértéke terméksoportonként eltérő lehet.

40.

Előjegyzési vagy előfizetési ár alatt azon megjelenő vagy megjelenés előtt álló kiadványnak a fogyasztói árnál alacsonyabb árát értjük, amelyet előre meghatározott időre a kiadó szabott meg. Az előjegyzési vagy előfizetési ár mindaddig eladási árnak tekintendő, amíg a kiadó a rendes fogyasztói árát életbe nem lépteti. A rendes fogyasztói ár életbe lépte után az előjegyzési vagy előfizetési ár megszűnik, azon az áron a kiadványt eladni tilos. Ettől eltérni csak a kiadó előzetes írásbeli engedélyével lehet.

41.

Bizományi értékesítés esetén a kereskedő - normál törzsvásárlói rendszerén kívüli – akciókat csak a kiadó egyetértésével szervezhet.

Tilos és a vásárló megkárosításának minősül a könyvek fogyasztói árának a kiadó általi olyan megállapítása, hogy az ármegállapításnál a majdani akciós kedvezményeket is figyelembe veszik.

179. A nagykereskedelmi árrés legfeljebb 10% lehet (a kiskereskedelmi árréshez adandóan), a kiskereskedelmi árrés a könyvek egy jelentős részénél legfeljebb 45% (kivéve szakkönyvek, lexikonok, szótárak, stb. legfeljebb 40%) azaz a teljes terjesztői (nagykereskedői) árrés legfeljebb 55% lehet, illetve speciális vevők esetén legfeljebb 60% (szakkönyvek, lexikonok, szótárak, stb. esetén legfeljebb 50% illetve 55%).

180. Egy adott kiadványt tekintve előírja annak minden terjesztőjére nézve, hogy csak egyetlen szereplő, a kiadó egyetértésével akciózhat, ami transzparens eljárás.

181. A könyvek kiskereskedelmi árának kiadó általi megállapítását is korlátozza: azt az elvet rögzíti, hogy a kiadó a kiskereskedelmi árról jelenleg meghozott döntésében nem veheti figyelembe a későbbi (!) akciók mértékét.

IV. A vizsgált magatartás

182. A beadványok, az adatszolgáltatások, a csatolt terjesztési szerződések – melyeknek kifogásolt rendelkezéseit jelen előzetes álláspont melléklete rendszerezi – és egyéb forrású (pl. MKKE) információ figyelembe vételével a Versenytanács az alábbi tényállást állapította meg.

IV.1. Az üzleti kapcsolat létrejötte

183. A kiadó és a kereskedő közötti üzleti kapcsolatot inkább a kiadók kezdeményezik (a kereskedők ezt tartják jellemzőnek, KE1 22. kérdés), de a kapcsolatfelvétel a kereskedő részéről is történhet (a kiadók szerint ismertségtől függően, általában a kevésbé ismert piaci szereplő keresi meg az ismertebbet, KI1 36. kérdés).

„Bárki kezdeményezheti a kapcsolatfelvételt, de jellemzően a kiadók hamarabb „észrevesznek” minket, mint mi az éppen megalakult kiadókat. Igyekszünk saját szerződésmintánk alapján megegyezni, de tekintettel a terjedelmére és részletességére, ez többkörös egyeztetést igényel. Amennyiben nem a Libri szerződésmintáját, hanem a kiadóét használjuk, igyekszünk minden

számunkra fontos részletet átültetni a kiadó szerződésmintájába.” (Libri Vj-096-005/2009. sz. irat)

„Bármelyik fél kezdeményezhet, van néhány kiadó aki a saját szerződésmintáját kéri alkalmazni, azt is elfogadjuk, de többnyire tőlünk kérik a kidolgozott szerződésmintát.” (Lira, Vj-096-003/2009. sz. irat)

„Szerződéskötés mindkét fél kezdeményezésével történhet, amennyiben a kiadó rendelkezik saját szerződéssel, abban az esetben a kiadó szerződése is megfelel, nem ragaszkodunk a saját szerződéshez. Amennyiben nem rendelkezik, akkor a saját szerződési mintánkat alkalmazzuk. A szerződés végleges tartalma mindig tárgyaláson dől el.” (Pécsi Direkt, Vj-096-007/2009. sz. irat)

„Új kapcsolat felvételét jellemzően a kiadó kezdeményezi, de többször előfordult, hogy társaságunk kezdeményezett. Szerződésmintát alkalmazunk, ami alapja a további tárgyalásoknak, igény esetén ettől mindig van mód eltérni. Jellemzően a társaságunk szerződésmintáját veszik alapul a tárgyaló felek.” (Bookline, Vj-096-004/2009. sz. irat)

184. A kereskedők részéről jellemzően a kiadó által felkínált kiadványok, illetve a várható forgalom nagysága – tehát alapvetően üzleti megfontolások – a döntőek a kapcsolatfelvétel szempontjából (KE1 19. kérdés).

„Szakmai és gazdasági szempontok alapján döntünk (kiadói portfólió színvonala, az általa generálható várható forgalom, a tervezett újdonságok). Fontosnak tartjuk továbbá, milyen támogatást kapnak az egyes megjelenések illetve, mennyire aktív a kiadó maga a márkaépítésben, valamint jó, ha zökkenőmentes a napi kommunikáció és gördülékenyen tudunk logisztikai szempontból együttműködni.” (Libri Vj-096-005/2009. sz. irat)

„A felkínált kiadványok alapján.” (Lira, Vj-096-003/2009. sz. irat)

„A kiadó választékának minősége határozza meg.” (Pécsi Direkt, Vj-096-007/2009. sz. irat)

„A várható forgalom nagysága” (Bookline, Vj-096-004/2009. sz. irat)

185. A kiadók arra a kérdésre (KI1 32. kérdés), hogy mi alapján választanak terjesztő partnert, a forgalom és lefedettség, a bizományosi jutalék mértéke, valamint a megbízhatóság, a fizetési fegyelem szerepét emelték ki döntésükben, emellett kölcsönös gazdasági érdekre hivatkoztak, néhányan a piac koncentrációjára utalva a választási lehetőségek korlátosságát emelték ki:

- Az Ab Ovo előadja, hogy próbál tájékozódni a választás előtt, és jellemzően először csak kis tételekben ad el. Mindig tartalmaz szerencse-elemet egy ilyen szerződéskötés.
- Az Ad Librum olyan nagykereskedőket keres, akiktől mások is átrendelnek. (AdLibrum Kiadó)
- "A forgalom és a jutalék alapján" (Agapé Ferences Nyomda és Könyvkiadó Kft)
- "Méretéhez viszonyított elvárható forgalom, partnerbarát ügyintézés, vásárlóbarát üzletek." (Animus Kiadó Szolgáltató és Kereskedelmi Kft.)
- A Cicero mindenkivel köt szerződést, akinek fizetőképességét feltételezi. (Cicero Könyvesstúdió Kft.)
- Az Édesvíz a referencia alapján dönti el, hogy melyik kereskedővel köt szerződést.
- Az Egmont Hungary a piaci háttér, megbízhatóság, fizetőképesség, piaci részesedés/méret alapján választ a kereskedők közül.
- "Kölcsönös gazdasági érdek." (Európa Könyvkiadó Kft.)
- "Sok választás nincsen." (Fabula Stúdió Kft.)

- "Mindenkivel kötünk szerződést, akinek a fizetőképességét feltételezzük." (Gabo Könyvkiadó és Kereskedő Kft.)
- "Szubjektív." (GeneralPress Kiadó Reklámügynökség Nyomda Kft.)
- "Az elérhető forgalom alapján." (Geopen Könyvkiadó Kft.)
- A Holnap kiadó állítása szerint még nem fordult velük elő olyan, hogy elutasított volna bárkit is. (Holnap kiadó Kft.)
- A HVG-ORAC szerint ilyen szempont lehet a forgalom, a piaci helyzet, korrektség, megbízhatóság, jutalék mértéke, fizetési korrektség.
- A Jaffa szerint a súlya, a várható forgalom és a várható üzleti morál alapján.
- A Jelenkor a következő szempontokat emelte ki: 1. forgalom nagyságrendje 2. fizetési fegyelem és megbízhatóság 3. elszámolási fegyelem és megbízhatóság. (Jelenkor)
- "Korábban minden nagykereskedés forgalmazta a kiadványainkat. Több könyvterjesztő cég megszűnt, vagy felszámolásra került. Kénytelenek vagyunk bárkivel szerződést kötni, hogy eljussanak könyveink az olvasóhoz. A könyvkiadók kiszolgáltatott helyzetét enyhítendő: a körütekintés és az előrelátás." (Kassák Könyvkiadó Kft.)
- A Katalizátor szerint ha lát esélyt, hogy lesz forgalom, és megkapja az eladott könyvek ellenértékét. (Katalizátor)
- A Kelly a következő szempontokra mutatott rá: van-e könyvesboltja, megbízható partner, pozitív referencia: szerződési feltételeket betartja, fizetési fegyelem stb. (Kelly)
- Könyvmolyképző Kiadó előadja, hogy a várható forgalom, megbízhatóság alapján választ a kereskedők között.
- Kortárs Kiadó előadja, hogy az árrés, a vásárlói kör (profil), és a forgalom alapján választ a kereskedők között. (Kortárs Könyvkiadó Kft.)
- Fizikai közelség, a többi kiadó tapasztalata a kereskedőről, a kereskedő forgalma (Kráter Műhely Egyesület)
- „A várható forgalom nagysága alapján.”(K.u.K. Könyv- és Lapkiadó Kft.)
- A Maecenas szerint a kínált feltételek és a bizalom alapján dönti el, hogy melyik kereskedővel köt szerződést. (Maecenas Könyvkiadó)
- "Jövőbeli lehetőség, szakmai hírnév, szakmai múlt, személyes ismertség" (Móra Ferenc Ifjúsági Könyvkiadó Zrt.)
- "Általában a terjesztő jelentkezik, ez már 15 év körüli gyakorlatunk." (Múlt és Jövő Alapítvány)
- Már nem nagyon köt újakkal a bizonytalanság miatt. (Nap Kiadó Kft.)
- A Napvilág Kiadó előadása szerint referenciák és piaci részesedés alapján történik a választás a kereskedők közül. (Napvilág Kiadó Kft.)
- Az Osiris szerint nincs döntési lehetősége a kereskedők közötti választásban. (Osiris Kiadó Kft.)
- "Várható forgalom nagysága, üzletek száma és elhelyezkedése (országos lefedettség előny), valamint az árrés és egyéb paraméterek alapján születik a döntés." (Reader'sDigest Kft.)
- A Ringier a megbízhatóság, megfelelő infrastruktúra, jutalék mértéke és rendszeres fizetés alapján választ. (Ringier Kiadó Kft.)
- Piaci lefedettség és bolthálózat alapján. (Santos Kiadó)
- Bizalom és szakmai színvonal alapján. (Saxum Kiadó Bt.)
- "Elsődleges szempont az üzleti megbízhatóság, illeszkedik-e profilunkhoz tevékenysége, s meg tud-e felelni minimális forgalmi elvárásainknak." (Tessloff Babilon Kiadó Kft.)
- A Typotex azokkal a viszonteladókkal köt szerződést, amelyeknél esélyt lát arra, hogy kiadványait sikerrel terjesszék. (Typotex)
- A Vince igyekszik mindenkivel megállapodni. (Vince Kiadó és Kereskedelmi Kft.)

186. A kiadó és a kereskedő írásbeli szerződést kötnek (bár érkezett beszámoló szóbeli megállapodásról is), és jellemzően nem egy adott könyvre, hanem a kiadó által kiadott összes könyvre (KE1 20. kérdés). A versenyfelügyeleti eljárás során megkérdezett kiadók döntően szintén ezt nyilatkozták, közülük csak ketten jelezték, hogy speciális könyvek esetén könyvenként kötnek szerződést, illetve egy kiadó nyilatkozott úgy, hogy tudományágak szerint köt szerződést (KI1 33. kérdés).

187. A megállapodások minimális példányszámot nem tartalmaznak, eseti jelleggel fordult elő, hogy a kereskedő minimális éves forgalomhoz kötötte a szerződéskötést. (KE1 21. kérdés, KI1 34. kérdés)

IV.2. Mintaszerződések

188. Az eljárás alá vont kereskedők mindegyike rendelkezik előre elkészített szerződésmintával (KE1 28. kérdés, KI1 45. kérdés), melyet gyakorlatilag a megalakulásuk óta alkalmaznak (KE1 30. kérdés, KI1 48. kérdés), tekintettel elsősorban szerződéses partnereik számosságára (KE1 29. kérdés). Előadásuk szerint a szerződésminták alkalmazása nem csak esetükben jellemző, hanem általános gyakorlat a könyvpiacra (KE1 35. kérdés, KI1 46. kérdés).

189. A kiadó és a kereskedő közötti szerződéskötés alapjául általában az egyik szerződő fél, jellemzően a kereskedő által kidolgozott szerződésminta szolgál (KE1 28. kérdés, KI1 45. kérdés). A megkérdezett kiadók kétharmada válaszolta azt, jellemzően a kereskedő szerződésmintáját alkalmazzák, egy részük ugyan kisebb terjesztőkkel a saját szerződésmintáját használja (KI1 45. kérdés). A megkérdezett kiadók közül 16, ezen belül 11 eljárás alá vont kiadó (Akadémiai Kiadó, Animus Kiadó, Athenaeum Kiadó, Édesvíz Kiadó, Egmont Kiadó, Gabo Kiadó, Kossuth Kiadó, Magvető Kiadó, Móra Kiadó, Osiris Kiadó, Reader's Digest Kiadó) rendelkezik saját szerződésmintával – a 11 kiadóból a Líra érdekeltségébe tartozó Athenaeum Kiadó és Magvető Kiadó úgy nyilatkozott, hogy a kereskedővel közös szerződésmintát használ.

190. Az általános piaci gyakorlatra vonatkozó kérdésre (KI1 46. kérdés) egyértelmű választ adó 35 kiadó közül 31 (89%) szerint a kereskedők mintaszerződése kerül alkalmazásra; a többi válasz szerint esetről esetre változik, alku tárgya, illetve a kereskedő jelentőségétől függ.

191. Arra a kérdésre, hogy hogyan dől el, hogy a kereskedő vagy a kiadó által kidolgozott szerződésmintáját alkalmazzák (KI1 47. kérdés), a kiadók valamilyen formában a tárgyalási erőviszonyokra hivatkoznak, ami rendszerint a kereskedő oldalán erősebb:

- "A kereskedő diktál (is minél nagyobb, annál inkább) ebben is. És csak néhány apróbb jelentőségű részletbe lehet egyáltalán beleszólnunk, vagy változtatnunk." (AbOvo Kiadói Kft.)
- "A nagykereskedők saját szerződésmintával rendelkeznek- és nem kérdés, hogy melyik jöhet szóba." (Agapé Ferences Nyomda és Könyvkiadó Kft)
- "A szakmai hagyomány szerint a kereskedőt." (Animus Kiadó Szolgáltató és Kereskedelmi Kft.)
- A Cicero előadása szerint a kiadók az elmúlt 20 évben nem tudják érvényesíteni a szerződéseiket a nagykereskedők felé, így a kiadói szerződésminták gyakorlatilag nem léteznek. (Cicero Könyvesstúdió Kft.)

- Az Édesvíznél ez „üzleti döntés”. (Édesvíz Kulturális zolgáltató Kft.)
- Egyeztetés alapján történik a választás. (Egmont Hungary Könyv- és Lapkiadó Kft.)
- Ha a partnernek van, azt kiindulópontként elfogadják (Európa Könyvkiadó Kft.)
- "minden nagy vállalat a saját szerződésmintáját használja. ... Ez így normális." (Fabula Stúdió Kft.)
- "Az elmúlt 20 év tapasztalatai szerint a kiadók nem tudják a nagykereskedők felé érvényesíteni saját szerződéseiket, tehát ilyen szerződések gyakorlatilag nincsenek. Az 1-2 boltos kiskereskedőkkel természetesen a saját szerződésmintáinkat alkalmazzuk." (Gabo Könyvkiadó és Kereskedő Kft.)
- "A nagyobb kereskedők kizárólag a saját szerződéseiket használják, és küldik meg a kiadó felé véleményezésre, annak egyeztetését követően kerülnek aláírásra. A többi kereskedővel a kiadó saját szerződését használja." (GeneralPress Kiadó Reklámügynökség Nyomda Kft.)
- "Kereskedőét" (Geopen Könyvkiadó Kft.)
- A Holnap kiadó szerint "a kereskedő piaci helyzetétől függ, hogy mennyire nagy a nyomásgyakorló képessége." (Holnap kiadó Kft.)
- A kiskereskedőkkel szemben a Kiadó szerződésmintáját használják, a nagy könyvkereskedőkkel szemben ők adják meg a feltételeket. (HVG-ORAC Lap- és Könyvkiadó Kft..)
- A Jaffa szerint rendszerint a kereskedőtől érkezik a minta. (Jaffa)
- A Jelenkor ismertette, hogy egyes boltoknál a Jelenkor mintáját használják; a hálózatok és nagykereskedők csak a saját szerződésmintájukat fogadják el. (Jelenkor)
- "A könyvkereskedő szerződése kerül aláírásra, egyes pontjaiban elképzelhető a módosítás." (Kassák Könyvkiadó Kft.)
- A Katalizátor szerint a kereskedők csak a sajátjukat fogadják el. (Katalizátor)
- A Kelly előadta, nem tudja, nincs szerződésmintája. (Kelly)
- A kereskedők csak a saját szerződésmintájukat hajlandóak aláírni, másét nem. (Könyvmolyképző Kiadó És Kereskedelmi Kft.)
- A Kortárs Könyvkiadó előadása szerint a saját szerződésmintával kötött szerződés előnye, hogy egyszerű, átlátható, de ha ragaszkodik a kereskedő hozzá akkor az ő szerződésmintáját használják. (Kortárs Könyvkiadó Kft.)
- A Kráter Műhely Egyesület szerint mindig a kereskedőét kell elfogadniuk. (Kráter Műhely Egyesület)
- "Az erősebb diktál."(K.u.K. Könyv- és Lapkiadó Kft.)
- A Maecenas nyilatkozata szerint eddig egyetlen terjesztője sem kifogásolta, hogy a saját szerződésmintát alkalmazta. (Maecenas Könyvkiadó)
- "Általában a saját szerződést alkalmazzuk vagy összefésüljük a kettőt." (Móra Ferenc Ifjúsági Könyvkiadó Zrt.)
- A Múlt és Jövő szerint kereskedői tervezet készül, ezt használják. (Múlt és Jövő Alapítvány)
- Általában a kereskedő, kisebb szereplők esetében lehet a kiadó... (Nap Kiadó Kft.)
- Napvilág Kiadó előadja, hogy nagy piaci részesedéssel rendelkező partnerek esetében a partner mintáját, kis partner esetén a kiadó mintáját használja.
- Az Osiris előadása szerint egyetlen kivétellel (Libri) mindkét szerződés minta alapján kötött szerződést.
- "Általában az dönt, hogy melyik fél akarja jobban az együttműködést." (Reader'sDigest Kft.)
- A Santos Kiadó szerint a kereskedő szerződésmintája nyer.
- "A piacvezető terjesztők szinte kizárólag csak a saját, generál szerződéseiket használják." (Tessloff Babilon Kiadó Kft.)

- A Typotex ismertette, hogy a legtöbb esetben a saját szerződését alkalmazza, a legnagyobb forgalmú és piaci súlyú kereskedők azonban a nekik minden előnyt biztosító saját szerződésüket kényszerítik rá.
- A Vince szerint az „erősebb” félét, tehát a kereskedő szerződésmintáját.
- A Corvina előadása szerint egyeztetéssel dől el, hogy melyik mintát használják. (Corvina)
- "Nagyok: csak saját szerződésmintáikat fogadják el. Kicsik: A Kossuth minta is elfogadható." (Kossuth Kiadó Zrt.)
- "Általában a kereskedőét, piaci szokások alapján, ill. a kereskedőnek sokkal több kiadóval van kapcsolata, mint ahogy a kiadónak a kereskedővel." (Manó Könyvek Kft.)
- "Kölcsönös egyeztetés alapján" (Topográf Térképészeti Kft.)

192. Arra a kérdésre (KI1 49. kérdés), hogy miért a kereskedő mintaszerződését használják, a kiadók az alkuerő kedvezőtlen megoszlására, a választási lehetőségek hiányára hivatkoztak:

- "Nincs igazán választási lehetőségünk, de minden alkalommal megpróbáljuk valamennyire a saját helyzetünkre formálni: például, mivel nincs saját szállítóeszközünk, azt akarjuk elérni, hogy a kereskedő szállítsa a könyveket a saját költségén és felelősségére, de ezt sem tudjuk ma már elérni." (AbOvo Kiadói Kft.)
- Az Ad Librum szerint az ok, hogy teljes a szöveg, nem kell jogász után szaladgálni. (AdLibrum Kiadó)
- "Mert ez íratlan törvény." (Agapé Ferences Nyomda és Könyvkiadó Kft)
- "Az évek során így alakult ki, profi stábok készítik elő, de a szerződésminta csak tárgyalási alap." (Animus Kiadó Szolgáltató és Kereskedelmi Kft.)
- A Cicero szerint a kiadók nem akarnak a már megkötött szerződések esetében módosítást, mert az elmúlt 20 év során minden egyes módosítás az árrés vagy a mellékes költségek növekedésének irányába hatott.
- Az Édesvíz szerint a konkrét szerződéses viszony alapján dől ez el.
- "A praktikum, mert minden lényeges feltételt már tartalmaz." (Európa Könyvkiadó Kft. / Libri)
- "A kiadók nem akarnak a már megkötött szerződések esetében módosítást kezdeményezni, mert az elmúlt 20 év során minden egyes szerződésmódosítás az árrés vagy a mellékes költségek növekedésének irányába hatott." (Gabo Könyvkiadó és Kereskedő Kft.)
- "A kereskedők diktálják a feltételeket, másként nem kötnek szerződést." (GeneralPress Kiadó Reklámügynökség Nyomda Kft.)
- "Mert rá vagyunk kényszerítve." (Geopen Könyvkiadó Kft.)
- A Holnap kiadó szerint "a könyvkereskedő diktálja a feltételeket."
- A HVG-ORAC előadása szerint a kereskedő csak a saját szerződés formuláját hajlandó aláírni.
- A Jaffa előadása szerint a kereskedőcégek dominanciája erősebb. Ennek részben a kiadók az okai: óriási a túltermelés. Némi odafigyeléssel a nagyobb hátrányok kiküszöbölhetőek, de jellemzően a még tolerálható feltételek – pl. fizetési határidők hosszúsága – vonatkozásában nem sok helye van ellenvetésnek. (Jaffa/Libri)

- "A könyvkereskedő működési szabályzata előírja, valamint ez az évek alatt kialakult gyakorlat. " (Kassák Könyvkiadó Kft.)
- A Katalizátor szerint nincs más lehetősége. (Katalizátor)
- A Kelly előadta, valamennyi mintaszerződés a személyes tárgyalás alapján vált „testre szabottá”. (Kelly)
- Könyvmolyképző szerint csak a kereskedő szerződés mintáját használhatják, más nem jöhet szóba. Hátránya, hogy egyre szigorodó feltételek szab meg. Esetenként méltánytalan kitételeket tartalmaz, melyek ellen nehéz/lehetetlen küzdeni. (Könyvmolyképző Kiadó És Kereskedelmi Kft.)
- A Kortárs előadása szerint ha a kereskedő ragaszkodik hozzá, akkor az ő szerződésmintáját használják, erre példa volt a Libri.
- A kereskedő diktálja a piacot ezért az ő szerződését kell használni. (Kráter Műhely Egyesület)
- "Ők diktálnak." (K.u.K. Könyv- és Lapkiadó Kft.)
- A Maecenas szerint nem a kereskedők által készített mintát alkalmazzák.
- A kereskedő küldi ki, ezért ezt használja. Előnye, hogy kényelmes. (Nap Kiadó Kft.)
- Napvilág Kiadó szerint azért használják a kereskedők szerződésmintáját, mert az részletes, és ez egyben az előnye is.
- Az Osiris előadása szerint a kereskedő csak a saját szerződés formuláját hajlandó aláírni.
- "A nagy, sok szerződéses partnerrel rendelkező kereskedők általában "egyszerűsített" akarnak aláírni, ez leegyszerűsítene és áttekinthetővé tenné a működésüket, azonban lehetetlen egy olyan szerződéssablont megalkotni, amely minden partner igényének megfelel, ezáltal az egyenrangú partneri viszony sérül és a gyengébb fél egy egyoldalú, néha elfogadhatatlan feltételrendszerrel tartalmazó szerződést kényszerül elfogadni." (Reader'sDigest Kft.)
- A Ringier szerint az ok, hogy ez áll rendelkezésre. (Ringier Kiadó Kft.)
- A Santos Kiadó szerint nem nagyon van más lehetőség, ráadásul így egyszerűbb is.
- A kereskedő ragaszkodik hozzá. (Saxum Kiadó Bt.)
- "A nagy partnerek csak az általuk előkészített szerződés alapján dolgoznak, az egyedi, kiadónkénti szerződések nagyon lelassítanák munkájukat. A megállapodásban egyértelműen megfogalmazódnak az elvárások a Kiadókkal szemben, s rögzítésre kerülnek, hogy milyen határidőket kell betartani mindkét félnek." (Tessloff Babilon Kiadó Kft.)
- A Typotex szerint a legnagyobb forgalmú és piaci súlyú kereskedők rákényszerítik a saját szerződésmintájukat, amely nekik maximális előnyöket biztosít a Typotex-szel, a kiadóval szemben.
- A Vince Kiadó szerint a partner ragaszkodik hozzá.
- "Rendkívül részletes, jogilag körülbástyázott." (Kossuth Kiadó Zrt.)
- "A kereskedő piaci tapasztalata és egyszerűsége" (M-Érték Kereskedelmi és Szolgáltató Kft.)

- "Piaci szokásjog" (Manó Könyvek Kft.)
- "Bevált, a gyakorlatban tesztelt" (Topográf Térképészeti Kft.)

193. Összefoglalva, a terjesztői kapcsolatot jellemzően a kiadók kezdeményezik, bár ez mindkét félnek érdeke, aminek mindkét fél tudatában is van. A kiadók saját gyakorlatuk és az általuk ismert piaci gyakorlat leírásánál egyaránt arról számoltak be, hogy terjesztői szerződéseik jellemzően kiadványaik összességére kiterjednek (keretszerződés), és követik az adott terjesztő által kidolgozott mintaszerződést (minta-keretszerződés). A szerződési feltételek kialakítására, módosítására a terjesztőknek van nagyobb ráhatása, kiadókkal szembeni alkuerejük a piaci szereplők nyilatkozatai szerint aránytalanul nagy.

IV.3. Tárgyalás és szerződéses vita

194. A kiadók a terjesztői jutalék és a fizetési feltételek, fizetési határidők, a szállítás, a visszáru és az ideiglenes árváltoztatási (akciózási) jogosultságok kapcsán kísérlik meg módosítani a terjesztési (keret)szerződést, többnyire sikertelenül; a terjesztők alkuereje meghatározó. A szerződéses vitákban ugyanezen kérdésekhez társul még a terjesztői „fogyásjelentésére” épülő elszámolás körüli vita: a kiadó felé történő elszámolás a terjesztő által jelentett mennyiségen alapszik.

IV.3.1 A szerződési feltételek módosíthatósága

195. A kereskedők (KE1 43. 44. kérdés) nyilatkozatai szerint a kiadók a szerződéskötés során

- az árrés és a fizetési feltételek, határidők,
- a szállítás költsége, az átvétel helye és módja, visszáru minősége/ramponálódási (rongálódási) mutató,
- és az akciókezelés

kapcsán igyekeznek a javukra szóló módosítást elérni.

196. A kiadók (KI1 58. 59. kérdés)³⁹ esetében 37 válaszadóból 17 (46%) élt már kifogással valamelyik feltétel szerződésben történő rögzítését illetően: ebből 13 esetben a kifogás részét képezte a terjesztői jutalék mértéke, 7 esetben a fizetési határidő hossza, 7 esetben a visszáruzási feltételek, 8 esetben pedig egyéb más kifogás merült fel (szállítás, ki-nem-helyezés, ramponálódás, legnagyobb kedvezmény elve, stb.).

197. A nyilatkozatok azt is mutatják, hogy a terjesztési szerződés végleges tartalmának kialakításában egyértelműen a terjesztő nagyobb alkuereje a meghatározó. A kiadók módosítási igényeiket csak kis mértékben tudják érvényesíteni a kereskedőkkel szemben (KI1 59. kérdés). A megkérdezettek közül csupán négy kiadó számolt be arról, hogy változtatást sikerült elérnie (Nap Kiadó⁴⁰, Tesslof Kiadó⁴¹, Kortárs Kiadó⁴², Jaffa Kiadó⁴³), a többi kiadó részéről részben vagy egyáltalán nem járt eredménnyel az ezirányú kezdeményezés.

³⁹ Volt-e már rá példa, hogy kifogásolta valamelyik feltétel szerződésben történő rögzítését (58.), és ha igen, melyiket (59.)?

⁴⁰ Vj/096-049/2009. sz. irat

⁴¹ Vj/096-035/2009. sz. irat

⁴² Vj/096-011/2009. sz. irat

⁴³ Vj/096-058/2009. sz. irat

IV.3.2 Szerződésszegés

198. Arra a kérdésre, hogy a kiadónak volt-e már szerződéses konfliktusa a fizetési határidőkre nézve (KI1 60. kérdés), a kiadók több, mint 80%-a igennel válaszolt. A kiadók kb. felének (53%) okozott már problémát az is, hogy a kereskedő huzamosabb ideig raktáron tartotta a könyveket, a könyvesboltban nem tette ki (KI1 61. kérdés).

199. Szerződésszegésről (KI1 62. kérdés) 37 válaszadóból 31 nyilatkozott (84%), a kiadók leggyakrabban a fizetési határidőt (100%), a visszarúzási problémákat (32%) és a „fogyásjelentésre” épülő elszámolást említették (KI1 63. kérdés): a kiadó későn kapja kézhez az eleve késleltetetten jelentkező kiadói hányadot, a terjesztő a valósánál alacsonyabb értékesítést jelez a kiadó felé (ezzel csökkentve felé az aktuális fizetési kötelezettségét).

200. Szerződésszegésről minden kereskedő beszámolt (KE1 45. kérdés): nyilatkozataik szerint a határidőre, a szállításra, a vonalkód és a fogyasztói ár feltüntetésére vonatkozó feltételeket szegték meg a kiadó partnerek (KE1 46. kérdés). Az egyik kereskedő szerint a szerződésszegésnek jellemzően nem volt következménye, de a vonalkódozás és a kiskereskedelmi ár feltüntetése költségének áthárítása megtörtént (KE1 47. kérdés).

IV.3.3 A szerződés felbontása

201. A válaszadó kiadók 80%-a előadása alapján az elmúlt években felbontotta valamely kereskedővel a szerződését (KI1 30. kérdés), az okokat illetően a kereskedő fizetésképtelenségét, elszámolási problémák, minimális értékesített forgalom mellett lekötött jelentős készletet, illetve a magas terjesztési jutalékot nevezték meg. Azokban az esetekben, amikor a szerződés felbontásra került, a kiadók válaszaik alapján (KI1 31. kérdés) a szerződésbontást többnyire a kiadók kezdeményezték.

202. A kereskedők válaszaik alapján (KE1 17. kérdés) a szerződés felbontásának okai leggyakrabban a kiadó megszűnése, az alacsony forgalom (ami nem indokol közvetlen kapcsolatot, elégséges a nagykereskedelem közvetítése az adott kereskedő számára), vagy a kiadó kérése. Egy kereskedő azt nyilatkozta, hogy nagy cégekkel szerződésbontás nem volt. Mindkét fél kezdeményezésére van példa (KE1 18. kérdés).

IV.4. Bizományosi és adásvételi szerződések

203. Az eljárás alá vontak nyilatkozatai és egyéb beadványai alapján megállapítható, hogy a kiadványok terjesztésére döntően bizományosi, kis hányadban adásvételi szerződések kötnek a kiadó és a kereskedő között (KI1 37. kérdés, KE1 23. kérdés). Az eljárás alá vont kereskedők mindegyike alapvetően és döntően bizományi szerződést köt; nyilatkozata alapján a Bookline és a Pécsi Direkt köt adásvételi szerződést, a Pécsi Direkt konkrét kiadványra, elvétele (Vj-096-007/2009. sz. irat). A beadványok alapján a többi kereskedő is kötött adásvételi szerződéseket. Az eljárásban megkérdezett kiadók döntően bizományi szerződés alapján értékesítik könyveiket;

harminchat válaszadóból mindössze négy kiadó jelezte, hogy adásvételi szerződést is köt, ketten csak adásvételről számoltak be (KI1 37. kérdés).

204. Arra a kérdésre, hogy a kiadó mely szerződési formát preferálná (KI1 38. kérdés), a válaszadók nagy része az adásvételi szerződési formát vagy mindkét szerződési formát jelölte meg; a csak bizományosi szerződésben álló kiadók kétharmada kötne adásvételi szerződést vagy adásvételi szerződést is (mindkettőt). A kiadó tehát az adásvételi szerződési formát preferálja, és több adásvételi szerződést szeretne a jelenleg elterjedt bizományosi szerződési formához képest.

205. A kiadók preferenciája az adásvétel iránt érthető, hiszen fix mennyiség értékesítése esetén a bevétel elméletileg hamarabb jelentkezik, mint bizományi szerződés esetén, bár erős visszárú-jogosultság és a fizetési feltételek lazítása könnyen elmoshatja a szerződési formák közötti praktikus határokat (mint azt az adatszolgáltatás során egy kiadó meg is jegyezte, lásd lent).

IV.4.1 A bizományosi rendszer elterjedése

206. A bizományosi terjesztési forma elterjedésére az MKKE szolgáltatott magyarázatot. Előadása alapján erre a kilencvenes évek második felében került sor, arra visszavezethetően, hogy az akkori könyvkereskedő vállalkozásokat, könyvkeresboltokat a privatizációs folyamat során megszerző új tulajdonosok nem rendelkeztek elegendő pénzügyi forrással, tőkével a kereskedelmi infrastruktúra önerőből történő fejlesztéséhez. A kereskedői oldalon ezen időszakban mutatkozó tőkehiány folytán – a kiadók és kereskedők közötti üzleti alkuk révén – vált általánossá az a konstrukció, hogy a kereskedők bizományosként vették át a kiadó könyveit terjesztésre, és a „fogyás” üteméhez igazítva fizették ki a könyvek árát a kiadónak.

207. A „bizományosi rendszer” a vizsgált időszakban meghatározó volt a könyvpiacn; sőt, az új belépő Bookline a csekélyről döntő mértékűre emelte a bizományi szerződések arányát (következik, hogy a vállalkozás méretének növekedése többnyire a bizományban átvett könyvekhez köthető). A vizsgált idősakra nézve az eljárás alá vont kereskedők által kötött szerződések között a bizományosi, illetve adásvételi konstrukció megoszlását a szerződések száma és az azokhoz köthető bevétel vonatkozásában az alábbi táblázat tartalmazza (KE1 25. kérdés):

	Bizományosi szerződések									
	Szerződések száma alapján (%)					A szerződésekkel lefedett bevétel alapján (%)				
	2005	2006	2007	2008	2009	2005	2006	2007	2008	2009
Pécsi Direkt	99	99	99	99	99	-	-	-	-	92
Libri	89	94	96	99	99	99	98	99	98	95
Líra	-	-	-	-	-	-	-	-	-	95
Bookline	30	40	60	75	82	15	40	60	70	70
<i>Egyszerű átlag</i>	<i>72,6</i>	<i>77,6</i>	<i>85,0</i>	<i>90,9</i>	<i>93,3</i>	<i>57,0</i>	<i>69,0</i>	<i>79,5</i>	<i>84,0</i>	<i>88,0</i>
<i>Súlyozott átlag</i>						<i>92,5</i>	<i>91,2</i>	<i>90,6</i>	<i>90,1</i>	<i>90,5</i>

Forrás: Vj/096-070/2009. Pécsi Direkt, Vj/096-069/2009. Libri, Vj/096-071/2009. Bookline, Vj/096-082/2009. Líra adatszolgáltatása, éves beszámolók nettó bevételi adatai, GVH számítás.

208. A bizományosi szerződések mind a szerződések számát, mind pedig a lefedett bevételt tekintve a döntő többséget képviselik a vizsgált időszakban, gyakorlatilag egyeduralkodó. A Bookline 2005-ben még szerződéseinek 70 %-át adásvételként kötötte meg (bevételeinek 85 %-át lefedve) – azonban az adásvétel 2009-ben már csak a szerződések 18 %-át, a bevételek 30 %-át jelentette. Mivel a Bookline árbevétele jelentősen növekedett ebben az időszakban, a forgalomnövekedés a bizományi szerződésekhez köthető.

209. Az adásvételi szerződések szám- és bevételi aránya tehát rendkívül alacsony. A piaci szereplők szerint a könyvcímtől, annak várható keresettségétől függ, hogy a terjesztő és a kiadó adásvételi vagy bizományosi szerződést köt (KEI 26. kérdés, KII 43. kérdés). Adásvételi szerződés megkötésére jellemzően nagy sikerre, így nagy példányszámú értékesítésre számító sikerkönyvek esetében kerül sor, amikor a könyvet megjelentető kiadó a szokásosnál erősebb alkupozícióban van az adott terjesztővel szemben (pl. „Unikális könyvcím esetén [...] a bizományosi szerződésünk ellenére sem adnak a várhatóan nagyon keresett könyvből, hacsak nem fizetjük ki a megállapodott darabszámot előre.” – Libri⁴⁴; „[...] ha egy-egy műre nem szerződik így a kiadó, de a kiskereskedelemben nagy igény van rá, akkor jön létre adásvétel.” – Lira⁴⁵; „A döntés alapja a várható forgalom nagysága, kiadó által forgalmazott címekre várható piaci kereslet.” – Bookline⁴⁶; a Pécsi Direkt „egyedi tárgyalás alapján”⁴⁷ szerződik adásvételre).

210. A megkérdezett kiadók döntő többsége kizárólag vagy közel kizárólag bizományosi szerződésen keresztül értékesít (KII 42. kérdés). Nyilatkozta alapján kivételt képez az Európa (inkább adásvétel), a HVG-Orac (fele-fele) és a Tesslof (kis része bizományosi).

211. Arra a kérdésre, hogy mi határozza meg, hogy az adott kereskedővel bizományi vagy adásvételi szerződést köt (KII 43. kérdés), a kiadók döntő többsége azt válaszolta, hogy lehetőségeit alapvetően az határozza meg, hogy a kereskedő mire hajlandó; a kiadó tárgyalási ereje csak esetről-esetre, többnyire bestseller tartalom megjelentetése esetén javul; egy vélemény szerint az adásvételi és bizományi szerződések közötti határok megkérdőjelezhetők:

- "Nem mi döntünk. Vagy bizományosi szerződést kötünk, vagy nem kötünk semmit." (AbOvo Kiadói Kft.)
- Az Ad Librum szerint attól függ, hogy hajlandó-e a kereskedő egyáltalán.
- "A nagykereskedők eleve csak bizományos szerződést kötnek. Itt nincs választási lehetőség." (Agapé Ferences Nyomda és Könyvkiadó Kft)
- "Elsősorban nem a kereskedő, hanem az adott könyvcím alapján" (Animus Kiadó Szolgáltató és Kereskedelmi Kft.)
- A Cicero szerint az adásvételi szerződések, ha vannak is, csak álcázott szerződések, hiszen 100 %-os visszavásárlási kötelezettséggel kötik. (Cicero Könyvesstúdió Kft.)
- Az Édesvíz a kereskedelmi cég működési struktúrája alapján dönti el, hogy bizományosi vagy adásvételi szerződést köt.
- Az adásvételi és bizományosi szerződés közötti választást a piaci szokások határozzák meg. (Egmont Hungary Könyv- és Lapkiadó Kft.)
- "Kölcsönös gazdasági érdekek egyeztetése alapján." (Európa Könyvkiadó Kft. / Libri)

⁴⁴ Vj/096-005/2009. sz. irat

⁴⁵ Vj/096-003/2009. sz. irat

⁴⁶ Vj/096-004/2009. sz. irat

⁴⁷ Vj/096-007/2009. sz. irat

- "Értelmetlen kérdés, csak bizományosi konstrukció létezik a független kiadó számára." (Fabula Stúdió Kft.)
- "Adásvételi szerződések, ha vannak is, csak álcázott bizományosi szerződések, hiszen 100%-os visszavásárlási kötelezettséggel kötik." (Gabo Könyvkiadó és Kereskedő Kft.)
- "Bizományosi szerződést kötünk, kivételes esetekben külön eseti megállapodás alapján magasabb árréssel fix értékesítés történik." (GeneralPress Kiadó Reklámügynökség Nyomda Kft.)
- "Csak bizományosi szerződésre van lehetőségünk." (Geopen Könyvkiadó Kft.)
- A Holnap kiadó az alapján dönti el, hogy "mennyire tudja tartani a kiadó a pozícióját, milyen a könyvek eladhatósága."
- Mindez kölcsönös megállapodás, alku tárgya. (HVG-ORAC Lap- és Könyvkiadó Kft..)
- A Jaffa szerint nem kereskedők szerint dől el. Külön megállapodásokban, az alapvető bizományosi szerződések mellett egyes címekre/rendelésekre köt adásvételi szerződést. (Jaffa/Libri)
- A Jelenkor előadta, annak alapján dől el, hogy a kereskedő hajlandó-e adásvételi szerződést kötni; kizárólag sikeres utánnyomások esetén lehet néha elérni.
- "Nem a kiadó dönt ebben." (Kassák Könyvkiadó Kft.)
- A Kelly csak bizományi szerződést köt. (Kelly)
- "Elsősorban a kereskedő piaci súlya diktálja a feltételeket." (Könyvmolyképző Kiadó És Kereskedelmi Kft.)
- A Kortárs Könyvkiadó szerint nincs döntési lehetősége, mert a kereskedők csak bizományosi szerződést hajlandók kötni.
- A Kráter Műhely Egyesület szerint a kereskedők csak bizományba veszik át a könyveket tőlük.
- „A kereskedő diktál.” (K.u.K. Könyv- és Lapkiadó Kft.)
- A Maecenas mindig kizárólagos szerződést kötött az aktuális terjesztőjével, így nem kell ilyen döntést hoznia. (Maecenas Könyvkiadó)
- "Szakmai múlt, hírnév, cég profilja" (Móra Ferenc Ifjúsági Könyvkiadó Zrt.)
- A Múlt és Jövő szerint nincs választási lehetősége, csak bizományban kérnek és fogadnak el tőle könyveket.
- A Nap kiadó szerint manapság nincs adásvételi szerződés már, csak egy-egy kirívó esetben. (Nap Kiadó Kft.)
- Az Osiris szerint nincs döntési lehetősége, mert a kereskedők csak bizományosi szerződést hajlandók kötni.
- A Ringier azzal köt adásvételi szerződést, aki erre hajlandó, de nagyon kevés ilyen megállapodás született az elmúlt években. (Ringier Kiadó Kft.)
- Nincs adásvételi szerződés. (Santos Kiadó)
- "Készpénzre, fixre elsősorban iskolai terjesztőink vásárolnak, akiknek az egyes kiadványokra fix igényük mutatkozik. A nagykereskedők és a bolti kiskereskedők bizományba vásárolnak, ezért ennek megfelelően szerződünk velük. " (Tessloff Babilon Kiadó Kft.)
- A Typotex előadta, fix konstrukcióban tőle szinte csak egyéni vásárlók, cégek, intézmények vásárolnak, a kereskedők szinte valamennyien kikényszerítik a bizományosi konstrukciót. (Typotex)
- A Vince előadta, a kereskedők nem kötnek adásvételi szerződést, nem vesznek fix-re.
- "Nagyok: csak bizományosi szerződést hajlandók kötni. Kicsik: kölcsönös előnyökön alapuló megállapodás köthető." (Kossuth Kiadó Zrt.)
- A Manó Könyvek Kft. "kizárólagos kereskedője a Líra Könyv".

- "Alapesetben bizományosi szerződés, kurrens kiadványoknál, esetleg bentragadt készleteknél alacsony áras adásvételi szerződés" (Topográf Térképészeti Kft.)

212. A kereskedők jellemzően határozatlan idejű bizományosi keretszerződéseket kötnek a kiadókkal, mely a gyakorlatban több éven keresztül érvényben van, esetenként – általában éves – újratárgyalással (KI1 50. 51. kérdés, KE1 36. 37. kérdés). Néhány esetben a szerződés időtartama egy-egy kiadványra ettől eltérően, esetileg meghatározott (Akadémiai Kiadó, Athenaeum, Európa, Magvető, Móra, Ringier). Annak kapcsán, hogy egy adott kereskedő esetében mi alapján dől el a szerződés időtartama (KI1 51. kérdés), a kiadók döntő többsége az erőviszonyokat (kereskedő döntése, kívánsága), az ennek megfelelően alakuló szerződési gyakorlatot, a keretszerződést, vagy a kereskedő piaci súlyát említette, azaz újfent a terjesztők alkuerejére utalt.

213. Összefoglalva, a bizományosi rendszer magas fokon elterjedt, a könyvpiac szinte egészét lefedi: a könyvterjesztők és kiadók egyaránt a bizományi szerződési forma primátusáról számoltak be. A könyvterjesztők csak elenyésző számú kiadvány, többnyire bestsellerek esetében hajlandók „fix mennyiségre” adásvételi szerződést kötni. Az adásvételt a bizománytól elválasztó határok ugyanakkor a szerződési feltételek megfelelő módosításával több piaci szereplő véleménye alapján is elmoshatók.

IV.4.2 A bizományi rendszer előnyei, hátrányai

214. A kereskedők arra a kérdésre, hogy mi az előnye, illetve esetlegesen a hátránya annak, hogy a könyveket nem vásárolják meg, hanem a kiadók tulajdonában maradnak (KE1 24. kérdés), a következő válaszokat adták:

- Libri:
 - Előnye mindkét fél és a könyvvásárló számára: Bizományosi szerződés esetén lehetőségünk van szélesebb választék kínálatára és nagyobb példányszámok megrendelésére, ami kevesebb logisztikai teherrel jár mindkét fél részéről.
 - Előny a kiadók számára: Alacsonyabb raktározási és szállítási költség, készletgazdálkodást teljes leosztás esetén a kereskedők végzik.
 - Hátránya a kiadók számára: Nem előre kapják meg az átadott készletért a bevételt, hanem az értékesítés után.
 - Hátránya a Libri számára: Tárolási és raktározási költség.
- Lira
 - Előny: nagy választék, a kis kiadók és a szakkönyvek is folyamatosan ott vannak a bolti kínálatban, kiszámíthatóbb forgalmazás, rövidebb fizetési határidő utólagos fizetésnél,
 - hátrány: magas élőmunka felhasználás, szállítás, rongálódás, nagyobb és költségesebb bolti alapterület
- Pécsi Direkt
 - előny: készletfinanszírozást a kiadó vállalja magára,
 - hátrány: a kiadó feltételeit kell alkalmazni az értékesítés kapcsán
- Bookline
 - Előny: nem kell készletet finanszírozni, valamint, hogy a kereskedő raktárában tartott kiadói bizományosi készlet azonnal hozzáférhető, a vevő rendelésére azonnal szállítható
 - Hátrány: nagy raktári kapacitást igényel, gyakorlatilag a raktári felelősség és a raktározás költségét a kereskedő vállalja a kiadó helyett.

215. A bizománnyal járó (és a kiadónak nem előnyös) késleltetett fizetésnek köszönhetően a kereskedők tehát szélesebb választékot, nagyobb példányszámot képesek tartani és a fogyasztó elé tárni, ami azonban magasabb raktár- és logisztikai, valamint egyéb kiskereskedelmi költséggel jár. A Lira szerint a bizomány további előnye a kiadó számára, hogy a késleltetett fizetés rövidebb fizetési határidőt tesz lehetővé, mint „fix mennyiségre” vonatkozó adásvételi szerződés esetén.

216. A kiadók azon kérdésre, hogy mi az előnye illetve hátránya az adásvételi szerződésnek (KI1 39. kérdés), jellemzően a következőket válaszolták:

- a kiadó előbb jutna a pénzéhez, „megfinanszírozott” befektetésének megtérüléséhez: megszűnne a kiadó kiszolgáltatottsága, nem a kiadó finanszírozná a kereskedelmet,
- a kiadó bevétele közvetlenül nem függne a kereskedő értékesítési ütemétől, amit nem tud ellenőrizni, eképpen nem kényszerülne üzletileg függő viszonyba
- a bizományosi rendszerben – a kiadói tulajdonjog ellenére – nehézkesen juthatnak bizományba adott mennyiségekhez, ami csökkenti a bizományi rendszer előnyeit (pl. mennyiségek átcsoportosítása kereskedők között), és ami rövid távon kiskereskedelmi piaci hatást is eredményezhet;
- a kiadók – jelenlegi tapasztalataikból kiindulva – az adásvételi szerződés hátrányának tekintik az eladatlan mennyiségek széles vagy teljes körű visszárúzását, ami egyben annak előnyeit (a gyorsabb pénzhez jutást) is kétségbe vonhatja,
- az adásvétel hátránya, hogy a kereskedő minden bizonnyal kevesebb könyvet venne meg, mint vesz át bizományba;
- a kiadók úgy látják, hogy fix mennyiség esetén könyveikről kevesebb (kis)kereskedelmi információhoz jutnának, mint az értékesítés ütemében fizető bizomány esetén – noha ezen információ nem feltétlenül ellenőrizhető (megjegyzendő, hogy a kiadónak ezen információra vélhetően a bizományi rendszerben van szüksége, pl. készletének átcsoportosításához ahhoz a terjesztőhöz, aki többet ad el; ellenben a megvett fix mennyiség továbbértékesítése kizárólag az abban erősen motivált kereskedő dolga lenne, a kiadónak nem lenne vele dolga: mint ahogyan azt számos kiadó megjegyzi).
- Több vélemény szkeptikus a visszáru és a romló fizetési feltételek miatt, de még ezzel együtt is preferálják az adásvételt; két kiadó fogalmazta meg azzal kapcsolatos aggodalmát, hogy a kiadó elveszítené „kontrollját a kiadvány felett”, az adásvétel alacsonyabb (kiskereskedelmi) árhoz, kisebb haszonhoz vezet.

A kiadók válaszai:

- "Előnyösebb az adásvételi (pontosabban fix áras) szerződés a kiadó számára, mert legalább a szerződés értelmében, ha a kereskedő megrendel egy könyvet, azt ki kell fizetnie, és valamivel több felelősséget vállal az ügyletben, mint akkor, ha bizományosi szerződést köt. Ez utóbbi minden esetben (különös tekintettel a magyarországi körbetartozásokra, pontatlan kifizetésekre stb.) a kereskedőnek előnyös. A kiadó csak azt tudja, hogy a kereskedő valamennyit eladott a könyvből, de sem ellenőrizni nem tudja az eladott mennyiséget, sem azt, hogy ez igazából mikor történt." (Ab Ovo Kiadói Kft.)
- Az Ad Librum szerint előny, hogy nem a kiadó finanszírozza a kereskedelmet, nincs (nem lenne) visszárúzás; lenne viszont egyszerű szállítás, egyszerű adminisztráció.
- Az AD Librum szerint az adásvétel hátránya, hogy a nehezen eladható címek nem kerülnek a boltokba. (Ad Librum Kiadó)

- "Mindenki annyi példányszámot vásárol, melyről úgy gondolja, hogy el tudja adni, a pénzt rögtön megkapja a kiadó és nem kell rá fél éveket várni. Raktáron nem fekszenek a könyvek." "Sokszor a bizományosok nem foglalkoznak raktárkészletükkel, a kiadó viszont már értékesíteni tudta volna az elfekvő példányokat is." (Agapé Ferences Nyomda és Könyvkiadó Kft)
- A rövidebb megtérülési idő, egyszerűbb, olcsóbb adminisztráció. A piac kisebb felületét fedik le. (Akadémia Kiadó Zrt.)
- Hátrány a "Teljes kiszámíthatatlanság." (Alexandra Könyvesház Könyvkiadó és Kereskedelmi Kft)
- Előnye az "egyértelműen meghatározható a kinyomandó példányszám (nincs túlnyomás, megmaradó készlet), biztosabb, gyorsabb megtérülés." Hátrány az "óvatosabb mennyiségi igények." (ANIMUS Kiadó Szolgáltató és Kereskedelmi Kft.)
- "Gondoljanak bele, rá fognak jönni." (Athenaeum 2000 Kft.)
- A Cicero szerint ezen a piacon nincs adásvételi szerződés 1992 óta. (Cicero Könyvesstudió Kft.)
- A Corvina szerint előnye az adásvételi szerződésnek a gyors készpénz. Hátránya az adásvételi szerződésnek a visszarúzás. (Corvina)
- Az Édesvíz szerint az adásvételi szerződés jellemzően az internetes megrendelés teljesítése során jelentkezik, és gyors átfutású forgalmat biztosít. (Édesvíz Kulturális zolgáltató Kft.)
- Az adásvételi szerződés előnye a fizetési biztonság. Hátránya, hogy szűkebbek a rendelési keretek, áru és darabszám tekintetében. (EGMONT Hungary Könyv- és Lapkiadó Kft.)
- Előnye a "fix értékesítés", hátránya a "kevés piaci információ" (Európa Könyvkiadó Kft.)
- "Csak előnye van, de ilyen konstrukció ma Mo.-n nem létezik." (Fabula Stúdió Kft.)
- "Az adásvételi szerződés ezen a piacon 1992 óta nem működik." (GABO Könyvkiadó és Kereskedő Kft.)
- "A fix vásárlás kedvezőbb volna a kiadók számára, hiszen átláthatóbbá válna a tényleges fogyás, az eladott példányszámok után azonnal (esetleg néhány napos átutalással) hozzájuthatna a pénzéhez." "Az ilyenkor a gyakorlatban érvényesített teljes visszáru jog viszont mégis veszélyes lehet, hiszen a már kifizetett áru visszarúzása esetén jóvá kell írni a Terjesztő részére a visszarúzott tételeket." (General Press Kiadó Reklámügynökség Nyomda Kft.)
- Előnye a "fix árbevétel", hátránya a "100%-os visszáru lehetősége és a magasabb árrés" (Geopen Könyvkiadó Kft.)
- Előnye "Pontos fizetés." (Gesta Könyvkiadó Kft.)
- "Az adásvételi szerződéskötés azonnali pénzbevételt jelent." (Holnap kiadó Kft.)
- A HVG-ORAC szerint az adásvételi szerződés előnye a konkrétum, az azonnali forgalom, meghatározott fizetési feltétel. "Rövid időn belül pénzhez jutunk." (HVG-ORAC Lap- és Könyvkiadó Kft..)
- A Jaffa szerint az adásvételi szerződés előnye, hogy ösztönzőleg hat a kereskedőcégre. A Jaffa szerint az adásvételi szerződés hátránya, hogy a verseny a kereskedőért mint vásárlóért folyik, nem pedig a fogyasztóért (a konkrét olvasóért) mint vásárlóért. (Jaffa)
- A Jelenkor szerint az adásvételi szerződés előnyei a következők: a megrendelések megbízhatóbban jelzik a piac igényeit; a kockázatvállalás kiegyenlítettebb és méltányosabb; nem a kiadó, hanem a kereskedő előlegezi meg az árukészletet (még visszavásárlásos rendszerben is). (Jelenkor)
- Előnye, hogy "a terjesztő a megállapodás szerinti időben kifizeti a forgalmazásra átvett könyveket", hátránya "a terjesztőnél kissé rongálódott és értékesítetlen könyvek

- visszárura kerülnek, ezt követi a jóváíró számla és a visszautalás." (Kassák Könyvkiadó Kft.)
- A Kelly szerint az adásvételi szerződés előnye az azonnali készpénzhez jutás. A Kelly szerint „az adásvételi szerződés hátrányai a következők: nem fogyasztóbarát, a kereskedő alacsony darabszámú rendelést ad le, pénz kímélés miatt A fogyasztó, ill. vásárló hiába keresi a boltban a könyvet, ha késik az utánrendelés. Ez jelentős forgalomkiesést okoz. (Kelly)
 - A Kortárs szerint az adásvételi szerződés előnye az azonnali bevétel. Hátránya lehet a magasabb árrés. (Kortárs Könyvkiadó Kft.)
 - Előnye a "Biztonságosabb, gyorsabb pénzhez jutás", hátránya, hogy a „kisebb partner könnyebben kerül nehéz anyagi helyzetbe”. (Kossuth Kiadó Zrt.)
 - A Kráter Műhely Egyesület szerint a kiadóknak előnyösebb az adásvételi szerződés.
 - "A kiadó kockázata csökken." (K.u.K. Könyv- és Lapkiadó Kft.)
 - A Maecenas szerint az adásvételi szerződés előnye a kiadó számára a tervezhető, biztos bevétel. A Maecenas nem tapasztalt hátrányt. (Maecenas Könyvkiadó)
 - Hátránya a "teljes kiszámíthatatlanság." (Manó Könyvek Kft.)
 - "Kevés címet kis példányszámban vesz át a kereskedő, minél hosszabb fizetési határidő. Árrés magasabb.” Hátránya a „kisebb haszon, alacsonyabb ár, a kiadó elveszíti kontrollját a kiadvány felett" (Móra Ferenc Ifjúsági Könyvkiadó Zrt.)
 - A Múlt és Jövőnek nincs erre vonatkozó tapasztalata, egyik kiadó sem ajánlott fel ilyen lehetőséget. (Múlt és Jövő Alapítvány)
 - A Nap Kiadó Kft. szerint előnye az adásvételi szerződésnek a készpénz, valamint, hogy a kereskedő motiválva van az eladásban. Hátrányról nem tud a maga szempontjából. (Nap Kiadó Kft.)
 - A Napvilág Kiadó szerint "előnye a könyv kiszállításának pillanatában realizálódó árbevétel (lenne)". "Hátránya (a bizományos szerződéshez hasonlóan) a fizetési határidő irreális kitolódása." (Napvilág Kiadó Kft.)
 - Az Osiris szerint nagy előnye az adásvételi szerződésnek, hogy megszűnne a kiadó kiszolgáltatottsága, a kereskedők jobban átgondolva, odafigyelve állapítanak meg a vélt fogyaszt, példányszámot, ezzel segítve a kiadó döntését, pontos információ állna a kiadó rendelkezésére a fogyások alakulásáról, lennének egyéb fontos visszajelzések, megszűnnének a nem fizetések, a jelenlegi tarthatatlan mértékű tartozások, jobban figyelnének a könyvek kezelésekor a minőség megóvására, mivel már a saját tulajdonáról lenne szó. (Osiris Kiadó Kft.)
 - Előnye: "Számunkra mindenképpen előnyt jelentene cash flow szempontból, ha nem az eladást követően kapnánk meg a kiadványok ellenértékét. Ily módon nem keletkezne visszáru, melynek egy része sérülten érkezik vissza, nem adódnának gondok a raktározás ideje alatti kárveszély-viselésből, egyszeri szállítási költségünk lenne csak. A kereskedő marketing tevékenységgel aktivizálná a vevőket, hisz az ő érdeke, hogy eladja a könyvet, így a mi kiadványaink is a figyelem középpontjába kerülhetnének." (Reader's Digest Kft.)
 - Hátránya: "Ha a kiadvány adás-vétellel kikerül a tulajdonunkból, nem lenne ráhatásunk a fogyasztói árra (lsd. esetleg nem lenne beleszólásunk az akciókba)." (Reader's Digest Kft.)
 - A Ringier szerint az adásvételi szerződés biztonságot ad a kiadónak. (Ringier Kiadó Kft.)
 - A Santos Kiadó szerint előnyös a kiadónak, mert hamarabb jutnak a pénzükhöz és egyszerűbb az elszámolás. (Santos Kiadó)
 - A Saxum Kiadó Bt. szerint előny a fix vásárlás. Hátrány, hogy a kereskedő kevesebb könyvet visz. (Saxum Kiadó Bt.)

- Előny, hogy a „kiadó a könyv ellenértékét rövid időn belül megkapja” (Tessloff Babilon Kiadó Kft.)
- "Rögtön realizálható árbevétel", kisebb haszon, alacsonyabb ár, a kiadó elveszíti kontrollját a kiadvány felett" (TOPOGRÁF Térképészeti Kft.)
- A Typotex szerint az adásvételi szerződés kiküszöböli a bizományosi szerződés valamennyi hátrányát. Hátránya, hogy a kereskedő valószínűleg kisebb választékot tart kiadványaiból. (Typotex)
- A Vince szerint az adásvételi szerződés a kiadónak előnyösebb, konkrét mennyiségű könyvet tud eladni, nincs készletezés, ramponálódás a boltokban." (Vince Kiadó és Kereskedelmi Kft.)

217. A kiadók azon kérdésre adott válaszai, hogy mi az előnye illetve hátránya a bizományosi szerződési rendszernek (KII 40. kérdés), legegyszerűbben az egyik kiadó válaszával foglalható össze, amely a legtöbb, kiadók által említett negatív tényezőt felsorolja, míg a kiadó számára elpnyt a bizományosi rendszert illetően előnyt nem azonosított: „*a kereskedő az árukészletbe való befektetés nélkül, s így minden kockázat nélkül jut hozzá a kiadók könyveihez. Így közel sem annyira érdekelt az egyes könyvek eladásában, mintha fixre vásárolna. Ráadásul irreálisan magasak az árresek, különösen a bizományi átvételhez képest. A visszáru gyakran minősíthetetlen állapotban kerül vissza a kiadóhoz, aki köteles azokat abban az állapotban is visszavenni, hiába tartalmaz esetleg mást a szerződés. A könyvek gyakran ki sem kerülnek a raktárból a boltok polcaira, a kereskedő sokkal kevésbé jár el gondosan az áruval, mint fix vásárlás esetén. A kiadók nem tudnak tervezni a várható értékesítésre vonatkozóan, hiszen a kis számú sikerkönyv kivételével teljesen esetleges, hogyan fognak bánni a terjesztők a könyvekkel. A sokszor irreális kereskedői készletezés miatt a kiadónál az adott címből látszólagos hiány keletkezik, mivel a legnagyobb kereskedők által lekötött bizományi készlet miatt más igényeket nem tud kielégíteni. A legnagyobb kereskedők másfelől pedig teljesen ad hoc alapon és váratlanul is visszárúznak komoly tételeket a kiadónak, így sokszor hirtelen keletkezik nagy készlet egy-egy címből*” (Typotex). A további nyilatkozatok:

- A bizományosi szerződés hátránya, hogy "az minden esetben (különös tekintettel a magyarországi körbetartozásokra, pontatlan kifizetésekre stb.) a kereskedőnek előnyös. A kiadó csak azt tudja, hogy a kereskedő valamennyit eladott a könyvből, de sem ellenőrizni nem tudja az eladott mennyiséget, sem azt, hogy ez igazából mikor történt." (Ab Ovo Kiadói Kft.)
- Az Ad Librum szerint előny, hogy elvileg sokkal több könyv kerülhet a boltba, de szerinte nem mindig van így; hátrány, hogy nehezen ellenőrizhető a fogyás, lassú a megtérülés, túlnyomás (környezetszennyezés) felléphet.
- "Egyedüli előnye, hogy nagyobb készletet tudunk a bizományosnál hagyni (címszó alapján). A hátránya, hogy sokat kell várni a pénzre, hogy sokszor ki sem pakolják a polcra, egyszerűen ott fekszik a raktárban és nem foglalkoznak vele." (Agapé Ferences Nyomda és Könyvkiadó Kft)
- Előnye: "Csak a teljes eladást követően fizet, nincs a kifizetettből visszáru, bátrabb példányszám igénylés, általában nagyobb forgalom." (Alexandra Könyvesház Könyvkiadó és Kereskedelmi Kft)
- A bizomány előnye, hogy a "kereskedők bátrabban rendelnek, az egyes címek tehát könnyebben kerülnek a piacra; hátrány, hogy "a befektetés megtérülése nyilván lassúbb, bizonytalanabb." (Animus Kiadó Szolgáltató és Kereskedelmi Kft.)
- A Cicero szerint a bizományosi szerződésnek csak hátrányai vannak, pl. a 30 naponkénti elszámolások alapján a számlák késedelmes teljesítése. (Cicero Könyvesstúdió Kft.)

- A Corvina szerint előnye a bizományosi szerződésnek a nagyobb kereskedelmi jelentlét. A Corvina szerint hátránya a bizományosi szerződésnek a lassú pénzmozgás. (Corvina)
- Az Édesvíz szerint a bizományosi szerződés az országos terjesztést teszi lehetővé. Az Édesvíz szerint a bizományosi szerződés esetleges hátránya az elszámolás elhúzóda. (Édesvíz Kulturális zolgáltató Kft.)
- A bizományosi szerződés előnye a szélesebb körű készlet rendelési lehetőség. Nehezebb a készlet ellenőrzési lehetőség. (EGMONT Hungary Könyv- és Lapkiadó Kft.)
- Előnye a "folyamatos piaci visszajelzés", hátránya a "bizonytalan értékesítési volumen." (Európa Könyvkiadó Kft.)
- "Csak hátrány van." (Fabula Stúdió Kft.)
- Előnye, hogy „a bizományosi konstrukcióban a kiadó a fogyasztásban a valós eladást számlázhatja”, Hátránya, hogy a fogyasztásban havonta egy alkalommal érkezik a kiadóhoz, ellenőrizhetetlen annak valós tartalma, hitelessége. A nagyobb kereskedők, terjesztők nagyon hosszú fizetési határidőket írnak elő szerződéseikben, amelyet sajnálatos módon még a 30-60 napos lejárát után sem tartanak be. Így gyakran egy-egy lejelentett fogyasztás a kiszámlázást követően csak hónapokkal később kerül kiegyenlítésre, akár több hónap is halmozódhat. Az elszámolási nehézségeken túl az is gyakran jelent problémát, hogy a kereskedő – miután kockázata nincs –, elvárja a kiadótól, hogy az egyes könyveiből nagyon magas példányszámot rendelkezésére bocsásson, ezzel látványosan feltölti a boltok polcát. Később gyakran eladatlanul nagy mennyiség visszárúzásra kerül, amikor már az adott cím értékesítése más hálózatokon keresztül sem tud megvalósulni, a kiadó készlete felhalmozódhat, és értékét csökkentve kénytelen eladni." (General Press Kiadó Reklámügynökség Nyomda Kft.)
- Előnye nincs, hátránya a "teljes kiszolgáltatottság a kereskedővel szemben" (Geopen Könyvkiadó Kft.)
- Előnye nincs, hátránya, hogy a kereskedő "gyakorlatilag tetszés szerint számol el." (Gesta Könyvkiadó Kft.)
- Előnye, hogy "a kereskedő több könyvet választ", hátránya "a fizetés elhúzóda" (Holnap kiadó Kft.)
- A HVG-ORAC szerint hátránya a bizományosi szerződésnek, hogy "az eladás pontos darabszámi és összegbeli nyomon követése szinte lehetetlen, a partner elszámolása sok esetben nem a valós képet mutatja. Sokkal később számol el azzal, amit már ő korábban eladott. Bizonytalan forgalom, a kiadó is hosszú idő után jut pénzhez, tekintettel arra, hogy a fizetés az áru eladásának bejelentése után történik." (HVG-ORAC Lap- és Könyvkiadó Kft..)
- A Jaffa szerint a bizományosi szerződés előnye, hogy a kiadók és kiadványok közötti egészséges verseny a tényleges olvasók piacán zajlik, a kereskedésekben nagyobb a változatosság. A Jaffa szerint a bizományosi szerződés hátránya, hogy a kiadók finanszírozzák áruikkal a piacot. (Jaffa)
- A Jelenkor szerint a bizományosi szerződés esetén a kiadó megszabhatja és ellenőrizheti a bolti árat; a kiadó nagyobb példányszámokat helyezhet ki. (Jelenkor)
- Előnye, hogy "a terjesztő a kiadó minden kapható könyvét forgalmazza", hátránya "a terjesztői felelősségvállalás áttekinthetlensége és a bizalmi alapú fogyasztásban. Terjesztői felelősségvállalás: a könyvek tényleges és gondos kihelyezése a boltokba, a fogyasztásindex figyelése, utánrendelés, újraterítés, utánnyomási javaslat. " (Kassák Könyvkiadó Kft.)
- A Katalizátor szerint a bizományosi szerződés előnye, hogy a kereskedő így többet rendel egy címből. A Katalizátor szerint a bizományosi szerződés hátránya, hogy a kereskedő

nincs rákényszerítve, hogy el is adja a könyvet, nem foglalkozik vele, és a fizetési fegyelem is siralmas. (Katalizátor)

- A Kelly szerint a bizományosi szerződés előnyei a következők: a könyvkereskedők „bátrabban rendelnek” valamennyi kiadványt bemutatásra alkalmas példányszámban tartják. A Kelly szerint a bizományosi szerződés hátrányai a következők: ha téved a kiadó, akkor ... a kereskedőnek nincs kockázata, ill. máshol jelentkezik a kockázat. (Kelly)
- A bizományosi szerződés hátránya, hogy az eladott mennyiség többszörösében kell megállapítani a példányszámot, valamint, hogy csak késve, 1-2 hónap után realizálódik az árbevétel a kiadónál. (Kortárs Könyvkiadó Kft.)
- Előnye a "folyamatos, teljeskörű bolti jelentés." Hátránya a "növekvő kiszolgáltatottság, fizetési anomáliák, kereskedői fölény és diktátum." (Kossuth Kiadó Zrt.)
- A Kráter Műhely Egyesület szerint csak hátránya van a bizományosi szerződésnek mert a kiadó pénze benne áll, a kereskedők nem mindig a valós fogyást jelentik le. (Kráter Műhely Egyesület)
- „Minden kockázat a kiadóé.”(K.u.K. Könyv- és Lapkiadó Kft.)
- Előnye a "a nagyon pontos piaci információ", hátránya a "finanszírozás" (M - ÉRTÉK Kereskedelmi és Szolgáltató Kft.)
- A Maecenas szerint a bizományosi szerződés hátránya a kiadó számára a tervezhetetlen bevétel. (Maecenas Könyvkiadó)
- Előnye: "Csak a teljes eladást követően fizet, nincs a kifizetettből visszáru, bátrabb példányszám igénylés, általában nagyobb forgalom." (Manó Könyvek Kft.)
- Előnye: "Több címet nagyobb példányszámban tart forgalomban a kereskedő." Hátránya: "Nehezen ellenőrizhető a fogyásjelentés korrektsége, bizalmi alapon működik. Minden kockázat a kiadóé." (Móra Ferenc Ifjúsági Könyvkiadó Zrt.)
- A Múlt és Jövő nem tapasztalt előnyt a bizományosi szerződéssel kapcsolatban. Hátránya, hogy a bizományba adott könyvből általában 6 hónap múlva kerül bevétel a bankszámlájára, illetve az is előfordul, hogy ellenőrizhetetlen időszakokra kell raktározási díjat fizetnie. (Múlt és Jövő Alapítvány)
- A Nap Kiadó Kft. szerint szinte csak hátránya van a kiadóra nézve. A kereskedőt nem motiválja semmi az eladásra. Hónapokig áll benne a pénz, az első árbevétel a leszállítás utáni 3. hónapban jelenik meg. (Nap Kiadó Kft.)
- "A bizományosi szerződés előnnyel csak a könyvkereskedő felé bír. Hátránya, hogy felelőtlen rendelésre ösztönzi a kereskedőt, aki így félretájékoztatja a kiadót rendelése során, továbbá bizományos rendszerben lassú az elszámolás (a kereskedő általában érdek ill. kockázat nélkül rendel)." (Napvilág Kiadó Kft.)
- Az Osiris szerint a kiadók számára nincs előnye a bizományosi szerződéseknek, csak hátránya: a teljes kockázatot a kiadó vállalja, nincsenek megbízható információk, visszajelzések a forgalomról, bizonytalanok az elszámolások, sok-sok adminisztrációval jár, nincs lehetőség a tartozások behajtására. (Osiris Kiadó Kft.)
- "Előnye lehet, hogy a kiadványok saját értékesítési célokra visszahívhatók az átadást követően is." "A kereskedő nem érzi saját tulajdonának a könyvet, így sajnos sok esetben nem is viseli szívén azok bolti kihelyezését, sérülésektől történő megóvását." (Reader's Digest Kft.)
- A Ringier szerint a bizományosi szerződés teljes kiszolgáltatottságot jelent a kiadónak. (Ringier Kiadó Kft.)
- A Santos Kiadó szerint ez a terjesztőknek előnyös, mert semmit sem kell kockáztatniuk és akkor fizetnek, amikor akarnak. (Santos Kiadó)

- A Saxum Kiadó Bt. szerint előny, hogy látja, hogy hol milyen mértékben fogy a könyv és mennyi a készlet. Hátrány, hogy a kiadó finanszíroz. (Saxum Kiadó Bt.)
- "A bizományosi konstrukció biztonságos, nincs kockázat a kereskedő számára, folyamatosan értékesítheti a boltjába kihelyezett készletet. Hátránya, hogy a kiadó sokszor nem kap pontos adatokat az eladásokról, a partnerek kb. 20-30%-a a tényleges eladásnál kevesebbet jelent le forgalomként, vagy késve küldi elszámolásait. A hosszabb ideig kihelyezett és kevésbé forgó készlet állaga, minősége pedig sérülhet." (Tessloff Babilon Kiadó Kft.)
- Előnye a "szélesebb választék a kereskedőknél", hátránya a "visszaru miatt az áru sérülése, magasabb szállítási, készletezési költségek, a kiadót terheli a magasabb kockázat" (TOPOGRÁF Térképészeti Kft.)
- A Vince szerint a bizományosi szerződés a kereskedőnek kifejezetten előnyös, nem költ forgóeszközre és nincs kockázata. A hátrány a kiadónál jelentkezik, az kockázatot mindent. (Vince Kiadó és Kereskedelmi Kft.)

218. Azon kérdésre, hogy mi az előnye illetve hátránya annak, hogy a könyv kiadói tulajdonban marad (KII 41. kérdés), a kiadók jellemzően azt választották, a jelenlegi rendszert tekintve összességében nem látnak előnyt a könyv kiadói tulajdonban maradásában. A kiadók kereskedőtől származó értékesítési információ és a nagyobb megrendelt választék és mennyiség lehetnének előnyök, de a kiadók kételyeket fogalmaztak meg az elszámolás alapját képező „fogyásjelentés” hitelességével kapcsolatban, és több esetben megjegyezték, hogy az egészében a kiadó által finanszírozott készlet terjesztése esetén a kereskedő az értékesítésben értelemszerűen kevésbé motivált, mint az adásvétel esetén, és a kiadó által beszállított (addig nélkülözött) készlettel nem feltétlenül megfelelően gazdálkodik. A visszahívás gyakran heteket, hónapokat, de mindenképp túl hosszú időt vesz igénybe, ami a készlet más módon történő értékesítési esélyeit rontja a kiadó számára (pl. készlet-átcsoportosításnál). Emellett több kiadó abban látja a kiadói tulajdon esetleges hasznát, hogy a terjesztő fizetése képtelensége esetén legalább a készlet egy részét visszakapja; ugyanakkor előfordult, hogy a visszahíváskor (akár fizetése képtelenség esetén) derült ki, hogy az eladatlanként jelölt készlet (a visszahívott mennyiség) már nincs a bizományosnál; fizetése képtelenség esetén ez behajthatatlan követelés lesz, ami ellen tehát a bizományi rendszer sem feltétlenül védi meg a könyvek tulajdonosát, a kiadót, ezért a rendszer ezen előnye is kétséges. A kiadók számos hátrányt látnak a könyvek kiadói tulajdonban maradásában, pl. késleltetett elszámolás, aránytalanul nagy részben a kiadó finanszírozza a kereskedelmet, a kiadástól az értékesítésig a kockázatok túl magas arányát vállalva:

- "Igazán nincs előnye, ha működne a rendszer, hiszen az a cél, hogy megvásárolják, ha nagykereskedők, adják el a kiskereskedőnek, az meg a vásárlónak. Ha nem (vagy nagyon döcögve) működik a rendszer (ahogyan ez napjainkra jellemző), akkor ha a kereskedő egyáltalán nem fizet, még van egy halvány remény, hogy a kiadó, a könyvek tulajdonosa visszakapja a könyveket..." (Ab Ovo Kiadói Kft.)
- Az Ad Librum szerint per definitionem a kiadó tulajdonában marad a könyv. A kereskedők nem tekintik magukénak a könyveket, és úgy is bánnak vele időnként. (Ad Librum Kiadó)
- "Szinte semmi előnye nincs, a kereskedőnek semmilyen kockázatot nem kell felvállalnia. Ha nem tudják eladni a könyvet évekig kell könyörögni, hogy a kiadó elhozhassa saját kiadványát." (Agapé Ferences Nyomda és Könyvkiadó Kft)

- "Csak a teljes eladást követően fizet, nincs a kifizetettből visszáru, bátrabb példányszám igénylés, általában nagyobb forgalom." (Alexandra Könyvesház Könyvkiadó és Kereskedelmi Kft)
- "A kereskedő nagyobb választékot tart. A kiadónak lehetősége van arra, hogy ha az egyik kereskedőnél nem úgy fogy a könyve ahogy várta, átcsoportosíthatja a másikhoz, a nagyobb forgalom érdekében." (ANIMUS Kiadó Szolgáltató és Kereskedelmi Kft.)
- A Cicero szerint nincs előnye annak, hogy a könyvek a kiadók tulajdonában maradnak. Hátránya, hogy a visszahíváskor gyakran kiderül, hogy a visszahívott könyv már nincs a bizományosnál, míg fizetésképtelenség esetén a készletet lejelentik fogyásnak, amiből később behajthatatlan követelés lesz. (Cicero Könyvesstúdió Kft.)
- Az Édesvíz szerint a bizományosi szerződés-típus biztosítja a kiadó vagyonának védelmét. (Édesvíz Kulturális szolgáltató Kft.)
- "Kisebb a kiadó által raktározandó készlet mennyiség." (EGMONT Hungary Könyv- és Lapkiadó Kft.)
- Előnye a "folyamatos piaci visszajelzés", hátránya a "bizonytalan értékesítési volumen." (Európa Könyvkiadó Kft.)
- Előnye "Nem jellemző. A teljes címállományt kirendelik a kereskedők." (Fabula Stúdió Kft.)
- "Előny talán a szélesebb terítés." Hátrány, hogy a "Visszahíváskor gyakran kiderül, hogy a visszahívott könyv már nincs a bizományosnál. Fizetésképtelenség esetén pedig a készletet lejelentik fogyásnak, amiből később behajthatatlan pénztartozás válik. Példa: LAP-ICS Kft." (GABO Könyvkiadó és Kereskedő Kft.)
- "Esetleges előnye, hogy a kiadó a tulajdonában lévő könyvet bármikor visszarendelheti a kereskedőtől." "Hátránya, hogy a csődbe került kereskedőtől mégsem kerül vissza a kiadó tulajdonában lévő könyvkészlet, ilyenkor derül ki, hogy azok korábban mégis eladásra kerültek, csak nem kerültek lejelentésre. Ily módon mégsem biztosíték, hogy a szerződés tartalma szerint a könyvek annak tényleges elszámolásáig a kiadó tulajdonában vannak, nem érvényesíthető ezen joga." (General Press Kiadó Reklámügynökség Nyomda Kft.)
- "A könyv eladását követően csak jóval később kaphatom meg a vételárat, ill. A visszaszállított könyvek minősége nem teszi lehetővé a későbbiekben történő teljes áron való értékesítést. A bizományosi rendszer miatt jóval nagyobb példányszámot kér a kereskedő az egyre több bolt áruval történő feltöltéséhez, mint amennyit elad. A kiadó finanszírozza a kereskedőt." (Geopen Könyvkiadó Kft.)
- Hátránya "A készletnövekedés hatása negatív a nyereségre nézve." (Holnap kiadó Kft.)
- A HVG-ORAC szerint hátrány hátrány az eladási bizonytalanság és az elszámolás időbeni eltolódása. (HVG-ORAC Lap- és Könyvkiadó Kft..)
- A Jaffa szerint a kiadói tulajdonban maradás előnye, hogy ösztönzőleg hat a kereskedőcégre, mert érdekeltté válik a könyv aktívabb értékesítésében.
- A Jelenkor szerint a bizományosi szerződés esetén a kiadó megszabhatja és ellenőrizheti a bolti árat; a kiadó nagyobb példányszámokat helyezhet ki. (Jelenkor)
- "Ha az egyik terjesztőnél mozdulatlanul áll, nem fogy jól a könyv, visszahívás után a kiadó egy másik terjesztőnél forgalmazhatja, ahol keresik azt. Igaz, a kiadói visszahívás után a könyvekre 2-3 hónapot várni kell. " Hátránya, hogy "a terjesztő nem érdekelt közvetlenül az eladásban, mivel pénzt nem fektetett előre a könyvbe." (Kassák Könyvkiadó Kft.)
- A Katalizátor szerint talán annyi lenne az előnye, hogy a kereskedő így többet rendel egy címből. A Katalizátor szerint az esetleges előny eltörlül a hátrányai mellett: a kereskedő

nincs rákényszerítve, hogy el is adja a könyvet, nem foglalkozik vele, és a fizetési fegyelem is siralmas. (Katalizátor)

- A Kelly szerint az az előny, hogy a Kiadó könyvei találkoznak a vásárlóval, esélyt kapnak a bemutatkozásra és a Fogyasztó dönt a megvételéről, a könyv sikeréről. A Kelly szerint az a hátránya, hogy a Kiadó később jut a pénzéhez, ha nehezen fogyó könyvei vannak a kiadónak, a hosszú tárolás miatt ramponálódnak a kiadványok. Minden Kiadó saját gyermekének tekinti a könyveit és nehezen fogadja el a kereskedő visszajelzését, hogy rosszul fognak a kiadványai és visszarúzni szeretnék. Ezt csak azok értik meg akik a másik oldal szereplői is voltak már. Jelenleg újabb kiadványok befogadásának rovására az eladhatatlan kiadványok kényszerraktárává váltak a könyvesboltok, ill. a kereskedők raktárai. (Kelly)
- "Előnye: a kereskedők könnyen átveszik a köteteket, a vevőkhöz könnyebben jut el. A piac dönt. Ez persze nem teljesen igaz, hiszen a kihelyezéstől nagy mértékben függ a forgalom. A kiadó határozhatja meg az árazást, hosszú távú kiadói politikája érdekében."
"Hátránya: túltermelés, fizetési kockázat. Sok kereskedő ment tönkre, hatalmas adósságot hagyva maga után. A kiadónál magas raktározási költség és az adózási terhek is a kiadónál maradnak." (Könyvmolyképző Kiadó És Kereskedelmi Kft.)
- Tulajdonképpen ugyanazok a hátrányai, mint magának a bizományosi szerződésnek. (Kortárs Könyvkiadó Kft.)
- Előny "Nem jellemző. A teljes címállományt kirendelik a kereskedők." (Kossuth Kiadó Zrt.)
- A Kráter Műhely Egyesület szerint a kereskedő nem nagyon érdekelt a könyvek eladásában és bármikor visszarúztathatja azokat. (Kráter Műhely Egyesület)
- Előnye "a nagyon pontos piaci információ", hátránya "finanszírozás" (M - ÉRTÉK Kereskedelmi és Szolgáltató Kft.)
- A Maecenas szerint az előnye annak, hogy a könyvek a kiadók tulajdonában maradnak, hogy a kiadó bármikor visszakérheti a könyvet. Hátránya, hogy a könyvek a kiadók tulajdonában maradnak az, hogy a kereskedő nem érdekelt a könyvek eladásában. (Maecenas Könyvkiadó)
- Előnye "Csak a teljes eladást követően fizet, nincs a kifizetettből visszáru, bátrabb példányszám igénylés, általában nagyobb forgalom." (Manó Könyvek Kft.)
- Ugyanaz mint a "mint a 40. pont, azaz több címet nagyobb példányszámban tart forgalomban a kereskedő." Hátránya: "Nehezen ellenőrizhető a fogyásjelentés korrektsége, bizalmi alapon működik. Minden kockázat a kiadóé." " (Móra Ferenc Ifjúsági Könyvkiadó Zrt.)
- A Múlt és Jövő hivatkozott a bizományosi [szerződés](#) kapcsán adott válaszára: nem tapasztalt előnyt a bizományosi szerződéssel kapcsolatban. Hátránya, hogy a bizományba adott könyvből általában 6 hónap múlva kerül bevétel a bankszámlájára, illetve az is előfordul, hogy ellenőrizhetetlen időszakokra kell raktározási díjat fizetnie.
- Ha a bizonylatolás rendben van, ez mindegy. (Nap Kiadó Kft.)
- "Az el nem adott könyvek a kiadó készletgazdálkodásában szerepelnek, hamis képet festve a kiadó vagyoni helyzetéről." (Napvilág Kiadó Kft.)
- Az Osiris szerint a kiadói tulajdonban maradás egyetlen előnye, hogy a raktározási gondokon könnyít. Az Osiris szerint a kiadói tulajdonban maradás miatt a kereskedők semmiért nem vállalnak felelősséget, így ebből csak hátránya van. (Osiris Kiadó Kft.)
- Hivatkozva a 39., 40. kérdésre adott válaszokra: "előnye lehet, hogy a kiadványok saját értékesítési célokra visszahívhatók az átadást követően is." "A kereskedő nem érzi saját

- tulajdonának a könyvet, így sajnos sok esetben nem is viseli szívén azok bolti kihelyezését, sérülésektől történő megóvását." (Reader's Digest Kft.)
- A Ringier szerint a kiadó tulajdonában maradásnak nincs előnye. Hátrányai: a visszáru, a hosszadalmas, soklépcsős elszámolás, fizetés. (Ringier Kiadó Kft.)
 - Elméletileg a biztonság az előny, hiszen így visszakereshetőek. Gyakorlatilag azonban elég nehézkés a visszahozatal, ha csak nem áll ott a raktárban. (Santos Kiadó)
 - Előny, hogy szükséges esetben átcsoportosítható a készlet. Hátrány a finanszírozás. (Saxum Kiadó Bt.)
 - "Bizományba jóval több kiadványt vesz át mennyiségben egyik-másik terjesztő, mintha azt megvásárolta volna. Ezért a túlkészletezés veszélye egyes terjesztési formákban (pld. multinacionális áruházak) fennáll. A kihelyezett magas készletek folyamatos visszarúzáshoz vezetnek, mely a szállítási és logisztikai költségeket jelentősen megnöveli a Kiadóknál és a terjesztőknél is. " (Tessloff Babilon Kiadó Kft.)
 - Hátránya, hogy "a kiadó viseli a nagyobb kockázatot" (TOPOGRÁF Térképészeti Kft.)
 - A Typotex szerint nincs előnye. (Typotex)
 - A Vince szerint minden előzetes költség a kiadót terheli, bevétel a kereskedőnél jelentkezik, melyet egyre nehezebben ad át a kiadónak. Ramponálódik, elvesz a könyv, nehezen visszaszerezhető – egyes kereskedőknél hónapokig tartó tortúra (Vince Kiadó és Kereskedelmi Kft.)

219. Összefoglalva, a könyvek kiadói tulajdonban maradásának esetleges előnyeit a kiadók általában kétségbe vonják. Felismerik, hogy a késleltetett fizetéssel járó bizományi rendszer a terjesztőknek szélesebb választék és magasabb példányszám raktáron tartására ad lehetőséget; az eladatlan készletet később értékesíteni igyekvő kiadók azonban megjegyzik, hogy a kereskedők a rendszerből adódóan relatíve olcsón jutnak bizományi készlethez (az átvételnél nem fizet⁴⁸), ezért túl széles választékot, túl nagy mennyiséget kérnek be a kiadóktól (túlkészletezés), melynek értékesítésére erősebben motiválná őket, ha azt (legalább egy részét) átvételnél ki is kellene fizetniük; a készletekkel a kiadó szempontjából nem megfelelően gazdálkodnak. Az elszámolás alapját képező, terjesztő által kiadónak lejelentett értékesítési információ hitelessége pedig a jelek szerint megkérdőjeleződött. A kiadók szerint a mennyiség visszahívása nehézkes, ami rontja az eladatlan készletek értékesítési esélyeit pl. más kereskedőhöz való átcsoportosítás révén, hiszen az idő telik. A rendszer egyértelmű hátrányai közé tartozik, hogy a kiadásban először költséget vállaló kiadó jut utolsóként bevételhez a termék értékesítéséből, az értékesítés terjesztő által jelentett ütemének megfelelően; a két időpont között a készletet a kiadó finanszírozza, aki kénytelen az értékesítés üzleti kockázatának aránytalanul nagy részével szembenézni. A kiadók szerint a tulajdonjog extrém esetben, mint pl. a terjesztő fizetése képtelensége, sem feltétlenül nyújt védelmet számukra.

IV.5. A terjesztői szerződések tartalma

220. A terjesztői szerződések tartalmára vonatkozó információ forrása az eljárás alá vont piacvezető terjesztők és a megkérdezett – köztük eljárás alá vont – kiadók adatszolgáltatásokra adott válaszai (sorrendben a két kiadói adatkérés, KE1 és KE2, utóbbi a kereskedőknek megküldött Vj-096-068/2009. sz. második adatkérő végzés; és a KII). A csatolt terjesztési

⁴⁸ A kereskedő a könyvért az átvételnél nem fizet, de persze saját kompetenciájára épülő aktivitásából, a nagy- és kiskereskedelmi terjesztési tevékenységből adódó költségeit fedeznie kell, beleértve a szállítást és raktározást, a kiskereskedelmi hálózat költségeit, humán költséget, stb..

szerződéseiket a könyvterjesztők megbízottként/vevőként (terjesztőként) kötötték meg, míg a kiadók által csatolt terjesztési szerződések nagy részében a kiadó megbízóként/eladóként szerepel. A szerződések kis részét azonban egyes (könyvterjesztési profillal is rendelkező) kiadók megbízottként / vevőként (terjesztői szerepben) írták alá más vállalkozásokkal, ilyen a Makro-Book, a Talentum, a Kossuth, a Vince, a Medicina kiadók. A terjesztői szerződések kifogásolt klauzuláit a mellékletek tartalmazzák, témakörönként és eljárás alá vontanként erndszerelve.

IV.5.1 A viszonteladási ár megkötése

221. A kereskedők nyilatkozatai szerint (KE1 41. kérdés) a kifogásolt szerződési elemeket nem minden könyvterjesztő használja szerződéseiben:

	Szerepel a szerződésben?
A kiskereskedelmi (fogyasztói / eladói / bolti) ár kiadó általi meghatározása	Igen
A „legnagyobb kedvezmény elve”	Igen, kivéve Pécsi Direkt és Bookline
A kiskereskedelmi ár kiadó általi fenntartása a megjelenéstől/átvételtől számított 3 vagy 6 hónapig	Igen, kivéve Bookline

222. A Pécsi Direkt és a Bookline nyilatkozata alapján a többi kereskedő kiskereskedelmi árait korlátozó „legnagyobb kedvezmény elve” nem szerepel szerződéseikben; ugyanakkor a Pécsi Direkt mintaszerződése és terjesztési szerződésai is tartalmazznak 3 hónapra vonatkozó „legnagyobb kedvezmény” feltételt, és a továbbeladási ár változtatására vonatkozó moratóriumot, Vj-096-007/2009. sz. irat).

223. A kereskedők arra a kérdésre, hogy az egyes kifogásolt klauzulákat mióta alkalmazzák (KE1 41. kérdés), a következő válaszokat adták:

- a Libri a fogyasztói ár meghatározását és a bizományosi jutalék megállapítását 1996 óta alkalmazza szerződéseiben, a 6 hónapos ártartást, a legnagyobb kedvezmény elvét és a kiadói és más kereskedői akciókra vonatkozó megkötéseket 2003 óta;
- a Lira a bizományosi jutalék megállapítását 1994 óta alkalmazza szerződéseiben, a 6 hónapos ártartást, a legnagyobb kedvezmény elvét és a kiadói és más kereskedői akciókra vonatkozó megkötéseket pedig 2000 óta;
- a Pécsi Direkt a klauzulákat a kezdetek óta alkalmazza, a 3 hónapos árváltoztatási tilalom rendelkezését kb. 3 éve, tehát kb. 2006 óta;
- a Bookline a fogyasztói ár meghatározását, a bizományosi jutalék megállapítását és a kiadói és más kereskedői akciókra vonatkozó megkötéseket megalakulása óta alkalmazza.

224. A könyvterjesztők arra a kérdésre, hogy az egyes klauzulákat miért alkalmazzák (KE1 42. kérdés), a következőket nyilatkozták:

224.1 A kiskereskedelmi ár kiadó általi meghatározása

- Libri: Vásárlói érdek és kereskedelmi törvény, hogy a forgalmazott terméken szerepeljen az ár

- Líra: Az árú a kiadó tulajdonában van, tehát csak ő határozhatja meg az árát
- Pécsi Direkt: Bizományosi szerződésből adódóan mindig a kiadói fél joga és kötelessége meghatározni.
- Bookline: A szerződéses kapcsolat magától értetődő része.

224.2 A „legnagyobb kedvezmény elvének” alkalmazása

- Libri: Ne juthasson versenyelőnyhöz egyik konkurensünk sem, illetve mi is ugyanazokat a feltételekkel értékesíthessünk.
- Líra: Elvi kívánalom, ami nem kontrollálható és szankcionálható, de fontos része lenne a valós gazdasági versenynek [indokolás nélkül]
- Pécsi Direkt: Mivel a kiadó kiköti a fogyasztói árat, ezért kéri a kereskedőt, hogy az ő piaci érdekeinek védelmében ugyanazok a feltételek vonatkozzanak rá mint a piac többi szereplőjére.

224.3 Garanciavállalás arra vonatkozóan, hogy a kiadó a könyvet a megjelenéstől számított 3 vagy 6 hónapig alacsonyabb áron más kereskedőn keresztül nem hozza forgalomba

- Libri: A Libri vásárlói is hozzájussanak ugyanazokhoz a kedvezményekhez.
- Líra: Területi egyenlőtlenség kiküszöbölése, az árváltozásoknak van egy normális átfutási ideje
- Pécsi Direkt: Ez a könyv értékállóságának biztosítékát szolgálja, és a vásárló érdekeit védi azáltal, hogy a nagy hálózatok is vásárló érdekeit szolgálják.

225. Összefoglalva: a piacvezető könyvterjesztők a továbbeladási ár kiadói meghatározása kapcsán a kiadói tulajdonra, a bizományi rendszerre, illetve (véltetően tévesen) a kereskedelmi törvényre hivatkoztak. A „legnagyobb kedvezmény elvének” alkalmazása és a 3-6 hónapos időbeli megkötés kapcsán az azonos (horizontális) versenyfeltételekre/versenyelőnyök, -hátrányok hiányára, területi egyenlőtlenség megszüntetésére, az árak normál átfutási idejére, illetve a fogyasztók érdekeinek védelmére hivatkoztak.

226. A piacvezető terjesztők nyilatkozata szerint (KE1 41. kérdés) a bizományosi jutalék mértéke minden esetben része a szerződésnek. Emellett a szerződések kitételeket tartalmaznak a visszarúzásra, a kiadó tulajdonában lévő könyvek visszaszállításának feltételeit korlátozzák (a Bookline nyilatkozata szerint nem tesz ilyen kikötést), valamint megkötéseket tartalmaznak a kiadó által szervezhető akciók tartására (a Pécsi Direkt nyilatkozata szerint nem tesz ilyen kikötést).

227. A terjesztők előadása alapján az egyes klauzulák tartalmára mindkét félnek van ráhatása (KE1 41. kérdés), a kiskereskedelmi ár kivételével, melyet – a Lírán kívül – minden kereskedő egyedül a kiadó által meghatározottnak vél.

228. A fenti szerződési klauzulákat a piaci szereplők régóta alkalmazzák, mégpedig a könyvterjesztők, kereskedők elvárására (következő bekezdés). A kiadók válaszai arra a kérdésre, hogy az egyes szerződési klauzulákat mióta alkalmazzák (KI1 56. kérdés), a következőképp foglalható össze (a kiadói válaszok döntő többsége mutatja, hogy a kiemelt klauzulákat a piaci szereplők évek óta alkalmazzák):

Az adott klauzula mióta van alkalmazásban? (56. kérdés)	A klauzula legalább “évek óta alkalmazásban van”; “régóta”, vagy “a kezdetektől alkalmazásban van”
------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------

Szerződési klauzula	válaszadó kiadók	összesen
A kiskereskedelmi ár kiadói meghatározása	33	88%
A "legnagyobb kedvezmény elve"	32	75%
Megjelenéstől/átvételtől számított 3-6 hónapos árváltoztatási korlátozás	33	85%
Kiadói akciók szervezési feltételeinek korlátozása	29	76%
<i>Fennmaradó kiadói hányad: a klauzula nincs alkalmazásban</i>		

229. A kiadók a kérdés (KI1 56. kérdés) azon részére, hogy az egyes klauzulák tartalmára melyik félnek van nagyobb ráhatása, többnyire a kereskedőket, vagy a kereskedőket és a kiadókat együtt jelölték meg, a kiskereskedelmi ár meghatározásának kivételével, melyre szerintük a kiadónak, vagy a kiadónak és kereskedőnek együtt van befolyása.

230. Arra a kérdésre, hogy az egyes klauzulák miért kerülnek alkalmazásra (KI1 57. kérdés), a kiadók a következő válaszokat adták:

230.1 Fogyasztói ár (vizonteladási ár) meghatározása: a kiadók szinte kivétel nélkül azt nyilatkozták, hogy a kiskereskedelmi árat a kiadó határozza meg, de erre többféle magyarázatot szolgáltattak: hagyomány, mindenhol azonos ár, a kereskedő kéri, a tulajdonjog miatt köteles, az együttműködés szabályozásának legfontosabb paramétere, az elszámolás alapja, stb.. Néhány kiadó nem határozza meg szerződésben az árat. A Tessloff álláspontja szerint a fogyasztókat kiszolgáló, azokhoz legközelebb lévő, a keresletről közvetlenül informált kereskedő „érezkeli leginkább”, hogy egy adott könyvet milyen áron lehet értékesíteni.

- Az Ad Librum szerint a fogyasztói ár a bevételen osztokodás másik alapja. (Ad Librum Kiadó)
- A "kiadó határozza meg" (Agapé Ferences Nyomda és Könyvkiadó Kft)
- "Könyvpiaci hagyomány, vásárlói elvárás, jogdíj ahhoz igazodik." (ANIMUS Kiadó Szolgáltató és Kereskedelmi Kft.)
- A Cicero szerint a fogyasztói ármeghatározást a szakmai hagyomány miatt alkalmazza a szerződésekben. (Cicero Könyvesstúdió Kft.)
- Az Édesvíz szerint a fogyasztói ár fogalomként szerepel a szerződésekben. (Édesvíz Kulturális szolgáltató Kft.)
- Így ugyanazt a terméket, bárhol ugyanazon az áron lehet megvásárolni. (EGMONT Hungary Könyv- és Lapkiadó Kft.)
- "A kiadók határozzák meg a fogyasztói árat." (EURÓPA KÖNYVKIADÓ Kft.)
- "Szakmai hagyomány. A fogy. árat általában rányomjuk a könyvre." (GABO Könyvkiadó és Kereskedő Kft.)
- „Alapfeltétel (szállítólevélen és számlán is, szerződésben csak az kerül meghatározásra, hogy fel kell tüntetni)” (General Press Kiadó Reklámügynökség Nyomda Kft.)
- "Nem a szerződés része" (Geopen Könyvkiadó Kft.)
- "Nyomda, papír, kiadások függvénye" (Gesta Könyvkiadó Kft.)

- "Nem kerül a szerződésbe" (Holnap kiadó Kft.)
- A fogyasztói ár meghatározása kölcsönös megállapodás tárgya. (HVG-ORAC Lap- és Könyvkiadó Kft.)
- A Jelenkor szerint bizományosi rendszerben értelmezhetetlen: a könyv a kiadó tulajdona, ő szabja meg az árat. (Jelenkor)
- "A hosszú évek alatt terjesztői partnereink elégedettek voltak kiadónk árképzésével. A könyv árának megállapítása a kiadó felelősségkörébe tartozik, a terjesztő véleményezheti." (Kassák Könyvkiadó Kft.)
- A Katalizátor szerint az árat ő határozza meg, és nem szeretné, ha bárki eltérne tőle az ő döntése nélkül. (Katalizátor)
- A Kelly ismertette, hogy a Kiadók a gyakorlatában a kereskedők kérésére a könyvekre nyomdai úton kerül rá a fogyasztói ár. (Kelly)
- Évek óta meghatározzák a szerződésekben a fogyasztói árat, hiszen ez alapvető feltétel. (Könyvmolyképző Kiadó És Kereskedelmi Kft.)
- A Kráter Műhely Egyesület szerint a kiadó bevételeinek ez az alapja. (Kráter Műhely Egyesület)
- "Igen, mert a kiadó a bizományosi szerződésnél meghatározza az árat" (M - ÉRTÉK Kereskedelmi és Szolgáltató Kft.)
- A Múlt és Jövő szerint a kiadó határozza meg.
- Nincs ilyen a szerződésekben. (Nap Kiadó Kft.)
- "Kiadónk nem járul hozzá kedvezmények nyújtásához, ezért ez számunkra elsődleges kitétel." (Reader's Digest Kft.)
- A Ringier szerint a fogyasztói ár meghatározás kiadói döntés. (Ringier Kiadó Kft.)
- Ez a kiadó joga, az áremelés viszont általában nehézkes. (Santos Kiadó)
- "A kereskedő érzékeli leginkább, hogy a kiadványt a többi hasonló termék ismeretében milyen áron lehet hatékonyan értékesíteni." (Tessloff Babilon Kiadó Kft.)
- A Typotex szerint ő ragaszkodik a fogyasztói ár meghatározásához. (Typotex)
- A Vince szerint fix ár van. (Vince Kiadó és Kereskedelmi Kft.)
- "Bizományosi szerződésből adódóan mindig a kiadói fél joga és kötelessége meghatározni." (Alexandra Könyvesház Könyvkiadó és Kereskedelmi Kft.)
- Athenaeum szerint a fogyasztói ár meghatározása a kiadó érdekében áll. (Athenaeum 2000 Kft.)
- A Corvina szerint a fogyasztói ármeghatározást annak fontossága miatt alkalmazza a szerződésekben. (Corvina)
- A Jaffa szerint a bizományosi és árrésekkel működő általános könyvpiaci elszámolási rendszer alapja az ármeghatározás. (Jaffa)
- "Működési alapelv" (Kossuth Kiadó Zrt.)
- A Maecenas szerint a fogyasztói ár az együttműködés szabályozásának legfontosabb paramétere, az elszámolás alapja. (Maecenas Könyvkiadó)
- "A kiadó tulajdonában van a könyv, meg kell határozni az árat." (Manó Könyvek Kft.)
- "A kiadó határozza meg a piac igényei és saját kalkulációi alapján" (TOPOGRÁF Térképészeti Kft.)

230.2 A „legnagyobb kedvezmény elve”: a kiadók döntően a terjesztők elvárására írnak alá ilyen korlátozást tartalmazó szerződési klauzulát, többen kényszerről nyilatkoztak. A kiadók többsége szerint a klauzula a kereskedők üzleti érdekeit védi, célja a kiadók szerint a piac egalizálása, esélyegyenlőség megteremtése, a kereskedők piaci helyzetének védelme, azonos kereskedelmi feltételek megteremtése (egy kiadó szerint a „legnagyobb

kedvezményt” nem csak a kiskereskedelmi árra, hanem a terjesztői jutaléokra is kiterjesztve kell értelmezni). A Jaffa szerint a kisebb kereskedő cégek érdekében szokás alkalmazni. Több kiadó nyilatkozta, hogy nem ír alá ilyen klauzulát.

- Ez a kitétel a kereskedőt védi. (Ab Ovo Kiadói Kft.)
- "Nem jellemző" (Agapé Ferences Nyomda és Könyvkiadó Kft)
- "A hosszú távú, kölcsönös bizalmon alapuló üzleti kapcsolat biztosítása" (ANIMUS Kiadó Szolgáltató és Kereskedelmi Kft.)
- A Cicero szerint a legnagyobb kedvezmény a kereskedő kívánsága, ezért alkalmazza. (Cicero Könyvesstudió Kft.)
- Ezen kitétel alkalmazásának indoka, hogy azonos feltételek érvényesüljenek minden partnerrel szemben. (EGMONT Hungary Könyv- és Lapkiadó Kft.)
- "Piaci esélyegyenlőség" (Európa Könyvkiadó Kft.)
- "Értelmetlen pont." (Fabula Stúdió Kft.)
- "A kereskedő kívánsága." (GABO Könyvkiadó és Kereskedő Kft.)
- "A kiadó érdeke." (Geopen Könyvkiadó Kft.)
- "A kiadó érdeke" (Holnap kiadó Kft.)
- A szerződéskötések óta alkalmazzák a legnagyobb kedvezmény elvét, mely kölcsönös megállapodás tárgya. (HVG-ORAC Lap- és Könyvkiadó Kft..)
- A Jelenkor szerint a legnagyobb kedvezmény elve nem így szól, hanem: a kiadó vállalja, hogy más terjesztőnek nem ad nagyobb árrést; a Jelenkor nem fogadja el. (Jelenkor)
- "Így kívánja a korrekt üzletpolitika. És az emberi tisztesség." (Kassák Könyvkiadó Kft.)
- 1-2 éve a kereskedők részéről megfigyelhető ilyen próbálkozás, a Könyvmolyképző viszont úgy nyilatkozott, nem szeretné ezt elfogadni.
- Ezen kitétel is a pozíció védelem, és a kockázat csökkentése érdekében alkalmazták. (Kortárs Könyvkiadó Kft.)
- A Kráter Műhely Egyesület szerint a piac egalizálását, a piaci verseny korlátozását szolgálja a legnagyobb kedvezmény elvének alkalmazása. (Kráter Műhely Egyesület)
- "Nem" (M - ÉRTEK Kereskedelmi és Szolgáltató Kft.)
- "Kiadó saját érdekét védi." (Móra Ferenc Ifjúsági Könyvkiadó Zrt.)
- Nincs ilyen a szerződésekben. (Nap Kiadó Kft.)
- Az Osirisz szerint a legnagyobb kedvezmény elvét az egyenlő esélyek biztosítása érdekében használják. (Osiris Kiadó Kft.)
- "A kereskedő piaci helyzete ne sérüljön." (Reader's Digest Kft.)
- A Typotex szerint a könyvkereskedő kikényszeríti ezt a pontot. (Typotex)
- A Vince szerint kényszerből alkalmazza a legnagyobb kedvezmény elvét. (Vince Kiadó és Kereskedelmi Kft.)
- "Mivel a kiadó kiköti a fogyasztói árat, ezért kéri a kereskedő, hogy az ő piaci érdekeinek védelmében ugyanazok a feltételek vonatkozzanak rá mint a piac többi szereplőjére." (Alexandra Könyvesház Könyvkiadó és Kereskedelmi Kft)
- Az Athenaeum szerint elvi kíváncsi a legnagyobb kedvezmény elvének alkalmazása. (Athenaeum 2000 Kft.)
- A Corvina szerint a legnagyobb kedvezmény elve általános gyakorlat, ezért alkalmazza. (Corvina)
- A Jaffa szerint a piac védelme, a kiseb kereskedő cégek érdekében szokás alkalmazni a legnagyobb kedvezmény elvét. (Jaffa)
- "Kölcsönösen fontos." (Kossuth Kiadó Zrt.)
- "Jó lenne, ha így működne, de sokszor kontrollálhatatlan." (Manó Könyvek Kft.)

- "A tényleges gazdasági verseny működtetéséhez elengedhetetlen lenne, azonban a jelenlegi szituációban nem tényleges realitás" (TOPOGRÁF Térképészeti Kft.)

230.3 Szerződéses korlátozás arra vonatkozóan, hogy a kiadó a könyvet a megjelenéstől vagy átadástól számított 3 vagy 6 hónapon keresztül alacsonyabb áron más kereskedőn keresztül sem hozza forgalomba (a „legnagyobb kedvezmény elvének” megfelelően): a kiadók válaszából kitűnik, hogy az időbeli korlátozás is alapvetően a könyvterjesztők, kereskedők elvárása és az ő érdekeiket szolgálja (biztosíték, egységes piaci körülmények, pozícióvédelem), hiszen „így nem kapható egy könyv teljes és jelentősen csökkentett áron egyszerre” (Kassák Kiadó). A kiadók egy kis részének véleménye alapján ugyanakkor a kiadók abbéli aggodalma is kiolvasható, hogy a könyv piacszerre (horizontálisan fix) meghatározott, időben kötött kiskereskedelmi ár-korlátozás nélkül idő előtt „leértékelődik” (a kiadó által meghatározott kiskereskedelmi árhoz képest); a piacszerre azonos kiskereskedelmi árra („legnagyobb kedvezmény”), és az ár megváltoztatásának időbeli korlátaira ezen kiadók pedig megoldásként tekintenek.

- "Biztosítania kellene, hogy a folyamatot tervezni lehessen." (Ab Ovo Kiadói Kft.)
- "Orientálja a vásárlót a könyv újdonság voltáról és bizonyos tekintetben a szellemi termék értékéről." (ANIMUS Kiadó Szolgáltató és Kereskedelmi Kft.)
- Az Édesvíz szerint az árgarancia a közös üzleti érdeke a feleknek. (Édesvíz Kulturális szolgáltató Kft.)
- Jogdíjas termékeknél ez a jogdíj jogosult előírása. (EGMONT Hungary Könyv- és Lapkiadó Kft.)
- "Piaci esélyegyenlőség" (EURÓPA KÖNYVKIADÓ Kft.)
- "Kereskedőknek biztosíték, hogy más áron ne kerülhessen forgalomba" (General Press Kiadó Reklámügynökség Nyomda Kft.)
- "Egységes piaci körülmények megteremtése" (Geopen Könyvkiadó Kft.)
- Ennek oka, hogy a kereskedők ezt előírják a kiadó számára. (HVG-ORAC Lap- és Könyvkiadó Kft.)
- A Jelenkor szerint kizárólagos bizományosi rendszerben értelmezhetetlen: a könyv a kiadó tulajdona, ő szabja meg az árat. (Jelenkor)
- "Fontos pontja a szerződésnek. Így nem kapható egy könyv teljes és jelentősen csökkentett áron egyszerre." (Kassák Könyvkiadó Kft.)
- A Kelly szerint nincs garanciavállalás. (Kelly)
- Fontosnak tartja az áru védelmét, szempont, hogy az ne devalválódjon. (Könyvmolyképző Kiadó És Kereskedelmi Kft.)
- A Kortárs szerint a pozícióvédelem az oka a garancia vállalásra vonatkozó kitétel alkalmazásának. (Kortárs Könyvkiadó Kft.)
- A Kráter Műhely Egyesület szerint ez a rendelkezés a kereskedők piaci stabilitását szolgálja. (Kráter Műhely Egyesület)
- "Igen, mivel a könyv értékállóságát biztosítja" (M-ÉRTÉK Kereskedelmi és Szolgáltató Kft.)
- "Ezzel biztosítjuk az egyenlő feltételeket." (Móra Ferenc Ifjúsági Könyvkiadó Zrt.)
- Az Osiris szerint az árgarancia alkalmazása a kereskedő igénye. (Osiris Kiadó Kft.)
- A Ringier szerint az árgarancia akceptálható. (Ringier Kiadó Kft.)
- Álláspontja szerint ez jogos érdek, inkorrekt lenne másnak leárazva adni. (Santos Kiadó)

- "Sok Kiadó 3 hónap múltán jelentős kedvezményt (30%-ot) biztosít a multikban, vagy interneten keresztül kiadványaira, így a bolthálózatok nem tudnak versenyképesek maradni." (Tessloff Babilon Kiadó Kft.)
- A Typotex szerint a könyvkereskedő kikényszeríti ezt a pontot. (Typotex)
- A Vince szerint azért kerül alkalmazásra, hogy az áru idő előtti leértékelése ne forduljon elő. (Vince Kiadó és Kereskedelmi Kft.)

IV.5.2 A terjesztői vagy bizományosi jutalék a szerződésekben

231. A piacvezető terjesztők nyilatkozata szerint (KE1 41. kérdés) a (kiadó által meghatározott kiskereskedelmi ár százalékos arányában megadott) bizományosi jutalék mértéke minden esetben része a szerződésnek. Emellett a szerződések kitételeket tartalmaznak a visszarúzásra, a kiadó tulajdonában lévő könyvek visszaszállításának feltételeit korlátozzák (a Bookline nyilatkozata szerint nem tesz ilyen kikötést), valamint megkötéseket tartalmaznak a kiadó által szervezhető akciók tartására (a Pécsi Direkt nyilatkozata szerint nem tesz ilyen kikötést).

232. A kereskedők a terjesztői jutalék szerződésbe foglalásának okáról feltett kérdésre (KE1 42. kérdés) adott válaszai alapján a kiskereskedelmi ár arányában megadott bizományosi / terjesztői jutalék mértéke szintén alapvető szerződési elem:

- Libri: Kölcsönös megállapodás alapján
- Líra: A gazdasági tevékenység, a társaság működésének alapja
- Pécsi Direkt: „Ha nem foglalnánk szerződésbe, akkor nem lenne miért szerződést kötni”
- Bookline: „A szerződéses kapcsolat magától értetődő része.”

233. A kiadóknak a terjesztési szerződés egyes klauzuláinak alkalmazási okára vonatkozó kérdésre (K11 57. kérdés) adott válaszok alapján a kiskereskedelmi ár százalékos arányában meghatározott bizományosi/terjesztői jutalék a legalapvetőbb szerződési pont mindkét fél számára, mivel a könyv árának felosztási arányát adja meg terjesztő és kiadó között, így a szerződés egyik alapja, a megállapodás lényeges, fő paramétere. Mértékét általában a kereskedő határozza meg, mely nem független a kereskedő piaci súlyától. Gyakori megjegyzés, hogy értéke az elmúlt időszakban emelkedő tendenciát mutat; jelentős mértékben emelkedett:

- Az Ad Librum szerint a fogyasztói ár a bevételen osztozkodás másik alapja. (Ad Librum Kiadó)
- "Ezt sajnos a viszonteladó határozza meg" (Agapé Ferences Nyomda és Könyvkiadó Kft)
- "Nagyban ez határozza meg a szerződő felek árbevételeit." (ANIMUS Kiadó Szolgáltató és Kereskedelmi Kft.)
- A Cicero szerint a kereskedelmi jutalék tekintetében a kereskedők folyamatos növekedést várnak el. (Cicero Könyvesstúdió Kft.)
- "Lényeges paraméter" (EURÓPA KÖNYVKIADÓ Kft.)
- "Mert erről szól elsősorban a szerződés." (Fabula Stúdió Kft.)
- "A legalapvetőbb szerződési pont." (Holnap kiadó Kft.)
- A Jaffa szerint azért tartalmazzák a bizományosi jutalék mértékét a szerződések, mert az az elszámolások alapja, mint ilyen nélkülözhetetlen. (Jaffa)

- A Jelenkor szerint értelemszerűen rögzíteni kell, sem kalkulálni, sem elszámolni nem lehet enélkül. (Jelenkor)
- "Ez minden szerződés vitatott pontja. A terjesztői jutalék a nehezedő körülmények miatt szinte évről-évre emelkedik. A kiadói árképzés nem érvényesítheti az árrés folyamatos emelkedését." (Kassák Könyvkiadó Kft.)
- A Katalizátor szerint enélkül nincs szerződés. (Katalizátor)
- "Alapvetően fontos elem." (Kossuth Kiadó Zrt.)
- A Maecenas szerint a kereskedelmi jutalék az együttműködés szabályozásának legfontosabb paramétere, az elszámolás alapja. (Maecenas Könyvkiadó)
- "Ez az elszámolás alapja." (Manó Könyvek Kft.)
- "Ez az elszámolás alapja" (Móra Ferenc Ifjúsági Könyvkiadó Zrt.)
- A Múlt és Jövő szerint gyakran nincs alkudozási lehetősége. (Múlt és Jövő Alapítvány)
- A Nap Kiadó szerint ez egy fontos tétel, mindig alkalmazzák. (Nap Kiadó Kft.)
- "Ez a szerződés fő paramétere." (Reader's Digest Kft.)
- Alapvető kérdés, hogy mennyi marad a kiadónál. (Saxum Kiadó Bt.)
- "A jutalék időszakonként emelésre kerül, egyes esetekben túlzott mértékben, mely nincs arányban a nyújtott szolgáltatás színvonalával..." (Tessloff Babilon Kiadó Kft.)
- A Typotex ismertette, hogy mértékét általában a könyvkereskedő határozza meg, ez annál inkább így van, minél nagyobb piaci súlyú a könyvkereskedő. (Typotex)

IV.5.3 A kiskereskedelmi ár időszakos leszállítására (akció) vonatkozó klauzulák

234. A kereskedők arra a kérdésre, hogy a kiadó által (más terjesztőn keresztül) szervezhető akciók tartására vonatkozó megkötéseket miért alkalmazzák (KE2 42. kérdés), a következőket nyilatkozták (nem mindenki válaszolt):

- Libri: „Nekünk is biztosítson hasonló akciós feltételeket. Ne kerüljünk hátrányos helyzetbe a versenytársakkal szemben.”
- Lira: „Területi egyenlőtlenség kiküszöbölése, nem kívánjuk a saját vásárlóinkat hátrányos helyzetbe hozni.”

235. A kiadók arra a kérdésre, hogy az egyes klauzulák közül az akciók szervezésére vonatkozó korlátozások miért kerülnek alkalmazásra (KI1 57. kérdés), többnyire a kereskedők elvárásaira hivatkoznak; ugyanakkor az akciók szervezésének korlátozása háttérben érzékelik az üzleti okot, a kereskedő üzleti motivációját (egy párhuzamos leértékelési akció az adott kereskedő(k) szemszögéből kevésbé hatásos). Az egyik kiadó megfogalmazása szerint a „*szerződés ... részletesen kitér a tervezéstől – a lebonyolításon át – az elszámolásig, az esetleges visszáruig. Szigorúan előírja mindkét fél kötelességét és az elszámolási feltételeket, valamint harmadik partnerrel szembeni magatartást*”. Néhány kiadó nyilatkozata szerint ilyen korlátozás nincs.

- Az Osiris szerint a kiadói akciók szervezésére vonatkozó előírások alkalmazása a kereskedő igénye. (Osiris Kiadó Kft.)
- A Vince előadta, azért alkalmazzák, hogy a különböző akciók hátrányosan ne befolyásolják egymást. (Vince Kiadó és Kereskedelmi Kft.)
- A Kortárs Kiadó szerint a pozícióvédelem az oka a kiadói akciók szervezésére vonatkozó előírásoknak.
- "A későbbi viták elkerülése érdekében." (K.u.K. Könyv- és Lapkiadó Kft.)

- A Kelly előadta, közös döntés alapján alkalmazzák, mivel a kereskedőnek van rálátása a könyvpiac szereplőire. (Kelly)
- "Döntő többségben a kereskedő szervez egyfajta akciót (pl. karácsonyi könyvek), és bizonyos könyveket bevásárolt." (Ab Ovo Kiadói Kft.)
- "Általában a kiadó szervez akciót" (Agapé Ferences Nyomda és Könyvkiadó Kft)
- "Nincs" (Alexandra Könyvesház Könyvkiadó és Kereskedelmi Kft)
- "A kereskedelmi szempontok érvényesítése, az eladói viszonyokhoz való igazodás" (ANIMUS Kiadó Szolgáltató és Kereskedelmi Kft.)
- A feleknek kölcsönös érdekükben áll a kiadói akciókra vonatkozó kitétel alkalmazása. (Athenaeum 2000 Kft.)
- A Corvina szerint a kiadói akciók szervezésére vonatkozó előírások nincsenek a szerződésekben. (Corvina)
- Az Édesvíz szerint a kiadói akciók a fogyasztói érdekek miatt szerepelnek a szerződésekben. (Édesvíz Kulturális szolgáltató Kft.)
- "Ne kaphasson idokolatlanul nagy kedvezményt csak egy kereskedő." (EGMONT Hungary Könyv- és Lapkiadó Kft.)
- "Esetenként változó" (General Press Kiadó Reklámügynökség Nyomda Kft.)
- "Az éves szerződésnek nem része, egyéni megállapodások év közben." (Geopen Könyvkiadó Kft.)
- "Kereskedő vásárlókedvet növelő kezdeményezése, de a terhek megoszlanak." (Holnap kiadó Kft.)
- A Jaffa szerint a kiadói akciók szervezésére vonatkozó előírások alkalmazására a hatékonyság növelése érdekében kerül sor. (Jaffa)
- "A szerződés erre részletesen kitér a tervezéstől - a bonyolításon át - az elszámolásig, az esetleges visszáruig. Szigorúan előírja mindkét fél kötelességeit és az elszámolási feltételeket, valamint a harmadik partnerrel szembeni magatartást" (Kassák Könyvkiadó Kft.)
- "Hatékony lebonyolítás és elszámolás miatt." (Kossuth Kiadó Zrt.)
- "Nincs" (M - ÉRTÉK Kereskedelmi és Szolgáltató Kft.)
- "Szerződéses kapcsolat alapja." (Manó Könyvek Kft.)
- "Nincs" (Móra Ferenc Ifjúsági Könyvkiadó Zrt.)
- A Nap Kiadó ilyet sohasem kötött, mert könyvei más jellegűek. (Nap Kiadó Kft.)
- "Az akciós paraméterek eltérhetnek a szerződésben meghatározottaktól (leszámlolás, kedvezményes ár etc.), valamint általában külön költségtérítés ellenében bonyolítja a kereskedő az akciót." (Reader's Digest Kft.)
- A Ringier szerint a kiadói akciók kétirányúak, a kiadó és/vagy a kereskedő kezdeményezi. (Ringier Kiadó Kft.)
- A kiadó érdeke a minél nagyobb példányszám eladása, ez akciókkal emelhető. (Saxum Kiadó Bt.)
- "Egyértelmű érdek" (TOPOGRÁF Térképészeti Kft.)
- A Typotex előadta, könyvkereskedő kikényszeríti ezt a pontot (Typotex)

236. A gyakorlatot tekintve, a kereskedők nyilatkozata alapján a kiadónak van beleszólása a kereskedő által szervezett akciókba (KE2 11. kérdés).

237. A kereskedők arra a kérdésre (KE2 8. kérdés), hogy a bizományosi szerződéssel átvett könyvek esetén mi alapján döntenek el, hogy mely könyveket értékesítsék akciós áron (csökkentett áron), a következő válaszokat adták:

- "A kiadó dönti el." (Bookline)
- "Bizományosi szerződés esetében az akciós árusításról nem mi döntünk, hanem - amennyiben a kiadó szeretne akciósan árusítani bizonyos könyveket - ő határozza meg az akciós árat." (Pécsi Direkt)
- "Kiadóval való egyeztetés után (pl. tematikus akció)"(Libri)
- Azon könyveket akciózzák, melyek nem fogynak megfelelően rendes áron. (Líra)

238. A Libri terjesztői keretszerződése szerint megbízóként „jogosult saját szervezésében, a Megbízó külön tájékoztatása nélkül akciókat szervezni. ... saját árrése terhére. ... Megbízó akciókkal kapcsolatos javaslata nem kötelező érvényű. ... Megbízó hozzájárul ahhoz, hogy az akciót Megbízott kiterjessze a külföldi bolthálózatára is”. A Líra számos terjesztői szerződése szerint a bizományosok „saját kezdeményezésre és/vagy a Megbízó felkérésére (esetenként külön megállapodás alapján) akciókat ... stb. szerveznek”.

239. A könyvkereskedők arra a kérdésre (KE2 9. kérdés), hogy egy könyvet megjelenését követően általában mikor kezdenek el akciós áron értékesíteni, illetve hogy az eltelt idő mitől függ (KE2 10. kérdés), a következő válaszokat adták: az akciózás kezdetét a Bookline és a Libri szerint a kiadó dönti el, a Pécsi Direkt szerint a „könyv fogyása” dönti el (a kiadó), a Líra szerint ez változó.

IV.6. **Eltérések a bizományosi és az adásvételi szerződések között**

240. Arra a kérdésre, hogy a kiemelt klauzulákat illetően miben térnek el egymástól az adásvételi és a bizományosi szerződések (a kereskedőknek megküldött második Vj-096-0068/2009. sz. adatkérő végzés, a továbbiakban: második kiadói adatkérés vagy KE2 4. kérdése), az eljárás alá vontak a következő válaszokat adták: a Pécsi Direkt szerint elsősorban a fizetés módjában van eltérés: az adásvételi szerződésnél a készlet kifizetésre kerül, a bizományosi szerződésnél utólag, a forgalommal azonos ütemben történik a fizetés. A Libri szerint a szerződések teljesen eltérőek egymástól. A Bookline véleménye szerint a két szerződéstípus között nincs eltérés.

241. A lenti táblázat az egyes klauzulákat részletezi a kereskedők válaszai alapján (KE2 5. kérdés):

	Pécsi Direkt	Libri	Líra	Bookline
A kiskereskedelmi ár kiadói meghatározása	Egyikben sem (kivéve a egy Harry Potter könyvcímet)	Mindkettőben	Többnyire nincs különbség (mindkettőben)	Egyikben sem
A "legnagyobb kedvezmény elve" – a nyilvántartott fogyasztói árnál alacsonyabban más kereskedő sem hozhatja forgalomba a kiadó termékeit	Egyikben sem	Csak bizományosiban	(Nincs válasz)	Egyikben sem

Megjelenéstől/átvételtől számított 3-6 hónapos árváltoztatási korlátozás	Csak bizományosiban	Csak bizományosiban	Nincs különbség (mindkettőben)	Egyikben sem
--------------------------------------------------------------------------	---------------------	---------------------	--------------------------------	--------------

242. A Lira és a Libri azt nyilatkozta, hogy mindkét típusú szerződésében meghatározásra kerül a kiskereskedelmi ár, a Bookline és a Pécsi Direkt nyilatkozata szerint egyik típusú szerződésében sem. A kiskereskedelmi ár százalékában megállapított bizományosi jutalékot ugyanakkor a Bookline (valamint Pécsi Direkt és Lira) szerint is mindkét típusú szerződés tartalmazza, ami azt kell jelentse, hogy a szerződés megkötésekor a kiadó által meghatározott ár a Pécsi Direkt és a Bookline esetében is ismert. A Pécsi Direkt korábban már úgy nyilatkozott (Vj-096-007/2009. sz. irat), hogy a szerződéses kapcsolat „magától értetődő része a fogyasztói ár meghatározása”.

243. A nyilatkozatok alapján a kiskereskedelmi ár megjelenésről/átadástól számított 3-6 hónapos változtatásának tilalma a Pécsi Direktnél, a Librinél és a Líránál a (döntő többséget kitevő) bizományosi szerződésekben benne foglaltatik (a Lira esetén mindkettőben), nyilatkozata alapján a Bookline mintaszerződése ilyen klauzulát nem tartalmaz.

244. A kiadók válaszai alapján (KI1 44. kérdés) ugyanakkor a könyv kiskereskedelmi árát gyakran az adásvételi szerződés is tartalmazza (38 válaszadóból 11 egyértelmű igen, 7 nem). Egyes kiadók azonban utalnak rá, hogy a könyv árának szerepeltetésére nem feltétlenül szükség a szerződésben, hiszen azt ez esetben is a kiadó határozza meg, a terjesztő pedig alkalmazza; másrészt – ahogyan azt szintén több kiadó jelezte – a kiskereskedelmi ár közvetve mindenképp szerepel az adásvételi szerződésben (is), hiszen annak alapján számítják a terjesztő jutalékát (a terejesztői jutalék arányában), és a terjesztők megkövetelik, hogy minden kiadványon rajta legyen annak kiskereskedelmi ára (hiányát a szerződések szankcionálják).

- "A fogyasztói ár nincs meghatározva, csak a fogyasztói árból kapott jutalék."
- Az Édesvíz szerint, mint fogalom van megemlítve, amiből a kereskedelmi árrés képződik.
- "Minden kiadványunkon rajta van az ára."
- "A könyv fogyasztói árát a kiadók határozzák meg. Az esetleges engedményt határozza meg a terjesztő. Az adásvételi szerződésben a fogyasztói ár csak ajánlott fogyasztói ár, a kereskedő a saját belátása szerint alakítja."
- "A könyv fogyasztói ára minden esetben szerepel a szállítólevélen is, és fix eladás esetében a számlán is. Az árrés abból kerül levonásra"
- "Igen hosszú idő óta azonosak az árak, rá van nyomtatva a könyvre."
- Az egyik kiadó előadta, a könyv ára soha nincs a szerződésben; fix átvétel esetén elvileg a kereskedőnek szabad keze van, de nemigen él vele.
- "Fogyasztói ár nem szerepel a szerződésekben, mivel nem egy könyvre vonatkozik a szerződés, hanem általános megállapodás. "
- A Múlt és Jövő szerint a terjesztő határozza meg a feltételeket.
- A Nap Kiadó Kft. mindig meghatározza, mert rajta van a könyvön és a szállítón. Az adásvételi szerződésen nem lehet rajta, mert akkor könyvenként kellene szerződni.
- A Typotex ismertette, javasolt fogyasztói ár van, amely a könyveiken rányomtatva is szerepel, ettől jellemzően nem szokott eltérni az elenyésző számú fix konstrukcióban vásárló viszonteladó sem.

- Az Athenaeum előadása szerint néhol meghatározza az árat az adásvételi szerződés, némely esetben pedig nem.
- A Jaffa szerint a szerződés „áttételesen” tartalmazza az árat, mert a jutalék arra vonatkozik: „ismert fogyasztói ár és ... árrés”.

245. A Vj-096-068/2009. sz. adatszolgáltatást elrendelő végzés felszólította a könyvterjesztőket (KE2 2. kérdés), hogy sorolják fel, az elmúlt 5 évben mely könyvekre kötöttek adásvételi szerződést, illetve szolgáltatassanak adatot a könyvek kiskereskedelmi áráról a) a szerződéskötéskor, b) a megjelenéskor és c) a megjelenés után 6 hónappal. A beadott, nagy terjedelmű listákat áttekintve kitűnik, hogy a könyvek ára a megjelenés után 6 hónap elteltével nem változott. A Pécsi Direkt nyilatkozata szerint „a könyvek ára szerződéskötéskor, megjelenéskor és megjelenés után 6 hónappal változatlan volt”. A Líra a felsorolást nem tartotta lehetségesnek.

246. A kiadó által (esetleg más kereskedőkön keresztül) szervezett időleges árleszállítások, akciók tartásának korlátozása a Pécsi Direkt és a Líra nyilatkozata szerint általuk nem alkalmazottak, a Libri a bizományosi szerződésekben, a Bookline mindkettőben használja (KE2 5. kérdés). A kereskedők további nyilatkozata alapján (KE2 12. kérdés) az akciós értékesítés szempontjából van eltérés aszerint, hogy a könyvet adásvételi vagy bizományi szerződés keretében értékesít. Egyedül a Bookline nyilatkozta, hogy számára nincs eltérés. A Líra úgy fogalmaz, hogy az adásvételi szerződéseknel a kiadónak nincs beleszólása a könyv árának alakulásába.

247. A visszárú, azaz a készletek kiadónak történő visszajuttatása tekintetében a Pécsi Direkt, a Libri és a Líra – döntő többséget kitevő – bizományosi szerződéseik tartalmaznak kereskedői jogosultságokat (a Líra esetében az adásvételi is), a Bookline elmondása szerint ilyen nem alkalmaz (KE2 5. kérdés):

	Pécsi Direkt	Libri	Líra	Bookline
Kiadói akciók (esetleg más kereskedőkön keresztül) szervezésének korlátozása	Egyikben sem	Csak bizományosiban	Egyikben sem	Mindkettőben
Visszárúzás – a kereskedő jogosultsága saját belátása szerint visszaszállítani a könyveket a kiadónak	Csak bizományosiban	Csak bizományosiban	Többnyire mindkettőben	Egyikben sem

IV.7. A terjesztői jutalék mértéke – vertikális erőviszonyok

248. A kiadóknak a terjesztői jutalék (bizományosi jutalék) mértékének megállapításával kapcsolatos kérdésre (KI1 65. kérdés) adott válaszaiból kitűnik, hogy a kilencvenes években, de különösen az elmúlt évtizedben folyamatosan emelkedő („tíz év alatt tizenöt százalékkal nőtt”, „1989-ben 32%, 2009-ben 50%”) terjesztői jutalék

- a (kiadó által meghatározott) kiskereskedelmi / fogyasztói ár ismeretében, annak alapul vételével értelmezhető (hiszen annak egy adott hányadára: a kiskereskedelmi ár terjesztőnél maradó részére utal);
- kitűnik továbbá, hogy – mivel a kiadó bevételét határozza meg – a terjesztői jutalék mértéke mindkét fél számára a jövedelmezőséget egyértelműen befolyásoló tényező, ezért szintjének alakulását figyelembe kell venni a gazdasági-pénzügyi számításoknál.

- A jutalék mértékét jellemzően a terjesztői oldal határozza meg, az alkufolyamatban, ha ilyen van, többnyire a kereskedő akarata érvényesül, a kereskedő által megadott tárgyalási kiindulópont a legtöbbször egyoldalú, nem rugalmas ajánlat; a meghatározó terjesztőkkel szemben a bestseller kiadvány adhat mozgásteret a jutalék-tárgyalásnál; kisebb terjesztőkkel a kiadóknak némileg nagyobb alkuereje lehet;
- egyes kiadók a magasabb jutalék el nem fogadásáról, tárgyalási vitáról, szerződésbontásról is beszámolnak.

A kiadók nyilatkozatai:

- "Korábbi években, amikor a nagy terjesztőkkel még lehetett tárgyalni, értve ez alatt, hogy nem mindenben diktáltak a szerződések megkötésénél, voltak olyan pontok, amelyekben lehetett attól eltérően is megállapodni velük, mint amit a kiindulásnál akartak, ez mára teljesen megváltozott. Néhány nagyon fontos könyv, vagy nagyon fontos szerző kivételével, a kereskedőknek az az álláspontja, hogy legfeljebb nem lesz az a könyv kapható, és kész." (AbOvo Kiadói Kft.)
- A Fok-ta esetében 50 %, a Líránál szintén 50 % az alap, 54 % a Librinél és az Alexandránál. Multiszerződés esetén (Sunbooks, Tesco, Auchan) 58%. (AdLibrum Kiadó)
- "Alku során alakul ki. A kereskedő magasabbat, mi alacsonyabbat célozunk meg, a kettő között megállapodunk." (Animus Kiadó Szolgáltató és Kereskedelmi Kft.)
- A Cicero szerint a bizományosi értékesítése a fogyasztói ár alapul vételével, az árrés százalékaival csökkentett áron kerül kiszámlázásra. (Cicero Könyvesstúdió Kft.)
- Az Édesvíz szerint a konkrét tárgyalás során dől ez el.
- A szerződés fordulónapján, tárgyalás során történik a bizományosi jutalék mértékének meghatározása. (Egmont Hungary Könyv- és Lapkiadó Kft.)
- Az Európa Könyvkiadó Kft. nyilatkozatában hozott példa szerint a (100%) fogyasztói ár 5% forgalmi adóval csökkentett (95%) részének 56%-a a kiadóé, 44%-a a kereskedőé.
- „A bizományi jutalék elvileg a kereskedő költségeinek fedezésére és nyereségére szolgál. Ennek a mértékét a bizományosi szerződés tárgyalásakor rögzítik a felek.” (Fabula Stúdió Kft.)
- "A bizományos értékesítés a fogyasztói ár alapulvétellel, az árrés százalékaival csökkentett áron kerül alkalmazásra." (Gabo Könyvkiadó és Kereskedő Kft.)
- "A nagyobb kereskedőknél a kereskedő diktálja a feltételeket, a kisebb kereskedőknek a kiadó saját belátása szerint, a várható forgalom mértékének megfelelően határozza meg az árrés mértékét." (GeneralPress Kiadó Reklámügynökség Nyomda Kft.)
- "A kereskedő határozza meg, a kiadó próbálja csökkenteni az elfogadhatatlannak ítélt mértéket." (Geopen Könyvkiadó Kft.)
- "A kiadó szeretné, ha maradna haszon nála is." (Holnap kiadó Kft.)
- Az árrés meghatározásának folyamata során figyelembe veszik az előállítási költséget, a fizetési határidőket, a korrektséget és megbízhatóságot, a forgalmat, és mindez kölcsönös alku kérdése. (HVG-ORAC Lap- és Könyvkiadó Kft..)
- A Jaffa előadása szerint kereskedő közléséből kiindulóan egy alkufolyamat után nyer megállapítást. (Jaffa)
- A Jelenkor előadása szerint a kereskedők évente-kétévente megpróbálják átlag 5 százalékkal növelni a jutalék mértékét; aki megteheti, ellenáll ennek; a legtöbben engednek, mások hol engednek, hol nem; a jutalék mértéke 10 év alatt 15 százalékkal nőtt. (Jelenkor)
- "A nagykereskedés határozza meg az árrés mértékét, illetve a jutalékát. A kiadó abban dönthet, hogy elfogadja-e, ellenkező esetben a terjesztő eláll a forgalmazástól. Meglévő szerződéseknél, illetve szerződés módosításoknál sincs nagyobb mozgásteret a kiadónak. A

- terjesztés mindenkor meghatározza a saját jutalékát, vagyis a munkájának pénzbeli ellenértékét. " (Kassák Könyvkiadó Kft.)
- A Katalizátor előadása szerint a kereskedő közli, hogy nála mennyi a bizományosi jutalék. A Katalizátor vagy elfogadja, vagy nem.
 - "A kereskedő megmondja, hogy mennyiért hajlandó tartani a könyveinket. Egyedül az idén tudtunk ebben alkudni, mert van egy óriási bestsellerünk. De most is csak nagyon nehezen és igen csekély eredményt tudtunk elérni." (Könyvmolyképző Kiadó és Kereskedelmi Kft.)
 - A Kortárs előadása szerint meghatározó szempont a kereskedő pozíciója, rangja, és egyéb feltételek is szerepet játszanak a folyamatban, így pl. a szállítás. (Kortárs Könyvkiadó Kft.)
 - A Kráter Műhely Egyesület szerint a kereskedő megszabja, ha nem tetszik az Egyesület viheti a könyveit. (Kráter Műhely Egyesület)
 - „Diktátumként.” (K.u.K. Könyv- és Lapkiadó Kft.)"
 - A Maecenas szerint a jutalék elfogadása tekintetében nem sok választása van, el kell fogadnia a terjesztő ajánlatát. (Maecenas Könyvkiadó)
 - "Mérlegeljük a kereskedő hatékonyságát" (Móra Ferenc Ifjúsági Könyvkiadó Zrt.)
 - A Múlt és Jövő szerint a Libri kezdeményezte a jutalék változtatást, de nem történt szerződésmódosítás, a szerződést felbontották. (Múlt és Jövő Alapítvány)
 - A kereskedő az összekötőjén keresztül e-mailben és csatolt fájlban jelzi, hogy mennyit kér. (Nap Kiadó Kft.)
 - Az Osiris előadása szerint húsz éve folyamatos harc árán határozzák meg az árrés mértékét, mely 1989-ben 32 % volt, míg 2009-ben 50 %. (Osiris Kiadó Kft.)
 - "A megállapodás alapjául a már meglévő szerződéses partnereinknek adott árrés szolgál, valamint figyelembe vesszük az egyéb szerződéses paramétereket (ki szállít, árcímkézés, marketing költségek viselése etc.) és a kiadványok értékesítésével kapcsolatos átlagos költségeinket (gyártás, szállítás, adminisztráció etc.)" (Reader'sDigest Kft.)
 - A Ringier szerint kizárólag a kereskedő határozza meg. (Ringier Kiadó Kft.)
 - A bizományosi jutalék mértékének meghatározása kölcsönös megállapodás alapján történik. (Athenaeum 2000 Kft.)
 - A Corvina szerint a jutalék az alkufolyamat és a példányszám függvénye. (Corvina)
 - "Kemény tárgyalássorozat, sokszor vitába torkollik, különösen 2008-tól." (Kossuth Kiadó Zrt.)
 - A Magvető előadása szerint kölcsönös megállapodással. (Magvető)
 - "Piaci viszonyok alapján úgy, hogy mindkét fél gazdaságosan tudjon működni." (Manó Könyvek Kft.)
 - "Fedezetkulcs, ártárgyalás" (Topográf Térképészeti Kft.)

249. A jutalék megállapításának folyamatára vonatkozó kérdésre (KE1 48. kérdés) a könyvterjesztők a következő nyilatkozatokat tették:

- "Bizományosi jutalék mértékének megállapítása mindig kölcsönös tárgyalás sorozat végeredménye." (Pécsi Direkt Kereskedelmi és Szolgáltató Kft.)
- "Az előző évi statisztikára támaszkodva a fogyasztói áron számolt forgalom alapján, sávosan kialakított árrésekkel dolgozunk (30-60% között). Ennek mértékéről a kiadóval történt tárgyalás után állapodunk meg, figyelembe véve a várható forgalmakat, a kiadó választékát, piaci helyzetét és marketing aktivitásra irányuló terveit. " (Libri Könyvkereskedelmi Kft.)
- A Líra szerint a működéshez szükséges fedezet, a kereskedelmi költségek és a kiadó kiadványainak jellege figyelembe vételével állapítja meg a jutalékot. (Líra)
- A tárgyalások a piaci trendeket követik, a folyamat a végén megegyezéssel zárul. (TóthHágas Plusz Kft.)

250. A kiadók válaszaiból a terjesztői jutalék jelentős változására, annak okára, és a változást kezdeményező félre vonatkozó kérdésre (KI1 67. kérdés) kitűnik, hogy a

- a jutalék növekedését a kereskedők kezdeményezik,
- melyet saját költségeik növekedésével, a kereskedelmi hálózat fenntartási költségeivel, illetve az infláció növekedésével hozzák összefüggésbe (a megjegyzések alapján az infláció a kiadókat is súlya, beszámolójuk szerint pl. a nyomdai költségek emelkedése kapcsán),
- az adott terjesztő könyvkereskedelemben elért sikereire, pozícióijára alapozva komoly tárgyalóerővel rendelkezik a kiadókkal szemben, melynek kapcsán mind a négy meghatározó terjesztő említésre kerül,
- a jutalék 50% körüli, sok esetben 50% feletti:

A kiadók nyilatkozatai:

- Ab Ovo előadása szerint a kereskedők egyoldalúan felemelték az árrés mértékét, különben nem kötöttek volna szerződést. (AbOvo Kiadói Kft.)
- "Az idei évben néhány nagykereskedő 50-55% jutalékot próbált kérni, ezt a szerződést nem írtuk alá" (Agapé Ferences Nyomda és Könyvkiadó Kft)
- "Feltehetően a könyvforgalom csökkenése és ezzel párhuzamosan a kiadók közötti verseny erősödése válhatta ki, valamint a kereskedők költségeinek növekedése (bérleti díj stb.). A kereskedő cégek eltérő ütemben reagáltak erre." (Animus Kiadó Szolgáltató és Kereskedelmi Kft.)
- Az Édesvíz szerint mindegyik kereskedő cég kezdeményezett módosítást, és az inflációs nyomás folytán folyamatosan emelkedett a jutalék mértéke. (Édesvíz Kulturális szolgáltató Kft.)
- A PÉCSI DIREKT kezdeményezte 2008-ban, még hozzá 3 évre. (Egmont Hungary Könyv- és Lapkiadó Kft.)
- "Az összes. (Kivéve a Pécsi Direkt Kft.-t)" (Fabula Stúdió Kft.)
- "A jutalék növelését egymás után folyamatosan követelik a nagyobb kereskedők. Jelenleg a Libri követeli a legnagyobb bizományosi jutalékot, de vele az erről szóló szerződést nem írtuk alá. A könyveinket egyelőre még átveszik a folytonosság jegyében." (Gabo Könyvkiadó és Kereskedő Kft.)
- "A nagyobb kereskedők az elmúlt években évente kérték a jutalék mértékének emelését. (Libri, Pécsi, Bookline, Sunbooks, Líra, Pult, Talentum) A 2009-es évben már indítványozták az 50%-os árrésnél magasabb árrést is, amely azonban veszélyeztetné a kiadó gazdaságos működését. (A kiemelten magas 55,5%-os árrés a multi áruházláncok ellátását végző Sunbooks részére került kizárólag elfogadásra.)" (GeneralPress Kiadó Reklámügynökség Nyomda Kft.)
- "Minden kereskedő minden évben emeli a jutalék mértékét az általános inflációra hivatkozva." (Geopen Könyvkiadó Kft.)
- A Holnap kiadó szerint "a jutalék mértékének a növekedését mindig a kereskedő cégek kezdeményezik." (Holnap kiadó Kft.)
- A HVG-ORAC előadása szerint a legdrasztikusabb változás 2009 tavaszán, Libri kft. kezdeményezte, de HVG ORAC nem írta alá az új szerződést. Jelenleg az eredeti szerződés van érvényben. Az Alexandra emelte a jutalékot addig, amíg HVG-ORAC nem fogadta el, nem rendelt tőle. (HVG-ORAC Lap- és Könyvkiadó Kft..)
- A Jaffa előadta, a legnagyobbak kezdeményezésére főként az utóbbi egy évben [2009] változott a bizományosi jutalék mértéke. (Jaffa)

- A Jelenkor előadta, hogy a Libri Kft., Pécsi Direkt Kft., Lira Könyv Zrt., Bookline.hu, Zagora-2000, Pult Kft. akart árrést emelni, de nem fogadta el. (Jelenkor)
- "Az 5%-os jutalékemelkedés nagyon jelentős egy 990 Ft-os könyv esetében. Bölcséleti sorozatunk könyveinek árát 2000-től nem emeltük, bár a nyomdai előállítási költségek folyamatosan emelkedtek. Az idén áremelésre kényszerültünk. A már korábbi 50 %-os jutalék bevezetése komoly likviditási gondokat jelentett kiadónknak." (Kassák Könyvkiadó Kft.)
- A Katalizátor előadta, hogy 2008-ban szinte mindegyik nagykereskedő hálózat, és több kisebb nagykereskedő emelte a jutalékot. Például: Bookline, Lira, Pult, Paradigma-Pont, Könyvtárellátó. A rosszabbodó üzletmenet terheit próbálja mindenki a kiadókra hárítani. (Katalizátor)
- "Mindegyik feltornázta min. 50 %-ra. 2008. évben a Librivel kötöttünk kiemelt partneri szerződést 53 % mellett, kiemelt kihelyezéssel, mellyel nem voltunk elégedettek, a szerződés 2008. végén lejárt, de a Libri továbbra is fenn akarta tartani az 53 %-ot. Csak hosszas tárgyalás sorozat ill. az áru visszatartása árán sikerült elérni, hogy a visszaálljunk 50 %-ra és az azóta elért piaci súlyunk ill. bestsellereink alapján marketing támogatást kapunk." (Könyvmolyképző Kiadó És Kereskedelmi Kft.)
- A nagykereskedők, mivel a bolthálózataik túlfejlesztése miatt kialakult hiányt az árrés növelésével próbálják meg pótolni. (Kortárs Könyvkiadó Kft.)
- A kereskedők folyamatosan emelik az árrésüket. (Kráter Műhely Egyesület)
- A Múlt és Jövő szerint nem történt módosulás. (Múlt és Jövő Alapítvány)
- Először a Pécsi Direkt 2007-ben, illetve a Libri és felváltva. (Nap Kiadó Kft.)
- Az Osiris szerint mindig a kereskedő kezdeményezte a változást, a legutóbbi 2009 óta tart. (Osiris Kiadó Kft.)
- "2008-ban: Lira és Sunbook egyesítése során emelkedett árrés. 2009-ben: Libri Kft. Kezdeményezte az árrés jelentős emelését." (Reader'sDigest Kft.)
- Minden évben az előző szerződés lejártakor a kereskedők a kiadásaik emelkedésére hivatkozva emelést kérnek. (Saxum Kiadó Bt.)
- "A legnagyobb mértékben a Libri kft-nél emelkedett a jutalék az idei év júniusától 50%-ról 53%-ra. Eredetileg 6%-os emelkedést szerettek volna elérni kiadónknál, de mivel érzékeltek az általános felháborodást szinte minden partner részéről, azaz, hogy a kiadók ... teherbíróképességük végét járják, ezért visszaléptek, illetve elálltak túlzott követelésüktől. A jelentősen megnövekedett üzemeltetési költségeik fedezetére és finanszírozására szeretnék volna az árréstöbbletet felhasználni." (Tessloff Babilon Kiadó Kft.)
- A Typotex előadta, hogy a Libri Kft. és a Pécsi Direkt Kft. egyre feljebb igyekszik srófolni a bizományosi jutalék mértékét. Az irreális követeléseiket kénytelen volt elfogadni, ha nem akarta, hogy kilistázzák könyveit. (Typotex)
- A Vince előadta, hogy évről évre 1-2-3 %-kal nőtt az árrés. Kiugró nagyságú eddig nem volt, de idén több mint 10 %-os emelkedést akartak-akarnak. Megegyezés még nincs – addig nem vesznek át az alacsonyabb árrésű könyvekből. (Vince Kiadó és Kereskedelmi Kft.)
- "Forgalom csökkenés, költségek és kiadások növekedése (válság), Alexandra, Libri, szinte mindegyik kereskedő." (Kossuth Kiadó Zrt.)
- "Nem jelentős a változás." (Manó Könyvek Kft.)
- "2008. – hipermarketekbe való beszállítás költségeinek növekedése" (Topográf Térképészeti Kft.)

Második rész

Jogi értékelés

V. A Tpv. 11. bekezdésének alkalmazhatósága

251. A versenyjogban vállalkozásnak minősül minden gazdasági tevékenységet folytató jogalany, függetlenül jogállásától és finanszírozási módjától.⁴⁹ A jelen ügyben eljárás alá vontak, gazdasági tevékenységüket (könyvkiadás, kis- és nagykereskedelmi könyvterjesztés) figyelembe véve, versenyjogi értelemben kétség kívül vállalkozásnak minősülnek.

252. A versenykorlátozó megállapodások tilalma kiterjed az egymással horizontális viszonyban lévő (versenytárs) vállalkozások, valamint a vertikális viszonyban álló vállalkozások közötti magatartásokra is. A tilalom ugyanakkor csak az egymástól független vállalkozások közötti megállapodásokra vonatkozik, mivel potenciálisan csak ennek lehet versenyellenes célja vagy hatása.

253. A vállalkozások egymástól való függetlensége a Tpv. 15. §-a alapján értékelendő, miszerint nem függetlenek az egy vállalkozás-csoportba tartozó vállalkozások, valamint azok a vállalkozások, amelyeket ugyanazok a vállalkozások irányítanak. A Tpv. 15. § (2) bekezdése úgy foglалható össze, hogy egy vállalkozás-csoportba tartoznak azok a vállalkozások, amelyek ugyanazon irányító egyedüli (közvetlen vagy közvetett) irányítása alatt állnak. Az irányítást megalapozó viszonyokat a Tpv. 23. § (2) bekezdése sorolja fel.

254. Jelen eljárás tárgyát a könyvterjesztők és könyvkiadók közötti terjesztői megállapodásokba foglalt vertikális korlátozások képezik. Az irányítási viszonyaik folytán egy vállalkozás-csoportba tartozó, de a könyvpiaci vertikum különböző szintjein működő vállalkozások (pl. kiadó és terjesztő) közötti terjesztői szerződések nem esnek tilalom alá, mivel azonos irányítás alá eső vállalkozások közötti szerződések nem számítanak versenyjogi értelemben megállapodásnak, ezért fogalmilag nem eshetnek a versenykorlátozó megállapodások körébe.

V.1. A terjesztők és kiadók vertikális kapcsolatának ügynöki jellege

255. A jelen ügyben vizsgált magatartás versenyjogi értékelése szempontjából a Tpv. 15. §-a szerinti függetlenség megállapítása után a legjelentősebb kérdés az, hogy a kiadók és a kereskedők között megkötött megállapodások a Tpv. 11. §-a alkalmazásában ügynöki megállapodásnak tekinthetők-e.

256. A megbízó-ügynök viszony olyan (vertikális) kapcsolat, melyben az érintettek versenyjogi szempontból egy gazdasági egységet alkotnak akkor is, ha egyébként a Tpv. 15. §-a szerinti független vállalkozásokról. A versenyjog a (valódi) ügynök-megbízó kapcsolatot

⁴⁹ Lásd például a Fővárosi Ítéltábla 2.Kf.27.217/2010/4. sz. ítéletét. Az európai joggyakorlatból lásd például a C-41/90. sz. Höfner és Elser ügyben 1991. április 23-án hozott ítélet [EBHT 1991., I 1979. o.] 21. pontját, a C-264/01., C-306/01., C-354/01. és C-355/01. sz. AOK Bundesverband és társai egyesített ügyekben 2004. március 16-án hozott ítélet [EBHT 2004., I 2493. o.] 46. pontját.

szabályozó szerződés 'ügynök' szerepét betöltő tagját nem tekinti gazdaságilag autonóm piaci szereplőnek, megbízójától az adott termékek (pl.) forgalmazása tekintetében gazdasági döntéseire nézve független vállalkozásnak.

257. A valódi ügynöki megállapodástól a versenyjog megkülönbözteti a nem valódi ügynöki megállapodást: a felek között fennálló szerződéses kapcsolatra formailag ugyan ráillik az ügynöki jelző, azonban annak tartalmi elemei inkább a megbízótól független mozgástérrel rendelkező, önálló piaci szereplőként, a vertikum önálló szereplőjeként eljáró viszonteladó-értékesítőről van szó. A nem valódi ügynöki megállapodások a versenykorlátozó megállapodásokra vonatkozó tilalom alá esnek.

258. Az ügynöki típusú szerződések versenyjogi értelemben nem képeznek tehát automatikus kivételt a Tpv. 11. §-a alól; annak elbírálása, hogy a felek között valódi ügynöki megállapodás áll-e fenn, számos szempont együttes mérlegelésének eredményeként kell megszülessen. Ennek során a kiadó (megbízó) és a kereskedő (ügynök) kapcsolatát komplex megközelítéssel kell értékelni, figyelemmel különösen a szerződéses rendelkezésekre, az áru/szolgáltatás sajátos jellegére, a felek piaci helyzetére és kapcsolatuk időbeli alakulására is.

259. A jelen ügyben az eljárás alá vont terjesztők és kiadók (valamint eljárás alá nem vont kiadók) között fennálló – a piac szinte egészét lefedő – bizományosi terjesztési szerződések esetében szükséges annak értékelése, hogy a felek közötti szerződéses kapcsolat versenyjogi értelemben valódi ügynöki megállapodást képez-e.

V.1.1 Az értékelés szempontjai

260. Annak értékelése során, hogy a kiadók és kereskedők közötti bizományosi szerződések valódi ügynöki megállapodásnak minősülnek-e, a Versenytanács – korábbi gyakorlatához hasonlóan, a Tpv. és az Európai Unió működéséről szóló szerződés vonatkozó anyagi jogi rendelkezéseinek tartalmi egyezőségére tekintettel – figyelemmel volt az Európai Bizottságnak Európai Bizottság vertikális iránymutatására.

261. A Vertikális iránymutatás szerint a versenykorlátozó megállapodásokra vonatkozó tilalom alkalmazhatósága szempontjából az ügynöki szerződés ("valódisága") kérdésében az meghatározó tényező, hogy milyen és mekkora pénzügyi vagy kereskedelmi kockázatot visel az ügynök azon tevékenységek vonatkozásában, melyekre a megbízótól ügynöki megbízást kapott. E tekintetben az értékelés szempontjából nem lényeges, hogy az ügynök egy vagy több megbízó megbízásából tevékenykedik, mint ahogy az sem, hogy a résztvevő felek vagy a tagállamban hatályos törvények miként minősítik az adott szerződést, megállapodást.⁵⁰

262. A Vertikális iránymutatás szerint alapvetően háromféle, pénzügyi vagy kereskedelmi jellegű kockázatviselés lehet lényeges szempont egy ügynöki megállapodás értékelése során:⁵¹

- az ügynök által a megbízó részére végbevitt ügyletekhez, megkötött szerződéshez, értékesítéshez közvetlenül kapcsolódó kockázat (például raktár és raktárkészletek finanszírozása és fenntartása),

⁵⁰ Vertikális iránymutatás 13. bekezdés.

⁵¹ Vertikális iránymutatás 14. bekezdés.

- az adott piachoz kötődő, szükséges beruházásokból eredő kockázat, mely beruházások kifejezetten ahhoz a tevékenységfajta-hoz kötődnek (arra nézve specifikusak), és általában „elsüllyedt költséget” képeznek az adott tevékenységi terület elhagyása esetén,
- az ugyanazon piac(ok)on végzett egyéb tevékenységekből eredő üzleti kockázat (amennyiben a megbízó ilyen tevékenység végzését az ügynöktől annak saját üzleti kockázatának terhére várja el).

263. Egy megállapodás akkor minősül (valódi) ügynöki megállapodásnak, ha az ügynök a fenti módon kategorizálható kockázatokat nem, vagy csak jelentéktelen mértékben viseli. Az értékelés szempontjából a fenti – az adott tevékenységi körből eredő, vagy az adott tevékenységi körben a piacra nézve specifikus beruházásokból eredő – kockázatokhoz képest nem lényegesek a „nem specifikus” kockázatok, így az ügynöki szolgáltatás nyújtásával általában összefüggő kockázatok (például a tevékenység sikerességével összefüggő ügynöki javadalmazás kockázata), vagy az általános jellegű beruházások kockázata (ingatlan, személyzet).⁵²

264. A Vertikális iránymutatás is hangsúlyozza, hogy a kockázatok viselésének kérdését eseti alapon kell megítélni, inkább a valós gazdasági helyzetet, mint a jogi formát figyelembe véve.⁵³ Egy megállapodás általában akkor minősül ügynöki megállapodásnak, (i) ha a megbízó nevében megtárgyalt vagy megkötött szerződések tárgyát képező áru tulajdonjoga nem száll át az ügynökre, vagy ha az ügynök maga nem nyújtja (jelen ügyben maga is nyújtja) a szerződés tárgyát képező szolgáltatásokat (vagy a terméket nem termeli), valamint (ii) ha az ügynök – például –

- nem járul hozzá a szerződés szerinti áruk beszerzésének, (be)szállításának költségeihez,⁵⁴
- saját költségére vagy kockázatára nem tart fenn raktárkészletet a szerződés tárgyát képező áruból, ideértve a raktárkészletek finanszírozását, illetve a raktározásból adódó rongálódási veszteségek viselését is, és jogosult külön díjtételek, költségek nélkül visszajuttatni az eladatlan árut a megbízóhoz,⁵⁵
- az eladott termék vevői irányában nem terheli termékfelelősség,⁵⁶
- nem terheli felelősség a vevő nemteljesítése esetére,⁵⁷
- nem köteles – közvetve vagy közvetlenül – befektetni az értékesítés ösztönzésébe,⁵⁸
- nem hajt végre az adott piacra nézve specifikus eszköz- vagy ingatlan beruházásokat, személyzeti fejlesztést,⁵⁹
- ugyanazon termékpiacokhoz kötődően nem vállalkozik egyéb – a megbízó számára szükséges, illetve általa elvárt – tevékenység végzésére.⁶⁰

⁵² Vertikális iránymutatás 15. bekezdés.

⁵³ Vertikális iránymutatás 17. bekezdés.

⁵⁴ Vertikális iránymutatás 16. bekezdés a) pont.

⁵⁵ Vertikális iránymutatás 16. bekezdés b) pont.

⁵⁶ Vertikális iránymutatás 16. bekezdés c) pont.

⁵⁷ Vertikális iránymutatás 16. bekezdés d) pont.

⁵⁸ Vertikális iránymutatás 16. bekezdés e) pont.

⁵⁹ Vertikális iránymutatás 16. bekezdés f) pont.

⁶⁰ Vertikális iránymutatás 16. bekezdés g) pont.

265. Amennyiben az nyer bizonyítást, hogy (valódi) ügynöki megállapodásról van szó, a termék értékesítésével kapcsolatban végzett ügynöki tevékenység a megbízó tevékenységének részét képezi, ily módon az ügynök által a megbízó részére megkötött és/vagy megtárgyalt szerződésekhez kötődő minden ügynöki kötelezettség kívül esik a tilalom hatályán. Az ügynök ugyanis ilyen esetben a megbízója értékesítési törekvéseit „sokszorozza meg”: a megbízó saját értékesítési hálózat fejlesztése helyett szerződéses értékesítőket vesz igénybe, melyek tevékenységük alapján nem tekinthetők stratégiai döntéshozónak a megbízó termékének vagy szolgáltatásának értékesítése vonatkozásában (azaz vertikális aspektusban). Ez azzal a következménnyel is jár, hogy a megbízó az ügynöki megállapodás inherens részének tekinthető korlátozásokkal szabályozhatja a szerződés szerinti árukkal vagy szolgáltatásokkal kapcsolatos ügynöki tevékenységet (ez ugyanis az őt terhelő üzleti kockázat kezeléséhez szükséges üzleti stratégia részét képezi), ilyen lehet:

- az áruk vagy szolgáltatások értékesítésének területére vonatkozó területi korlátozás,
- arra vonatkozó korlátozás, hogy az ügynök mely vevőnek értékesít,
- az árak és feltételek, amelyeket az ügynöknek alkalmaznia kell az áruk vagy szolgáltatások értékesítése, vagy beszerzése során.⁶¹

266. Megjegyzendő ugyanakkor, hogy valódi ügynöki megállapodás is a versenykorlátozó megállapodásokra vonatkozó tilalom alá eshet, amennyiben a megállapodás elősegíti a kooperatív piaci egyensúly kialakulását vagy fenntartását, a – horizontális viszonylatban történő – összejátszást.⁶²

267. Abban az esetben viszont, ha az nyer bizonyítást, hogy az ügynök az említett üzleti kockázatok vagy költségek legalább valamelyikét – vagy közülük többet egyszerre – felvállal, akkor a versenykorlátozó megállapodásokra vonatkozó tilalom alkalmazása szempontjából a megbízó és ügynök közötti szerződés nem tekinthető ügynöki megállapodásnak. Ez pedig azzal a következménnyel jár, hogy a megállapodásra (annak esetleges korlátozó rendelkezéseire) a versenykorlátozó megállapodásokra vonatkozó tilalom ugyanúgy alkalmazható, mint bármely más vertikális megállapodás esetében: az ügynök független vállalkozásnak minősül, független forgalmazónak, aki szabadon határozza meg üzleti stratégiáját.⁶³

V.1.2 A kiadó-terjesztő kapcsolat értékelése

268. A (bőségesen) rendelkezésre álló információ – köztük a konkrét szerződések rendelkezései – alapján, a fenti szempontok mentén kialakított versenytanácsai álláspont szerint a könyvpiacra majdnem egyeduralmódóvá vált, kiadó-terjesztők között megkötött bizományosi terjesztési (keret)szerződések nem tekinthetők valódi ügynöki megállapodásnak, a bizományosi (keret)szerződések által szabályozott viszony nem minősül valódi megbízó-ügynöki viszonyoknak.

⁶¹ Vertikális iránymutatás 18. bekezdés.

⁶² Vertikális iránymutatás 20. bekezdés.

⁶³ Vertikális iránymutatás 21. bekezdés.

269. A terjesztők kompetenciája elsősorban a kiskereskedelmi értékesítés a fogyasztók számára, valamint a nagykereskedelmi könyvterjesztés más továbbértékesítők számára: tehát az értékesítés áll a terjesztő üzleti tevékenységének fókuszában. A tényállási elemek egyértelműen arra utalnak, hogy a könyvterjesztés a hazai könyv-vertikumban is önálló kompetenciát jelent, a könyvterjesztés nagy- és kiskereskedelmében részt vevő vállalkozások a vertikumban önálló szereplők, saját, specifikus szerepet betöltve (minek alapján erős alkupozícióval rendelkeznek a kiadókkal szemben). Ezt támasztják alá a minta-keretszerződések és az azok alapján szövegezett terjesztési szerződések, melyek a terjesztés módszereivel kapcsolatban a megbízott kereskedőnek pl. gyakorlatilag szabad kezet adnak.

270. A Versenytanács szerint kétséges, hogy a tetemes erőforrások felemésztésével terjesztési hálózatot kiépítő és fenntartó könyvterjesztők – a kiadókkal szemben – ne lennének az értékesítési láncban versenyjogi szempontból önálló szereplőnek tekinthetők. A kiterjedt hálózatot fenntartó, meghatározó könyvterjesztők képesek önálló, a kiadóktól („megbízóiktól”) markánsan elkülönült magatartást folytatni a könyvpiacra, melynek alapterméke a kiadók által előállított könyv.

271. Mivel a könyvkereskedők kompetenciája a könyvek terjesztésében, tehát értékesítésében rejlik, mely termékeket könyvkiadók hoznak létre, majd adnak el terjesztőkön keresztül, ezért természetes, hogy a kiadó és a terjesztő érdekei egyes tényezők mentén harmóniában állnak: a kapcsolatban mindkettőjük számára előnyös pl. az eladott mennyiség növekedése (szerződési formától függetlenül). Más tényezők mentén (pl. kiadói fix ár, vagy a terjesztési jutalék) azonban nem.

272. A Versenytanács szerint a könyvkiadók és könyvterjesztők közötti megállapodások nem tekinthetők valódi ügynöki megállapodásnak, és ily módon a Tpv. 11. § hatálya alá esnek. Ezen álláspontját a Versenytanács elsősorban a következő tényezők által lát alátámasztottnak:

272.1 Piaci fejlemények: a könyvek bizományosi szerződéseken alapuló forgalmazása a kilencvenes évek elején olyan indokok mentén vált általánossá, melyekben a kétezres évekre, különösen annak második felére alapvető változások következtek be; a könyvterjesztők, könyvkereskedők alkupozíciója jelentősen megerősödött a vertikálisan kapcsolódó kiadói piac szereplőivel szemben (pl. KII 24. és 25. kérdés).⁶⁴

- A vizsgált időszakra a könyvterjesztők jelentős beruházásokat hajtottak végre kiskereskedelmi bolthálózataik és nagykereskedelmi rendszereik kialakítására, bővítésére, fejlesztésére, az üzletek számának növekedése a vizsgált időszakban jelentős és töretlen volt (KEI 3. kérdés).
- Közismert, hogy a könyvterjesztők önálló és felismert márkanévet, brand-et fejlesztettek, melyek kereskedelmi szempontból egy ideje legalább annyira ismertek, mint a kiadók (márka)nevei. Hűségprogramokkal igyekeznek a fogyasztókat rendszeresebb fogyasztásra készíteni. Ehhez társul az üzletek belső kialakítása, a szerzői és egyéb kulturális és marketing programok szervezése.
- A kereskedők önálló, a könyvpiachoz specifikusan kapcsolódó üzleti stratégiával rendelkeznek,

⁶⁴ Ez annyiban megfelel a piaccal kapcsolatos várakozásoknak, hogy a fogyasztók felé kaput jelentő disztribúciós szint megerősödése egyéb szektorokban is megfigyelhető (pl. koncentráció miatt, akár összefonódás vagy technológia következtében), ezért ebben az értelemben „nem meglepő” piaci jelenségről van szó.

- amely az értékesítési lánc utolsó láncszemét képező kiskereskedelem, majd az azt ellátó nagykereskedelem mellett immáron a „megbízók” aktivitására, a vertikálisan kapcsolódó könyvkiadásra is kiterjed (vertikális integráció). A nagykereskedelemben (‘albizomány’), de még inkább a könyvkiadásban való egyre erőteljesebb részvételt (is) a megbízó-ügynöki viszony ellen szóló körülményként értékeli a Versenytanács.

272.2 A kiadó és terjesztő kapcsolata, erőviszonyok

- A terjesztők számos, gyakran több száz kiadóval állnak kapcsolatban, melyektől egyenként forgalmuk csak kis része származik, emellett léteznek saját és kizárólagosan terjesztett kiadók is; a kevésbé koncentrált piacon működő kiadók jelentősen kevesebb számú terjesztővel szerződnek (pl. KE1 29. kérdés), és egy-egy terjesztő forgalmuk jelentős hányadát fedheti le. A terjesztői oldal alkuereje a vertikumban az elérhető információ alapján az elmúlt években növekedett, amit pl. a jutalékszint kifejezetten magas szintje is jól mutat (50% körüli).
- A kereskedők csak a könyvcímek elenyésző részére hajlandók adásvételi szerződést kötni (egyes esetekben a teljes mennyiség egy részét továbbra is bizományban átvéve), jellemzően bestsellernek számító könyvekre, melyeken az üzleti kockázat kisebb (KI1 37., 38. 39., 40., 41., 43., 51., KE1 23., 25., 26., 42. kérdések). A kiadók ugyanakkor a bizományi forgalomban értékesített könyvek üzleti kockázatát gyakorlatilag teljes mértékben abszorbálják, ezért érthető módon számukra a magasabb arányú fix mennyiségre-szerződés a kedvező.
- A kiadók gyenge alkupozícióját jól illusztrálja, hogy a terjesztői jutalékok szintje az eljárással lefedett időszakban folyamatosan növekedett, az időszak végére gyakran elérte a nettó kiskereskedelmi ár 50 %-át, vagy ahhoz (alulról) közel eső arányt, de magasabb jutalékokra is vannak példák (KI1 41., 57., 65., 67. kérdések).
- Ismert, hogy a megkötendő szerződés tartalmának alapját jellemzően a terjesztők által alkalmazott szerződésmintákban foglalt kikötések adják, mellyel kapcsolatos módosítási igényüket a kiadók nyilatkozataik szerint csak nagyon ritkán és kis mértékben tudják érvényesíteni a kereskedőkkel szemben, gyakorlatilag valamekkora fix mennyiség megvétele (adásvétel) is ilyen ritka esetnek tekinthető; a szerződési feltételeket és a szerződés paramétereit a kereskedők alakítják, a kereskedői oldal alkuereje a meghatározó (KI1 49., 56., 58., 59. kérdések). A szerződések tartalma is az valódi megbízó-ügynöki kapcsolat ellen szól:

272.3 A terjesztési szerződések rendelkezései

- A könyvterjesztők kizárólagos kompetenciájuknak tartják az értékesítési módszerek megválasztását. A szerződések alapján a kereskedőnek jogában áll eldönteni, milyen értékesítési csatornákon, mely üzleteiben stb. értékesíti a kiadványokat. (Ebbe az általában külön igénybe vett marketing megállapodások engednek beleszólást, melyek többlétszolgáltatásnak minősülnek.)
- A kiadó, noha formailag az áru tulajdonosa marad megbízóként, a tulajdonában lévő áru árát a termék szempontjából (megjelenés után) és az év üzletileg legfontosabb részében (novemberr-február) nem változtathatja meg; egyébként az árváltoztatást több hetes, hónapos késleltetéssel foganatosíthatja, adott esetben az átárazás költségét is vállalva. A kiskereskedelmi ár kezdeti értékének meghatározása után a megállapodások megfosztják a kiadót az árváltoztatás jogától, ami egy valódi megbízó-ügynöki kapcsolattól idegen.

- Továbbá, valódi megbízó-ügynöki kapcsolatot szabályozó szerződésben szokatlanul erős pozíciót jelent olyan klauzulák kikényszerítése, melyek a megbízónak az egyéb terjesztő-ügyfeleivel való kapcsolatára is kiterjednek, és ezáltal az adott kereskedő (horizontális) piaci környezetére is kihatnak: a más terjesztőkön keresztül érvényesített kiskereskedelmi ár korlátozása („legnagyobb kedvezmény elve”, KII 57.), vagy az akciók kiadó általi szervezését korlátozó klauzulák (KII 57., KE1 42., KE2 5. kérdés).
- Számos terjesztési keretszerződés szerint a bizományos kereskedő jogosult saját szervezésében, megbízója külön tájékoztatása nélkül akciót szervezni. Az akciók szervezésére tett kiadói-megbízói javaslatok a kereskedőre nézve általában nem kötelező érvényűek. Közös szervezésű akcióra van lehetőség, de szintén általában több hetes átfutási idővel.
- A Libri terjesztői szerződése szerint megbízóként *„jogosult saját szervezésében, a Megbízó külön tájékoztatása nélkül akciókat szervezni. ... saját árérése terhére. ... Megbízó akciókkal kapcsolatos javaslata nem kötelező érvényű. ... Megbízó hozzájárul ahhoz, hogy az akciót Megbízott kiterjessze a külföldi bolthálózatára is”*. A Lira terjesztői szerződése szerint a bizományosok *„saját kezdeményezésre és/vagy a Megbízó felkérésére (esetenként külön megállapodás alapján) akciókat ... stb. szerveznek”*.

273. Mindezek alapján tehát a Versenytanács álláspontja szerint a jelen eljárásban vizsgált terjesztői (keret)megállapodások nem tekinthetők valódi megbízó-ügynöki viszonyt szabályozó megállapodásnak, ezért – mint bármely független vállalkozások közötti vertikális megállapodás – a Tpv. 11. §-ának hatálya alá tartoznak. A valódi ügynöki megállapodásnak nem tekinthető bizományos (keret)megállapodások „megbízottja” a Tpv. 11. §-a alkalmazásában független forgalmazónak minősül, az adott tevékenységhez és piachoz kötődő beruházásaival és az ahhoz kapcsolható üzleti célokkal.

274. Az eljárás alá vontak kérdésekre adott válaszai alapján a könnyű kereskedői visszarúzással, tág fizetési határidővel megállapított fix eladás (adésvételi szerződés) jelenleg egyformán kedvezőtlen a kiadók számára, és előnyös a kereskedők szempontjából. A kétféle szerződés közötti különbség elmoshatóságáról, elmosódásáról tett nyilatkozatok közvetlenül gyengítik a szerződésre alapozott tulajdonjog kérdésének jelentőségét a „bizományos” szerződési rendszer versenyjogi megítélésében.

V.1.3 A Vj-47/2004. sz. eljárás

275. Az értékelés során a Versenytanács figyelemmel volt arra, hogy a korábbi Vj-47/2004/36. sz. határozat (2006. április 11.) a vizsgált magatartással érintett piacon a kiadványok értékesítése során túlnyomó részben alkalmazott bizományos szerződéseket valódi ügynöki szerződésnek tekintette, melyek nem minősülnek a Tpv. 11. §-ának hatálya alá tartozó megállapodásnak. (Itt is megjegyzendő ugyanakkor, hogy a Versenytanács a kiskereskedelmi árak kiadó általi csökkentésére vonatkozó fél éves és szezonális korlátozást a bizományos forgalom esetében is aggályosnak ítélte, tekintettel arra, hogy alkalmas nemcsak a márkán belüli, hanem horizontális hatást kifejtve, az egyes kiadványok közötti verseny korlátozására is.) Megjegyzi ugyanakkor a Versenytanács, hogy a korábbi versenyfelügyeleti eljárás az MKKE 1992-es – majd 1996-os

módosított – Versenyszabályzatának vizsgálatára irányult, így a Vj-47/2004/36. sz. határozat megállapításai a Versenyszabályzatban foglaltak, és nem a kiadók és kereskedők közötti üzleti kapcsolat egyes elemeinek vizsgálatán alapultak, döntően a jelen ügyben vizsgált időszakot megelőző időszakban fennállt helyzet tekintetében. A Versenytanács megjegyzi, hogy az MKKE Versenyszabályzatának célja a kiadók és kereskedők közötti üzleti kapcsolat – a közöttük létrejövő szerződések – szabályozása. Következik, hogy a jelen eljárás tárgya a Vj-47/2004. sz. eljárás tárgyát kiegészítő.

276. A Vj-47/2004/36. sz. határozat a kiadó (megbízó) és a könyvterjesztő (bizományos) között bizományosi szerződés formájában fennálló üzleti kapcsolatot a bizomány jogi természete folytán tekintette valódi ügynöki megállapodásnak, melynek főbb jellemzői a következők.⁶⁵

- a bizomány közvetítő szerződés: a bizományosi szerződés alapján a bizományos díjazás ellenében, a megbízó javára a saját nevében köt szerződést, ugyanakkor a bizományi szerződésre vonatkozó rendelkezések lehetőséget biztosítanak arra is, hogy bizományos az adásvételi szerződést a megbízóval maga kösse meg;
- a jogviszonynak harmadik alanya is van: a bizományossal szerződő harmadik személy (pl. vevő), akinek azonban a megbízóval nincs közvetlen kapcsolata;
- a bizományosi szerződés meghatározott megállapodás megkötésére irányul, ideértve annak meghatározását, hogy a bizományos milyen típusú szerződést köteles kötni, továbbá a megkötendő szerződés lényeges tartalmi elemeit;
- ehhez kapcsolódik, hogy amennyiben a bizományos a megbízóra kedvezőbb feltételek mellett köti meg az adásvételi szerződést (magasabb áron értékesíti a bizomány tárgyát), mint amilyeneket a bizományi szerződésben megállapítottak, az ebből eredő előny – a felek eltérő megállapodása hiányában – a megbízót illeti meg, viszont ha a bizományos a bizományi szerződésben megállapított áron alul ad el, köteles a megbízónak az árkülönbözetet megtéríteni;
- a bizományi szerződésnek fogalmi eleme a visszerhesség: a bizományost bizományos díj illeti meg, ami magában foglalja a bizomány ellátásával rendszerint együttjáró költségeket is.

277. A Versenytanács eddigi gyakorlatában – az ügynökként, bizományosként végzett forgalmazás vizsgálatára irányuló – más ügyben is arra a következtetésre jutott, hogy a bizományos az ügylet teljesítése során nem minősül a megbízótól teljes mértékben független piaci szereplőnek, ezért abban az esetben – például – a viszonteladási árak (valódi) ügynök általi meghatározásának korlátozása nem képes a gazdasági verseny káros befolyásolására vagy torzítására.⁶⁶ Ügynöki megállapodás vizsgálatára irányuló más ügyekben a Versenytanács hangsúlyozta ugyanakkor azt is, hogy annak elbírálása során, hogy egy ügynöki szerződés valódi ügynöki megállapodást szabályoz-e, nem a szerződés megnevezése, hanem tartalma az irányadó, melynek mérlegelése esetről esetre, a releváns körülmények összességének mérlegelésével történhet.⁶⁷

VI. Jogi értékelés

⁶⁵ Lásd a Polgári Törvénykönyvről szóló 1959. évi IV. törvény 507.-513. §-ait.

⁶⁶ Lásd a Vj-166/2006/307. sz. határozat 26-27. pontjait.

⁶⁷ Lásd például a Vj-2/2003/49. sz. határozat 75. pontját.

VI.1. Jogi háttér

278. A Tpvt. 70. § (1) bekezdése alapján a vizsgáló végzéssel vizsgálatot rendel el olyan tevékenység, magatartás vagy állapot észlelése esetén, amely e törvény rendelkezéseit sértheti, feltéve, hogy az eljárás a Gazdasági Versenyhivatal hatáskörébe tartozik, és a közérdek védelme az eljárás lefolytatását szükségessé teszi.

279. A Tpvt. 53. § (3) bekezdése szerint ha a rendelkezésre álló adatokból megállapítható, hogy hivatalból az eljárás nem a megfelelő ügyfél ellen indult, a megfelelő ügyfél az eljárásba az előző ügyfél egyidejű elbocsátásával bevonható. Ennek hiányában a vizsgáló, illetve az eljáró versenytanács az eljárást megszünteti.

280. A Tpvt. 70. §-a alapján a vizsgálat megindításának feltételei között meghatározott követelmények fennállását az eljárás során folyamatosan vizsgálni kell – erre utalnak a Tpvt. 71/A. §-ban, illetve a 72. § (1) bekezdés a) pontjában az eljárás megszüntetésére vonatkozó rendelkezések. Ez utóbbi alapján az eljáró versenytanács a vizsgáló jelentésének kézhezvételét követően az eljárást végzéssel megszüntetheti, ha a vizsgálat elrendelésére okot adó, a 70. § (1) bekezdésében meghatározott körülmények nem állnak fenn, vagy a jogsértés nem bizonyítható és a további eljárási cselekményektől sem várható eredmény.

VI.2. A Versenytanács döntése

281. A VI., VII., IX., X., XI., XII., XIII., XIV., XVI., XVII., XVIII., XIX., XXI., XXII., XXIV., XXV., XVI., XVII., XVIII., XXIX., XXX., XXXI., XXXIII., XXXIV., XXXVI. rendű eljárás alá vont vállalkozások terjesztői megállapodásaiban szereplnek a vizsgált szerződési kikötések, azonban a rendelkezésre álló adatok, információk szerint a Versenytanács álláspontja szerint a terjesztői szerződések tartalmát elsősorban a könyvterjesztő kereskedők határozzák meg, a kiadóknak azon módosítani csak kivételes esetben nyílik lehetőségük. A rendelkezések szerződésbe foglalása, megfogalmazása, valamint a szerződéses paraméterek értékének meghatározása tekintetében a terjesztői oldal a meghatározó.

282. A szerződéses rendelkezések célja elsősorban a „márkák közötti” verseny korlátozása (megszüntetése), azaz a kiadók könyveinek terjesztésében, értékesítésében folyó verseny annak legfontosabb paraméterének történő elnémitása. A terjesztői jutalék növekedésére is figyelemmel, a viszonteladási (kiskereskedelmi) ár megkötését (is) tartalmazó megállapodások által megcélzott piaci gyakorlat elsősorban a terjesztők/könyvkereskedők, és nem a kiadók érdekeit szolgálja. A jelenlegi erőviszonyok mellett nehezen képzelhető el ugyanis, hogy a terjesztési gyakorlat a kiadó oldal érdekeit szolgálja; a Gazdasági Versenyhivatal elemzése szerint a kiadó érdeke a továbbértékesítési árban – kis- és / vagy nagykereskedelmi árban – is versenyző, a kiadói árat az ár mentén is zajló kereskedelmi verseny által alakított felárral megterhelő könyvterjesztői szegmens lenne. A kiadók számára a kedvezőbb értékesítési feltételeket jelentő „fix mennyiség” adásvétele a kiadványok kis részére, elsősorban a népszerű tartalmak (bestseller) esetében érhető el.

283. Tekintettel arra, hogy a rendelkezésre álló adatok szerint az eljárás alá vont vállalkozások

- i. a kiskereskedelmi viszonteladási ár megkötését célzó rendelkezések létrehozása során nem léptek fel kezdeményezőleg,

- ii. azok tartalmának alakításában – kiváltképp a piacvezető terjesztőkkel szemben – minden jel szerint igen kevés mozgásterük volt (és van),
 - iii. illetve a megállapodások a jelenlegi gyakorlatban, a könyv-vertikumban kialakult erőviszonyok – és jutalékok – mellett elsődlegesen a terjesztői oldal, és nem a könyvet megjelentető kiadói oldal gazdasági érdekeit szolgálják,
- a közérdek védelme, mint a versenyfelügyeleti eljárás megindításának feltétele utóbb nem igazolódott be, ezért ezen vállalkozásokkal szemben a Versenytanács álláspontja szerint a Tpvt. 72. § (1) bekezdés a) pontjának első fordulata alapján az eljárás megszüntetése indokolt.

284. Ezen túlmenően, az eljáró versenytanács szerint a kiskereskedelmi viszonteladási ár megkötésével kapcsolatos rendelkezések alkalmazásától történő esetleges jövőbeli eltiltás úgy is megvalósítható, ha a (minta)szerződések szövegezése és betartása tekintetében aktív szerződő felet kötelezi erre a versenyhatóság. Az eljárásindítás Tpvt. 70. § (1) bekezdésében szereplő konjunktív feltételek közül a közérdek védelme nem indokolja, hogy kizárólag formális okból induljon versenyfelügyeleti eljárás bizonyos kiadók ellen, amikor gyakorlati szempontból elegendő a „szerződés urának” tekintethető terjesztők magatartásának vizsgálata és esetleges jövőbeni marasztalása. Tekintettel a Tpvt. 70. § (1) bekezdésében szereplő közérdek mércéjére és arra, hogy a közigazgatási hatósági eljárás és szolgáltatás általános szabályairól szóló 2004. CXL. törvény (a továbbiakban: Ket.) 7. §-a szerint a közigazgatási hatóság a költségtakarékosság és a hatékonyság érdekében úgy szervezi meg a tevékenységét, hogy az az ügyfélnek és a hatóságnak a legkevesebb költséget okozza, és az eljárás a lehető leggyorsabban lezárható legyen, a versenyfelügyeleti eljárás megindítása és lefolytatása tekintetében az eljáró versenytanács szerint a vizsgált magatartásban kizárólag formális okok alapján részes vállalkozások eljárás alá vonása nem képvisel olyan többletértéket, amely indokolná mind a hatóság, mind az ügyfelek oldalán jelentkező, nem elhanyagolható eljárási költségeket.

VII. Egyéb kérdések

285. A Tpvt. 72. § (1) bekezdés a) pontja alapján hozott megszüntető végzés elleni jogorvoslati kérelmet a Tpvt. 82. § (1) bekezdése alapján az ügyfél illetve akire nézve a végzés rendelkezést tartalmaz terjesztheti elő.

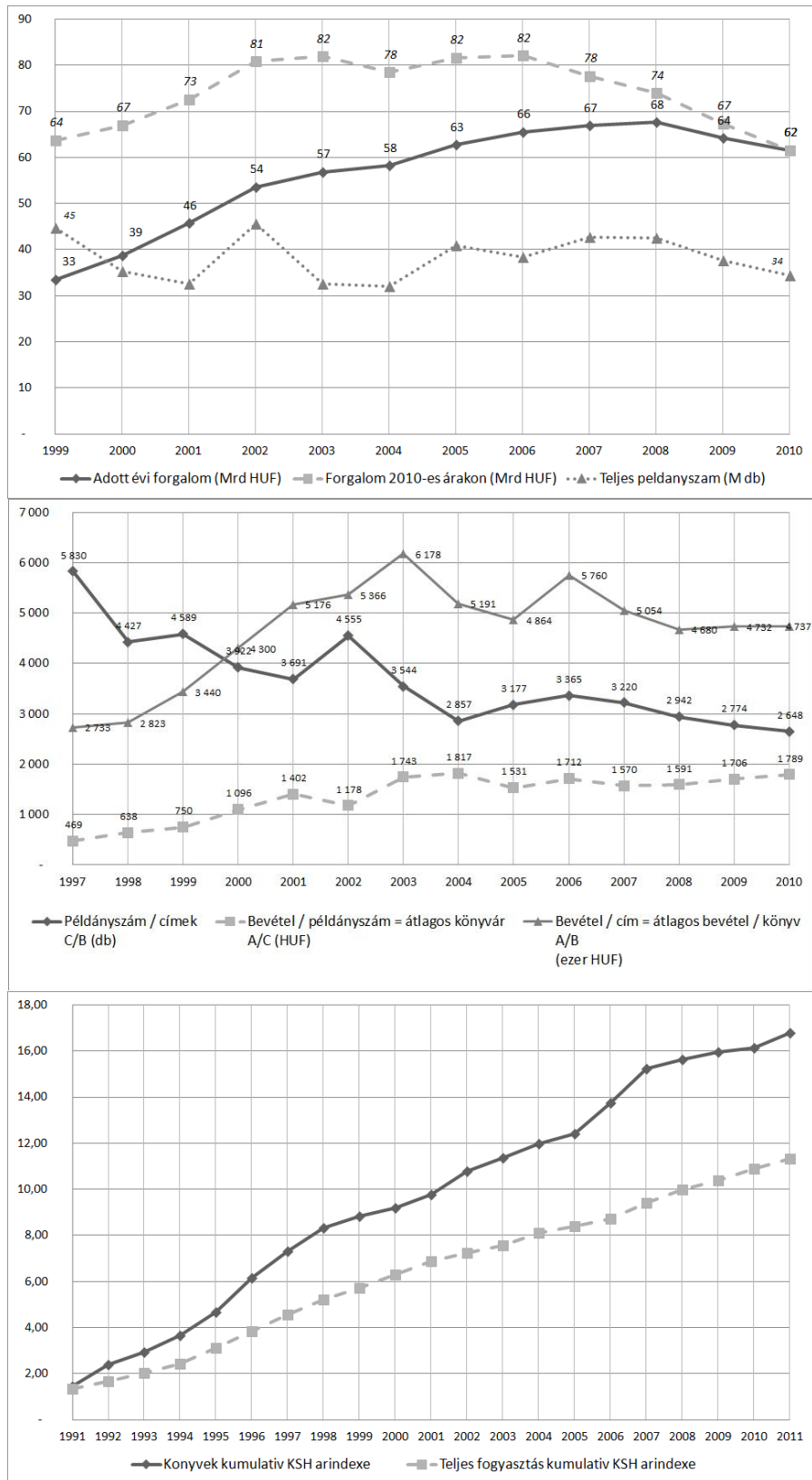
Budapest, 2013. május 23.

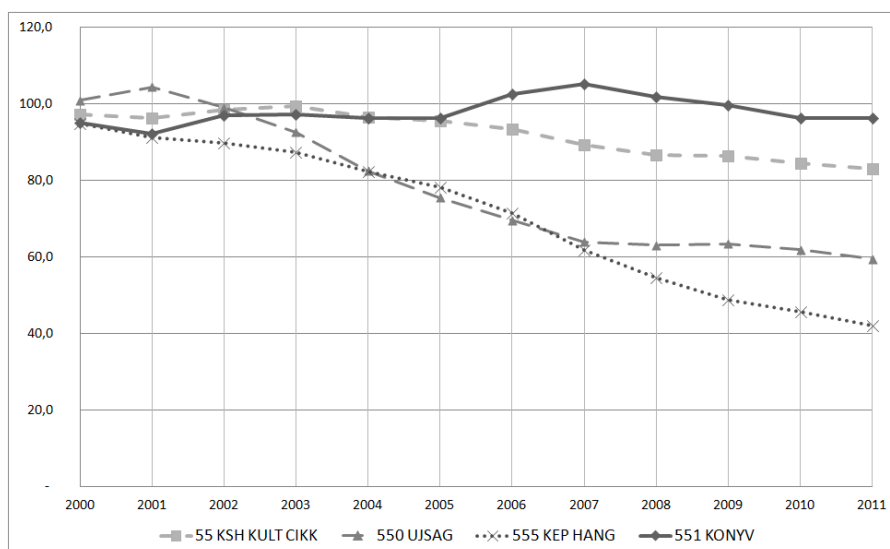
Váczai Nóra sk.
versenytanácsstag

dr. Dobos Gergely sk.
előadó versenytanácsstag

dr. Miskolczi Bodnár Péter sk.
versenytanácsstag

Melléklet: Könyvpiaci adatok





A fenti statisztikák származtatásához felhasznált nyilvános adatok:

Év	Címek száma (db)	Peldanyszám (millió)	Forgalom (mHUF)	Könyvek	Újság, folyóirat	Teljes fogyasztás
1997	8 941	52,1	24 434	119,1	117,3	118,3
1998	10 626	47,0	29 997	113,9	114,4	114,3
1999	9 731	44,7	33 477	105,9	114,1	110
2000	8 986	35,2	38 642	104,3	110,7	109,8
2001	8 837	32,6	45 742	106	113	109,2
2002	9 990	45,5	53 604	110,7	110,5	105,3
2003	9 205	32,6	56 872	105,1	110,7	104,7
2004	11 211	32,0	58 195	105,6	105,2	106,8
2005	12 898	41,0	62 741	103,7	104,9	103,6
2006	11 377	38,3	65 533	110,7	100,8	103,9
2007	13 239	42,6	66 915	110,8	104	108
2008	14 447	42,5	67 611	102,6	105,6	106,1
2009	13 562	37,6	64 173	102	108,8	104,2
2010	12 997	34,4	61 572	101,2	108,2	104,9
Forrás: www.mkke.hu				Forrás: KSH		