



1054 Budapest, Alkotmány u. 5.

Levélcím: 1391 Budapest 62. Pf. 24.

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

Ügyszám: VJ/32/2014.

Iktatószám: VJ/32-210/2014.

Betekinthető!

Üzleti titkot és személyes adatokat nem tartalmaz!

A Gazdasági Versenyhivatal eljáró versenytanácsa

- a Hegymegi-Barakonyi és Társa Baker&McKenzie Ügyvédi Iroda (1051 Budapest, Dorottya u 6.) által képviselt **Allianz Hungária Biztosító Zrt.** (1087 Budapest, Könyves Kálmán krt. 48-52.),
- az Oppenheim Ügyvédi Iroda (1053 Budapest, Károlyi u. 12.) által képviselt **Generali Biztosító Zrt.** (1066 Budapest, Teréz krt. 42-44.), és a
- a Hegymegi-Barakonyi és Társa Baker&McKenzie Ügyvédi Iroda (1051 Budapest, Dorottya u 6.) által képviselt **MPM Biztosítási Alkusz Kft.** (1032 Budapest, Bécsi út 120.)

eljárás alá vont vállalkozásokkal szemben gazdasági versenyt korlátozó megállapodás tilalmának feltételezett megsértése miatt indult versenyfelügyeleti eljárásban – nyilvános tárgyalást követően – meghozta az alábbi

v é g z é s t .

Az eljáró versenytanács – az eljárás egyidejű megszüntetésével – kötelezővé teszi

- I. az Allianz Hungária Biztosító Zrt. számára az általa vállalt, a jelen végzés I. sz. mellékletében részletezett kötelezettségek teljesítését,
- II. a Generali Biztosító Zrt. számára az általa vállalt, a jelen végzés II. sz. mellékletében részletezett kötelezettségek teljesítését,
- III. az MPM Biztosítási Alkusz Kft. számára az általa vállalt, a jelen végzés III. sz. mellékletében részletezett kötelezettségek teljesítését.

A végzés ellen a kézhezvételtől számított nyolc napon belül közigazgatási per indítható. A keresetlevelet a Gazdasági Versenyhivatalnál kell benyújtani, amely azt az ügy irataival együtt továbbítja a közigazgatási perre hatáskörrel és illetékességgel rendelkező Fővárosi Törvényszéknek. A törvényszék eljárásában a jogi képviselet kötelező.

I n d o k o l á s

I.

Az eljárás megindításának körülményei

1. A Gazdasági Versenyhivatal (a továbbiakban: GVH) 2005. június 20-án VJ/51/2005. számon versenyfelügyeleti eljárást indított az Allianz Hungária Biztosító Zrt., a Gépjármű Márkakereskedők Országos Szövetsége, a Generali-Providencia Biztosító Zrt., a Magyar Peugeot Márkakereskedők Biztosítási Alkusz Kft., a Magyar Opelkereskedők Bróker Kft. és a Porsche Biztosítási Alkusz Kft. ellen a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény (a továbbiakban: Tpv.) 11. §-ának feltételezett megsértése miatt, miután észlelte, hogy az említett vállalkozások, szervezetek a 2002-2005 közötti időszakban évente egyeztetéseket folytattak és megállapodtak a következő év vonatkozásában a CASCO biztosítási szerződések és a kötelező gépjármű-felelősségbiztosítások alapján rendezésre kerülő károk kapcsán alkalmazott rezsiorádjáról.
2. A VJ/51/2005. sz. versenyfelügyeleti eljárás során beszerzett adatok alapján felmerült az alapos gyanú arra vonatkozólag, hogy a feltételezett megállapodás nemcsak a CASCO biztosítás vonatkozásában, hanem a kötelező gépjármű-felelősségbiztosítás vonatkozásában is élt, továbbá, hogy a javítói óradíj megállapodásokhoz kötődően a biztosítók között is létezett egy megállapodás, amely a márkakereskedésekkel szembeni egységes tárgyalásra és az azonos óradíjak és kiegészítések alkalmazására vonatkozott. Ezen feltételezett megállapodás a rendelkezésre álló információk szerint a Magyar Biztosítók Szövetségének (a továbbiakban: Mabisz) Gépjárműbiztosítási Tagozatán belül kerülhetett megkötésre, és kiterjedt minden, a gépjármű biztosítás területén érdekelt biztosítóra. Erre figyelemmel a versenyfelügyeleti eljárás 2005. október 12-én kelt VJ/51/2005/2. sz. végzéssel kiterjesztésre került a kötelező gépjármű-felelősségbiztosításra, illetve a Mabiszra.
3. A VJ/51/2005. sz. versenyfelügyeleti eljárás a 2006. szeptember 28-án kelt VJ/51/2005/120. sz. végzéssel kiterjesztésre került továbbá az eljárás alá vont biztosítók – Allianz Hungária Biztosító Zrt., illetve a Generali-Providencia Biztosító Zrt. – és a három eljárás alá vont biztosítási alkusz – a Magyar Peugeot Márkakereskedők Biztosítási Alkusz Kft., a Magyar Opelkereskedők Bróker Kft. és a Porsche Biztosítási Alkusz Kft. – között létrejött alkuzi együttműködési, illetőleg a célfeladatokra és céljutalékokra vonatkozó megállapodásokra, mivel felmerült annak a gyanúja, hogy ezek a megállapodások alkalmasak lehetnek a gazdasági verseny korlátozására.
4. A GVH 2006. december 21-én kelt VJ/51/2005/184. számú határozatában megállapította, hogy a verseny korlátozására alkalmas magatartást tanúsított
 - a. a Gépjármű Márkakereskedők Országos Szövetsége az Allianz Hungária Biztosító Rt., illetve a Generali-Providencia Biztosító Zrt. által a 2003., a 2004. és a 2005. évben a márkakereskedések esetében alkalmazott javítói óradíjakról szóló megállapodások tárgyában hozott döntéseivel,
 - b. az Allianz Hungária Biztosító Rt. a Gépjármű Márkakereskedők Országos Szövetségével, illetve az egyes márkakereskedésekkel az Allianz Hungária Biztosító Rt. által a 2004. és a 2005. évben a márkakereskedések esetében alkalmazott javítói óradíjakról szóló, a javítói óradíjak mértékét az Allianz Hungária Biztosító Rt.

- biztosításainak értékesítésében elért teljesítménnyel összekapcsoló megállapodások megkötésével,
- c. a Generali-Providencia Biztosító Zrt. az egyes márkakereskedésekkel az általa a 2004. és a 2005. évben a márkakereskedések esetében alkalmazott javítói óradíjakról szóló, a javítói óradíjak mértékét a Generali-Providencia Biztosító Zrt. biztosításainak értékesítésében elért teljesítménnyel összekapcsoló megállapodások megkötésével,
 - d. az Allianz Hungária Biztosító Rt. és a Magyar Peugeot Márkakereskedők Biztosítási Alkusz Kft. az általuk 2000. október 4. és 2005. március 9. között megkötött, a Magyar Peugeot Márkakereskedők Biztosítási Alkusz Kft. magatartásának versenykorlátozó módon történő befolyásolására irányuló megállapodásokkal,
 - e. az Allianz Hungária Biztosító Rt. és a Magyar Opelkereskedők Bróker Kft. az általuk 2002. április 16. és 2005. március 21. között megkötött, a Magyar Opelkereskedők Bróker Kft. magatartásának versenykorlátozó módon történő befolyásolására irányuló megállapodásokkal,
 - f. az Allianz Hungária Biztosító Rt. és a Porsche Biztosítási Alkusz Kft. az általuk 2002. április 24. és 2005. március között megkötött, a Porsche Biztosítási Alkusz Kft. magatartásának versenykorlátozó módon történő befolyásolására irányuló megállapodásokkal,
 - g. a Generali-Providencia Biztosító Zrt. és a Magyar Peugeot Márkakereskedők Biztosítási Alkusz Kft. az általuk 2000. október 11. és 2005. március 1. között megkötött, a Magyar Peugeot Márkakereskedők Biztosítási Alkusz Kft. magatartásának versenykorlátozó módon történő befolyásolására irányuló megállapodásokkal,
 - h. a Generali-Providencia Biztosító Zrt. és a Magyar Opelkereskedők Bróker Kft. az általuk 2001. december 21. és 2005. augusztus 10. között megkötött, a Magyar Opelkereskedők Bróker Kft. magatartásának versenykorlátozó módon történő befolyásolására irányuló megállapodásokkal,
 - i. a Generali-Providencia Biztosító Zrt. és a Porsche Biztosítási Alkusz Kft. az általuk 2002. január 21. és 2005. augusztus 31. között megkötött, a Porsche Biztosítási Alkusz Kft. magatartásának versenykorlátozó módon történő befolyásolására irányuló megállapodásokkal.
5. A GVH a Mabisz-szal szemben a versenyfelügyeleti eljárást megszüntette.
 6. Az Allianz Hungária Biztosító Zrt. (a továbbiakban: Allianz), a Generali-Providencia Biztosító Zrt. (a továbbiakban: Generali), a Gépjármű Márkakereskedők Országos Szövetsége (a továbbiakban: GÉMOSZ), a Magyar Peugeot Márkakereskedők Biztosítási Alkusz Kft. (a továbbiakban: MPM), a Magyar Opelkereskedők Bróker Kft. (a továbbiakban: MOSZ) a VJ/51/2005/184. sz. határozat bírósági felülvizsgálatát kérte. A Porsche Biztosítási Alkusz Kft. (a továbbiakban: Porsche) esetében a VJ/51/2005/184. sz. határozat jogerőssé vált.
 7. A Fővárosi Bíróság (jelenlegi elnevezéssel Fővárosi Közigazgatási és Munkaügyi Bíróság) 2009. január 22-én kelt 7.K.31.116/2007/44. sz. ítéletében a VJ/51/2005/184. sz. határozatot megváltoztatta akként, hogy a határozat rendelkező részének jogsértést megállapító 1. d.), e.), g.), h.) pontjait, valamint az Allianz és a Generali vonatkozásában az f.) és i.) pontjait hatályon kívül helyezte, és e magatartások tekintetében a GVH-t új eljárás lefolytatására kötelezte.

8. Az Allianz, a Generali, a GÉMOSZ, a MOSZ és az MPM keresete nyomán eljáró Fővárosi Ítéltábla (jelenlegi elnevezéssel Fővárosi Törvényszék) 2009. szeptember 23-án kelt 2.Kf.27.129/2009/14. sz. ítéletében az elsőfokú bíróság ítéletét részben megváltoztatta, és a felperesek keresetét teljes egészében elutasította.
9. Az Allianz, a Generali, a GÉMOSZ és az MPM a Fővárosi Ítéltábla 2.Kf.27.129/2009/14. sz. ítélete ellen felülvizsgálati kérelmet nyújtott be. A MOSZ jogutódja, a Paragon-Alkusz Zrt. esetében a Fővárosi Ítéltábla ítélete jogerőssé vált.
10. A Kúria 2013. november 27-én kelt Kfv.II.37.268/2013/8. sz. ítéletében a Fővárosi Ítéltábla 2.Kf.27.129/2009/14. sz. ítéletét hatályon kívül helyezte, és a Fővárosi Bíróság 7.K.31.116/2007/44. sz. ítéletét az Allianz, a Generali, a GÉMOSZ és az MPM tekintetében az indokolás részbeni mellőzésével helybenhagyta. A Kúria kiemelte, hogy a GVH-nak a megismételt eljárásban a céljutalékok tekintetében állást kell foglalnia abban a kérdésben, hogy e megállapodások versenykorlátozóak vagy sem, illetőleg a csoportmentességi rendelet alkalmazható-e ebben az esetben. Ennek megfelelően a VJ/51/2005/184. sz. határozat a GÉMOSZ-t érintő részében, valamint az Allianz és a Generali tekintetében a rendelkező rész 1. a.), b.) és c.) pontjaiban megfogalmazott jogsértés vonatkozásában jogerőssé vált.
11. A fentiek alapján a GVH az Allianz, a Generali és az MPM vonatkozásában az alkuszi együttműködési, illetőleg a célfeladatokra és céljutalékokra vonatkozó megállapodásokra vonatkozóan 2014. április 23-án VJ/32/2014. sz. alatt új versenyfelügyeleti eljárást indított, mivel valószínűsíthető volt, hogy ezek a megállapodások alkalmasak a gazdasági verseny korlátozására, és ezzel sérthetik a Tpv. 11. §-ának (1) bekezdésében előírt tilalmat. Az ügyindító végzés megfogalmazása értelmében a versenyfelügyeleti eljárás tárgyát az eljárás alá vontak közötti, 2000-2005 közötti időszakban kötött alkuszi együttműködési, illetőleg a célfeladatokra és céljutalékokra vonatkozó megállapodások képezik.

II.

Az eljárás alá vont vállalkozások

II.1. Allianz

12. Magyarországon a rendszerváltásig a biztosítás állami monopólium volt, az Állami Biztosító Nemzeti Vállalata volt a piac egyedüli szereplője. A többszereplős hazai biztosítási piac megteremtésének első lépéseként 1986. július 1-jén megszűnt az állami biztosítási monopólium, az állam – a biztosítási állomány megfelelésével – két biztosítót hozott létre: az Állami Biztosítót és a Hungária Biztosítót.
13. 1990. február 28-án a Hungária Biztosító részvénytársasággá alakult. Ezzel egy időben a világ egyik legnagyobb biztosítócsoportja, a müncheni székhelyű Allianz a magyar pénzügyi szektor első és legjelentősebb nyugati befektetőjeként 49 százalékos tulajdonosi részesedést szerzett a társaságban. A következő évek részvényvásárlásainak eredményeként 1996-tól az Allianz a társaság 100 százalékos tulajdonosa, a Hungária Biztosító Rt. pedig az Allianz Csoport teljes jogú tagja lett.¹
14. Az Allianz főtevékenysége a vizsgált időszakban (csakúgy, mint azóta folyamatosan) nem-életbiztosítás volt.

¹ <https://www.allianz.hu/hu/ceginformacio/a-tarsasag-tortenete.html>

15. Az Allianz a '90-es évek óta a biztosítási piac egészén, különösen a nem-életbiztosítások piacán piacvezető szerepet tölt be.² Az Allianz piaci részesedése a vizsgált időszakban az alábbiak szerint alakult a biztosítási piac egészén, a nem-életbiztosítások tekintetében, valamint a kötelező gépjármű-felelősségbiztosítási (a továbbiakban: KGFB) és a CASCO biztosítási üzletágban.³

Allianz piaci részesedése díjbevétel alapján	2000. évben	2001. évben	2002. évben	2003. évben	2004. évben	2005. évben
Biztosítási piac	26,85%	28,61%	28,53%	27,91%	25,88%	25,10%
Nem-életbiztosítás	43,4%	43,7%	42,9%	42,6%	38,3%	39,1%
KGFB üzletágban	52,5%	53,1%	51,4%	48,4%	43,2%	43,2%
CASCO üzletágban	56,0%	56,2%	53,7%	52,4%	50,4%	51,5%

16. Az Allianz bruttó biztosítási díjbevételeit az alábbi táblázat ismerteti.

(millió Ft)	2000. év	2001. év	2002. év	2003. év	2004. év	2005. év
bruttó biztosítási díjbevétel	103 128	120 016	141 120	156 152	155 006	172 342
–élet üzletág	13 439	13 278	15 761	16 673	19 047	21 986
–nem-élet üzletág	89 689	106 738	125 360	139 479	135 959	150 356
= KGFB	34 022	38 124	43 242	46 954	47 671	53 037
= CASCO	29 467	36 678	41 793	46 247	48 146	51 880

17. Az Allianz a vizsgált időszakban az eljárás alá vont vállalkozásokkal nem tartozott (és jelenleg sem tartozik) egy vállalkozáscsoportba.⁴
18. Az eljárás alá vontakkal való kapcsolatáról nyilatkozva az Allianz előadta, hogy a Generalival gépjármű-biztosítások értékesítésére vonatkozóan együttműködés nem állt fenn, bár egyéb, a jelen ügy tárgyától eltérő kérdésben (kárrendezés) kapcsolatban állt – gyakorlatilag az összes magyarországi biztosítóhoz hasonlóan – a Generalival is. 2000-2005 kötött az MPM közvetítette mind az Allianz, mind a Generali gépjármű-biztosításait.⁵

² <https://www.allianz.hu/hu/ceginformacio/a-tarsasag-tortenete.html/>

³ VJ/51/2005/110. számú irat (Magyar Biztosítók Évkönyve 2001-2006., <http://www.mabisz.hu/hu/piaci-adatok-jelentesek.html>) VJ/32-101/2014.

⁴ VJ/32-4/2014. számú irat 5. pontja

⁵ VJ/32-4/2014. számú irat 6. pontja

II.2. Generali

19. Az 1990-es években a biztosítási piac liberalizációja elindult Magyarországon, ekkor jelentek meg a különböző külföldi tulajdonú társaságok, köztük elsőként a Generali 1989. szeptember 12-én, amikor a magyar kormány hozzájárulását adta a Generali és az Állami Biztosító által kezdeményezett első vegyes tulajdonú biztosítótársaság, az ÁB-Generali Budapest Biztosító Rt. megalakításához. 1991. október 1-jén az EA-Generali AG megvásárolta az Állami Biztosító részesedését, és a társaság neve Generali Budapest Biztosító Rt.-re változott.⁶
20. A Providencia Osztrák-Magyar Biztosító Rt. 1989-ben alakult, és 1990-ben kezdte meg működését a magyar biztosítási piacon, mint az első külföldi többségi tulajdonban lévő biztosító, melynek többségi részesedését 1991-ben vásárolta meg az EA-Generali AG.⁷
21. A Generali konszern két magyarországi leányvállalata, a Providencia Osztrák-Magyar Biztosító Rt. és a Generali Budapest Biztosító Rt. 1999 májusában egyesült, létrehozva ezzel a biztosítási piac második legnagyobb társaságát, a Generali-Providencia Biztosító Rt.-t, mely 2007-től Generali-Providencia Biztosító Zrt. (2014. évtől pedig Generali Biztosító Zrt.) néven működött.⁸
22. A Generali főtevékenysége 2001. augusztus 7-ig biztosítás (kivéve: kötelező társadalombiztosítás) volt, 2001. augusztus 7-től (azóta folyamatosan) nem-életbiztosítás.
23. A vizsgált időszakban a Generali a második legnagyobb piaci részesedéssel rendelkező társaság a biztosítási piac egészén, mint a nem-életbiztosítási ágban, azon belül pedig mindkét gépjárműbiztosítási ágban. A Generali piaci részesedése a vizsgált időszakban az alábbiak szerint alakult.⁹

Generali piaci részesedése díjbevétel alapján	2000. évben	2001. évben	2002. évben	2003. évben	2004. évben	2005. évben
Biztosítási piac	17,22%	17,10%	17,83%	16,89%	17,10%	15,51%
Nem-életbiztosítás	21,0%	20,7%	20,1%	20,3%	20,4%	19,5%
KGFB üzletágban	21,2%	21,0%	19,4%	18,2%	15,5%	13,7%
CASCO üzletágban	21,6%	20,9%	21,0%	21,1%	21,1%	21,8%

24. A Generali bruttó biztosítási díjbevételeit az alábbi táblázat ismerteti.

⁶ VJ/51/2005/59. számú irat 1. pontja (VJ/32-101/2014.) és

https://www.generali.hu/Rolunk/Generali_Biztosito/Cegtortenet/A_Generali_Magyarorszagom.aspx

⁷ https://www.generali.hu/Rolunk/Generali_Biztosito/Cegtortenet/A_Generali_Magyarorszagom.aspx

⁸ https://www.generali.hu/Rolunk/Generali_Biztosito/Cegtortenet/A_Generali_Magyarorszagom.aspx

⁹ VJ/51/2005/110. számú irat (Magyar Biztosítók Évkönyve 2001-2006.)

(millió Ft)	2000. év	2001. év	2002. év	2003. év	2004. év	2005. év
bruttó biztosítási díjbevétel	66 150	71 736	88 207	94 469	102 414	106 499
–élet üzletág	22 700	21 101	29 413	26 796	30 034	31 501
–nem-élet üzletág	43 450	50 635	58 794	67 674	72 380	74 998
= KGFB	13 750	15 106	16 324	17 643	17 140	16 794
= CASCO	11 339	13 635	16 331	18 599	20 244	21 929

25. Az eljárás alá vontakkal való kapcsolatáról nyilatkozva a Generali előadta, hogy a 2000-2005 közötti időszakban a normál biztosítói működésből adódó egyedi megállapodásokat, jellemzően együttbiztosítási konstrukciókra vonatkozó megállapodásokat köthetett az eljárás alá vont Allianz-cal. Ezt meghaladó stratégiai vagy egyéb üzleti megállapodás nem volt a két eljárás alá vont vállalkozás között.¹⁰
26. A Generali az MPM-mel a Generali biztosítási termékeinek értékesítését szabályozó megállapodásokat kötött. Az együttműködés kereteit szabályozó és a vizsgált időszakban alkalmazandó megállapodás a 2000. évben jött létre a felek között, határozatlan időtartamra. A megállapodás egyes rendelkezéseit (így a jutalékok mértékére vonatkozó megállapodást) jellemzően évente módosították a felek.¹¹

II.3. MPM

27. Az MPM 2000. szeptember 12-én alakult Magyar Peugeot Márkakereskedők Biztosításközvetítő Kft. néven. A társaság az elnevezését 2001. január 23-án Magyar Peugeot Márkakereskedők Biztosítási Alkusz Kft.-re, majd 2007. április 4-én MPM Biztosítási Alkusz Kft.-re változtatta.¹²
28. Az MPM fő tevékenysége a vizsgált időszakban biztosítást, nyugdíjalapot kiegészítő tevékenység volt.¹³
29. A cégmásolat tanúsága szerint az MPM-nek a vizsgált időszakon belül mindösszesen 23 tulajdonosa volt. A tulajdonosok közül senki sem rendelkezett sem önállóan, sem más tagokkal közösen irányítási jogosítványokkal, az adott kérdésekről minden tulajdonos önállóan döntött.
30. A vizsgált időszakban az MPM a gépjármű-biztosításokat partnerein keresztül értékesítette. Ezen partnerek köre időben változott, bővült. Kezdetben az alapító tulajdonos Peugeot márkakereskedésekkel állt kapcsolatban, de később további (nem csak Peugeot) márkakereskedésekkel és más vállalkozásokkal is szerződést kötött.¹⁴
31. A vizsgált időszakban, 2000-2005 között az MPM mind az Allianz, mind a Generali gépjármű-biztosításait közvetítette.¹⁵
32. Az MPM a Peugeot értékesítések mintegy 70-75%-a esetén végzi a biztosítás értékesítést.¹⁶

¹⁰ VJ/32-6/2014. számú irat 6. pontja

¹¹ VJ/32-6/2014. számú irat 6. pontja

¹² cégjegyzék

¹³ cégjegyzék

¹⁴ VJ/32-53/2014. számú irat 1. pontja

¹⁵ VJ/32-5/2014. számú irat 6. pontja

III.

A vizsgálat tárgyát képező szolgáltatások, piaci háttérük

III.1. Gépjárműbiztosítások

33. A jelen versenyfelügyeleti eljárás tárgyát képező, biztosítási alkuszokkal kötött céljuttalék megállapodások a gépjárműbiztosításokhoz kapcsolódnak, így az alábbiakban ezek részletesebb bemutatására kerül sor. A gépjárműbiztosításokon belül megkülönböztethető két nagy csoport: a KGFB és a CASCO biztosítások.
34. A KGFB több szempontból különleges helyet foglal el a biztosítási piacon, következően a jogi szabályozásból, a szerződők (biztosítottak) nagy számából, a biztosítók összes díjbevételeiből való részesedéséből, mivel a gépjármű üzemeltetőjének kötelező felelősségbiztosításáról szóló kormányrendelet¹⁷ rendelkezése alapján minden magyarországi telephelyű gépjármű üzemeltetője köteles a gépjármű üzemeltetése során okozott károk fedezetére – a jogszabályban meghatározottak szerint – felelősségbiztosítási szerződést kötni és azt folyamatos díjfizetéssel hatályban tartani.
35. A CASCO biztosítási szerződés alapján a biztosító (a szerződésben meghatározottak szerint) megtéríti biztosítottja számára a gépjárműben keletkezett kárt, illetőleg egyéb szolgáltatást nyújt (például a kiegészítő balesetbiztosítási szerződés alapján). A biztosító pénzügyi szolgáltatásának korlátai között található az önrészesedés intézménye, amelynek kikötésével a bekövetkezett kár egy meghatározott részét nem téríti meg a biztosító, hanem ezt közvetlenül a biztosított (a szolgáltatásra jogosult személy) viseli. Az önrészesedés mértékének a meghatározása többféle módon történhet, egyebek között egy előre rögzített összegnek, a kár vagy a biztosítási díj adott százalékának vagy a fix összeg és a százalékos érték kombinált alkalmazásával, de egyéb megoldások is ismertek.
36. A vizsgált időszakban a biztosítási piacra vonatkozóan a 2004. április 30-ig hatályban volt a biztosítóintézetekről és a biztosítási tevékenységről szóló 1995. évi XCVI. törvény (a továbbiakban: 1995. évi Bit. vagy régi Bit.), a 2004. május 1-től hatályos a biztosítókról és a biztosítási tevékenységről szóló 2003. évi LX. törvény (a továbbiakban: 2003. évi Bit. vagy új Bit.), valamint a Polgári Törvénykönyvről szóló 1959. évi IV. törvény (a továbbiakban: Ptk.) rendelkezései voltak irányadóak.

III.2. Kapcsolódó piac: gépjármű-forgalmazás

37. A KGFB és a CASCO szerződések számát alapvetően a forgalomba helyezett gépjárművek száma határozza meg. A gépjárművek jelentős részét a személygépjárművek teszik ki, így a KGFB és CASCO szerződésállomány is főként a személygépjárművekre kötött szerződésekből áll. Emellett lényegesen alacsonyabb a tehergépkocsik, a motorkerékpárok, a vontatók, az autóbuszok száma.
38. Az alábbi táblázat mutatja a 2000-2005 közötti időszakra vonatkozóan a magyarországi közúti gépjármű állomány alakulását. Az autóbusz kivételével minden egyes gépjármű kategóriában növekedett az állomány.

¹⁶ Fővárosi Bíróság 2009. január 22-én kelt 7.K.31.116/2007/44. számú ítélet 4. o. (VJ/51/2005/70. számú irat)

¹⁷ 171/2000. (X. 13.) Korm. rendelet 2. § (1) bekezdése, majd 190/2004. (VI. 8.) Korm. rendelet 2. § (1) bekezdése

Gépjármű állomány alakulása (db) ¹⁸	2000. év	2001. év	2002. év	2003. év	2004. év	2005. év
személygépjármű	2 364 706	2 482 827	2 629 526	2 777 219	2 828 433	2 888 735
tehergépkocsi	342 007	355 221	369 295	377 111	378 088	391 731
motorkerékpár	91 193	93 088	97 593	103 493	114 038	122 705
vontató	24 426	25 220	26 786	29 752	32 986	35 917
autóbusz	17 855	17 817	17 873	17 877	17 428	17 450

39. Az új szerzésű gépjárműbiztosítási szerződések a vizsgált időszakban nagyjából új gépkocsikra vonatkoztak, amely azt is jelzi, hogy az új szerzések vonatkozásában nagy jelentőséggel bírnak az új gépjárművek értékesítését végző vállalkozások.¹⁹ Az első alkalommal forgalomba helyezett személygépkocsi értékesítése döntően a márkakereskedéseknél történik.²⁰
40. A gépjármű forgalmazási piacon a 2000-2005 közötti időszakban a Magyarországon első alkalommal forgalomba helyezett személygépkocsi száma az alábbiak szerint alakult, külön feltüntetve a főbb biztosítási alkuszok révén érintett márkák részesedését, azzal, hogy a biztosítási alkusz adott esetben nem minden márkához tartozó márkakereskedésben lehet jelen.

Magyarországon első alkalommal forgalomba helyezett személygépkocsi száma és azok gyártmány szerinti megoszlása ²¹	2000. év	2001. év	2002. év	2003. év	2004. év	2005. év
Első alkalommal forgalomba helyezett személygépkocsi száma (darab)	149 137	190 518	239 127	274 389	255 822	239 716
ebből: Peugeot	8 209 (5,5%)	11 525 (6,0%)	14 165 (5,9%)	16 085 (5,9%)	14 433 (5,6%)	9 973 (4,2%)
ebből: Porsche csoport (Audi, Seat, Volkswagen, Skoda)	26 123 (17,5%)	34 176 (17,9%)	41 620 (17,3%)	50 905 (18,5%)	50 499 (19,8%)	48 407 (20,1%)
ebből: Opel	23 890 (16,0%)	35 607 (18,7%)	44 945 (18,8%)	45 938 (16,7%)	35 436 (13,9%)	32 112 (13,4%)
ebből: Daewoo	6 691 (4,5%)	5 685 (3,0%)	7 930 (3,3%)	11 684 (4,3%)	13 338 (5,2%)	1 074 (0,04%)
4 márka összesen	64 913 (43,5%)	86 993 (45,7%)	108 660 (45,3%)	124 612 (45,4%)	113 706 (44,5%)	91 566 (37,7%)

41. Az első alkalommal forgalomba helyezett személygépjárművek száma 2000 és 2003 között növekedett, majd 2004-től csökkent. 2005-ben kb. annyi személygépkocsit helyeztek forgalomba, mint a 2002-es évben.²² A márkakereskedők közül az első alkalommal forgalomba helyezett gépjárművek gyártmány (márkák) szerinti bontása

¹⁸ KSH https://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat_eves/i_ode006a.html

¹⁹ VJ/51/2005/184. számú határozat 79. pont

²⁰ Fővárosi Bíróság 2009. január 22-én kelt 7.K.31.116/2007/44. számú ítélet 33. o.

²¹ http://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat_eves/i_ode005a.html

²² Fővárosi Bíróság 2009. január 22-én kelt 7.K.31.116/2007/44. számú ítélet 3. o. (Vj-51/2005/118. számú irat)

- alapján a vizsgált időszakban 17-20% a Porsche-csoporthoz tartozó gépjárművek aránya, 13-19% közötti az Opel, 4-6% a Peugeot gépjárművek aránya.
42. Az Opel márkakereskedések, a Porsche-csoport (Volkswagen, Audi, Seat, Skoda) és a Peugeot márkakereskedések helyezték forgalomba 2002-ben a személygépkocsik 45,3%-át, amely arány 2004-re 44,5%-ra, majd 2005-ben nagyobb mértékben 37,7%-ra esett vissza (elsősorban a Daewoo márka kiesése folytán).²³ Ez azt jelenti, hogy a nevezett biztosítási alkuszok 2004-ig az országos kereskedői hálózat közel 50%-át képviselték.
 43. A márkakereskedések bevételein belül a szolgáltatások is jelentős részt képviseltek. E szolgáltatások közé tartozik a javításon túlmenően a finanszírozás és a biztosítási szolgáltatások értékesítése. A biztosítási szolgáltatások értékesítését gépjármű kereskedésekhez, vagy lízingcégekhez kapcsolódó biztosítási alkuszok, és 2004. május 1-jétől (amikor ez jogszabályváltozás folytán lehetővé vált) maguk a kereskedések is végezték. A biztosítási szolgáltatások értékesítése gyakran szorosan kapcsolódott a finanszírozáshoz. Amikor 2004. évtől nem minden finanszírozó követelte meg a biztosítási szerződés megkötését, az a márkakereskedéseknek nemcsak a biztosítási szolgáltatás elmaradása miatt okozott hátrányt, hanem biztosítás hiányában gyengült a garanciális szervízhez kötődés (különösen, ha a kárfelvétel, kárügyintézés is a márkakereskedéshez volt kihelyezve). Így óradíj és alkatrész-árrés kiesést is okozhatott, amellett, hogy nagyobb lett az esélye a későbbi javítások elmaradásának, valamint új gépkocsi vásárláskor is kevésbé lehetett számítani az ügyfélhűségre.²⁴

III.3. A piaci szereplők

44. A gépjárműbiztosítási piac szereplői közé a biztosítók, a biztosításközvetítők és a biztosítottak (fogyasztók) tartoznak.
45. A biztosítási rendszer alapintézményei a biztosítók. A Bit. szerint biztosítási tevékenységet²⁵ kizárólag biztosító végezhet. Magyarország területén biztosító részvénytársaság, szövetkezet, egyesület, vagy harmadik országbeli biztosító magyarországi fióktelepe formájában létesíthető.²⁶ A biztosítók a biztosítások megkötése érdekében több csatornát vesznek igénybe: saját értékesítő hálózat, banki vagy on-line értékesítés, biztosításközvetítők, stb.
46. A biztosításközvetítői tevékenység a biztosítási szerződés létrehozására közvetlenül irányuló rendszeres üzletszerű tevékenység.²⁷ Biztosításközvetítői tevékenységet biztosítási alkusz, valamint egyes és többes biztosítási ügynök végezhet.²⁸
47. A biztosítási alkusz a biztosítási, illetve viszontbiztosítási szerződést annak a félnek az írásbeli megbízása alapján közvetíti, aki a biztosítás (viszontbiztosítás) létrejötte esetén a biztosított (viszontbiztosított) vagy a biztosítóval szerződő fél pozíciójába kerül. Az

²³ Fővárosi Bíróság 2009. január 22-én kelt 7.K.31.116/2007/44. számú ítélet 3. o.

²⁴ Fővárosi Bíróság 2009. január 22-én kelt 7.K.31.116/2007/44. számú ítélet 3. o.

²⁵ A biztosítási tevékenység biztosítási szerződésen, jogszabályon vagy tagsági jogviszonyon alapuló kötelezettségvállalás, mely során a biztosító megszervezi az azonos vagy hasonló kockázatoknak kitett személyek közösségét (veszélyközösség), matematikai és statisztikai eszközökkel felméri a biztosítható kockázatokat, megállapítja és beszedi a kockázatvállalás ellenértékét (díját), meghatározott tartalékokat képez, a létrejött jogviszony alapján a kockázatot átvállalja, és teljesíti a szolgáltatásokat.

²⁶ 1995. évi Bit. 6-28. §, 2003. évi Bit. 10-32. §

²⁷ 1995. évi Bit. 31. § (1) bekezdés

²⁸ 1995. évi Bit. 31. § (2) bekezdés

alkusz biztosítóval állandó megbízást nem létesíthet. Nem minősül állandó megbízásnak ugyanakkor az a megállapodás, amelyben a biztosító és az alkusz a közvetített szerződések jutalékáról rendelkezik.²⁹ Az alkusz a biztosító ügyfelének (biztosított) érdekeit képviseli. Az, hogy a biztosítási alkusz nem a biztosító, hanem a biztosított vagy a szerződő fél megbízásából, az ő képviselőjében tevékenykedett, alapjaiban határozta meg a biztosítási szerződés létrehozása iránt fellépő alkusz eljárásának a célját: a biztosítási alkusz feladata az volt a biztosítási piacon, hogy az őt megbízó személy számára a legmegfelelőbb biztosítási szerződés létrejöttét segítse elő, mindenképp azáltal, hogy a biztosítási piacon megtalálható biztosítási lehetőségek, sőt, a kockázatkezelést szolgáló (biztosítási és nem biztosítási) termékek, megoldások közül a megbízó érdekei szempontjából a legmegfelelőbbet választja ki.

48. Ezzel szemben a biztosítási ügynök – az alügynök kivételével – a biztosítóval kötött megbízási szerződés alapján vagy a biztosítóval létesített munkaviszony keretében végzi a biztosításközvetítői tevékenységet. Biztosítási ügynöki tevékenység egyes vagy többes biztosítási ügynökként végezhető. Az egyes biztosítási ügynök tevékenységét egy biztosítóval fennálló jogviszony, a többes biztosítási ügynök tevékenységét két vagy több biztosítóval fennálló jogviszony alapján végzi. A többes biztosítási ügynök előkészíti a biztosítási szerződés megkötését. Tevékenysége kiterjedhet a szerződés megkötésén túl – a biztosító ez irányú meghatalmazása esetén – a biztosítási díj átvételére, valamint a szerződésből eredő jogok és kötelezettségek teljesítésében és lebonyolításában való közreműködésre.³⁰
49. Az alkusz ügynöki tevékenységet, az ügynök alkuszi tevékenységet nem végezhet.³¹
50. Tekintettel arra, hogy biztosítási tevékenység végzésére kizárólag biztosítók kaphatnak engedélyt, így a biztosításközvetítők is csak a biztosítók termékeit közvetíthetik.³²
51. Biztosítási alkuszi tevékenységet Magyarországon csak a Pénzügyi Szervezetek Állami Felügyelete (a továbbiakban: Felügyelet; jelenleg: Magyar Nemzeti Bank) engedélyével rendelkező, belföldi székhelyű biztosítási alkusz végezhet.³³
52. Az alkusz e tevékenységéért alapvetően attól a biztosítótól jogosult díjazásra (jutalék, költségtérítés), amely az alkusz közvetítésével létrejött szerződésben a biztosítási (vizontbiztosítási) kockázatot elvállalja. Az alkusz – különösen, ha megbízása kizárólag szaktanácsadásra, vagy olyan biztosítási szerződés közvetítésére vonatkozik, amelynek díja jutalékot (költségtérítést) nem tartalmaz – díjazásáról a megbízóval is megállapodhat.³⁴
53. A 1995. évi Bit. helyébe lépő, 2004. május 1-jétől hatályos 2003. évi Bit. a biztosításközvetítőkre az addigi felosztás helyett a függő és független biztosításközvetítő fogalmakat alkalmazta.
54. A függő biztosításközvetítő (a továbbiakban: ügynök) egy biztosító biztosítási termékeit vagy több biztosító egymással nem versenyző biztosítási termékeit közvetíti. A függő

²⁹ 1995. évi Bit. 32. § (1) bekezdés

³⁰ 1995. évi Bit. 37. § (1)-(2) bekezdés

³¹ 1995. évi Bit. 31. § (3) bekezdés

³² 1995. évi Bit. 5. § (3) bekezdés

³³ 1995. évi Bit. 5. § (1) bekezdés

³⁴ 1995. évi Bit. 2001. január 1-től 2004. április 30-ig hatályos 32. § (2) bekezdése

biztosításközvetítő a biztosítási szerződést a biztosítóval fennálló munkaviszonya keretében vagy a biztosító megbízása alapján közvetíti.³⁵

55. Minden egyéb biztosításközvetítő független biztosításközvetítőnek minősül.³⁶ Független biztosításközvetítő biztosításközvetítői tevékenységet – a Felügyelet alkuszi vagy többes ügynöki tevékenységre vonatkozó engedélye alapján – az alkusz és a többes ügynök végez. Az alkusz az ügyfél megbízásából jár el; ezzel szemben a többes ügynök az egyidejűleg több biztosítóval fennálló jogviszonya alapján azok egymással versengő termékeit közvetíti.³⁷
56. A 2003. évi Bit. az alkuszok díjazása tekintetében már nem tartalmazott kifejezett rendelkezést.
57. A törvény előírta, hogy az alkusz a biztosítási szerződés megkötésének előkészítése során köteles kielégítő mennyiségű, a piacon hozzáférhető biztosítási szerződést elemezni.³⁸
58. A magyar biztosítási piacon működő biztosító részvénytársaságok, biztosító egyesületek, továbbá az alkuszok számának alakulását az alábbi táblázat ismerteti.

Piaci szereplők számának alakulása a vizsgált időszakban	2000.	2001.	2002.	2003.	2004.	2005.
biztosító részvénytársaság	23	26	31	30	29	28
biztosító egyesület	38	38	37	36	36	35
alkusz	n.a.	n.a.	258	296	314	336

59. KGFB biztosításokat 2000-2005 között 8-12 biztosító, CASCO biztosításokat 9-12 biztosító nyújtott. A Mabisz adatai szerint a vizsgált időszakban a KGFB piac jelentősebb szereplői közé a biztosítók közül az Allianz, a Generali, az Aegon, az OTP Garancia, az Argosz (K&H Biztosító), valamint az AXA (Uniqua) tartozott.³⁹ A CASCO piac jelentősebb szereplői közé a biztosítók közül az Allianz, a Generali, az AXA (Uniqua), az OTP Garancia, az Argosz (K&H Biztosító), valamint Európa Biztosító (Groupama) tartozott.⁴⁰
60. Az alkusz cégek között a három jelentősebb a MOSZ, a Porsche és az MPM, amelyek a fentiekben ismertetett módon az első alkalommal forgalomba helyezett gépkocsik értékesítésének 37,7%-45,7%-át végző márkakereskedésekhez kapcsolható alkuszcégek.⁴¹
61. 2000-től a Porsche és az Allianz kapcsolata egyre szorosabbá vált, olyannyira, hogy 2003-ban már csak elenyésző százalékban volt kapcsolatban a Porsche más biztosítókkal, és egyetlen más biztosító sem jelenik meg közvetlenül a Porsche kereskedéseiben. A Porsche által az Allianz felé közvetített CASCO és KGFB szerződések darabszáma tízszeresére nőtt, és ezzel az Allianz egyik legnagyobb stratégiai partnerévé vált. Emellett

³⁵ 2003. évi Bit. 33. § (4) és (6) bekezdése

³⁶ 2003. évi Bit. 33. § (4) és (6) bekezdése

³⁷ 2003. évi Bit. 38. § (1) bekezdés és 45. § (1) bekezdés

³⁸ 2003. évi Bit. 46. § (1) bekezdés

³⁹ VJ/51/2005/110. számú irat (Magyar Biztosítók Évkönyve 2001-2006.)

⁴⁰ VJ/51/2005/110. számú irat (Magyar Biztosítók Évkönyve 2001-2006.)

⁴¹ Fővárosi Bíróság 2009. január 22-én kelt 7.K.31.116/2007/44. számú ítélet 4. o.

- az MPM és a MOSZ volt az Allianz két másik jelentős üzleti partnere. A Generalinak szintén e három alkusz cég volt a három legnagyobb és legfontosabb partnere.⁴²
62. E három alkuszcég bevételeinek a döntő része viszont e két biztosítótól származott. Ebből következően ezek az alkuszcégek erősen elkötelezetté váltak e két biztosító felé. Ebben az időszakban az internetes biztosítás közvetítés megjelenésével a gépjárműbiztosítási termékek piacán egyfajta disztribúciós verseny alakult ki, melynek egyik fontos eleme volt a gépjárműértékesítőknél, -javítóknál folytatott biztosításközvetítés. A fenti három alkusz cég akként működött, hogy a márkakereskedés mint megbízott, az alkusz mint megbízó képviselőjében járt el.⁴³
63. A gépjármű-biztosítási termék értékesítésében az alkuszi csatorna súlya nőtt, és egyik meghatározó csatornává vált.⁴⁴ Az alkuszok ugyanis igyekeztek leszerződteni a gépjármű kereskedőket, illetve megalakultak a különböző márkákhoz köthető alkuszok. A dealer-alkusz a gépjármű márkakereskedői háttérű alkuszokat jelentette. A márkakereskedői háttérrel bíró alkuszok abban tértek el más alkusztól, hogy kizárólag a márkakereskedésekben értékesítettek.⁴⁵ A Generali esetében a gépjármű márkakereskedői háttérű alkusz jutalékszintje magasabb volt.⁴⁶ Az Allianz esetében a gépjármű kereskedői alkuszok felé alkalmazott jutalék nem tért el más partner részére alkalmazott jutaléktól.⁴⁷

III.4. Piacralépési korlátok

64. A biztosítási piacra történő belépés feltételeit alapvetően a vonatkozó jogszabályok határozzák meg. A régi Bit. előírásai szerint Magyarország uniós csatlakozását megelőzően biztosítási tevékenységet Magyarországon csak a Felügyelet engedélyével rendelkező, belföldi székhelyű biztosító végezhetett. Külföldi biztosító biztosítási tevékenységet Magyarországon csak magyarországi fióktelepen keresztül végezhetett.⁴⁸
65. A 2003. évi Bit. hatályba lépésével ez az előírás akként módosult, hogy biztosítási tevékenység Magyarország területén a Felügyelet engedélyével végezhető. Harmadik országbeli biztosító a tevékenységét Magyarország területén kizárólag magyarországi fióktelepen keresztül végezheti. Ugyanakkor nem kell a Felügyelet engedélye, ha olyan, tagállamban székhellyel rendelkező biztosító végez biztosítási tevékenységet Magyarország területén határon átnyúló szolgáltatásként vagy magyarországi fióktelepe útján, amely erre a saját államában jogosult.⁴⁹
66. Az alkuszokra irányadó előírások szerint alkuszi tevékenységet a Felügyelet engedélye alapján csak olyan részvénytársaság vagy legalább 5 millió forint törzstőkével rendelkező korlátolt felelősségű társaság, illetve külföldi székhelyű biztosítási alkusz (független biztosításközvetítő) legalább ötmillió forint tőkével rendelkező magyarországi fióktelepe végezhet, amely e tevékenységet kizárólagosan végzi. A biztosítási alkusz (független biztosításközvetítő) a Felügyelet előzetes külön engedélye alapján - indokolt esetben - a

⁴² Fővárosi Bíróság 2009. január 22-én kelt 7.K.31.116/2007/44. számú ítélet 4. o.

⁴³ Fővárosi Bíróság 2009. január 22-én kelt 7.K.31.116/2007/44. számú ítélet 4. o.

⁴⁴ VJ/32-47/2014. tanúmeghallgatás jkv, VJ/32-48/2014. tanúmeghallgatás jkv, VJ/32-32/2014. ügyfélmeghallgatás jkv

⁴⁵ VJ/32-47/2014. tanúmeghallgatás jkv

⁴⁶ VJ/32-32/2014. Generali ügyfélmeghallgatás jkv

⁴⁷ VJ/32-47/2014. tanúmeghallgatás jkv

⁴⁸ 1995. évi Bit. 5. § (1)

⁴⁹ 2003. évi Bit. 5. § (1)-(3)

biztosítással vagy a biztosítási alkuszi tevékenységgel közvetlenül összefüggő tevékenységet is folytathat.⁵⁰

67. A 1995. évi Bit. alapján biztosítási alkuszi tevékenységet folytató gazdasági társaságnak és a biztosítási alkuszi fióktelepnek felelőssége biztosítására mindenkor legalább káreseményenkénti 50 millió forint összegű – külön jogszabályban meghatározott minimális tartalmi követelményeknek eleget tevő – felelősségbiztosítással vagy 50 millió forint vagyoni biztosítékkal kell rendelkeznie. Az engedély megadásának feltétele, hogy a biztosítási alkusz igazolja a Felügyeletnek a felelősségbiztosítási szerződés megkötését vagy a vagyoni biztosíték meglétét.⁵¹
68. A felelősségbiztosításra vonatkozó szabályok Magyarország uniós csatlakozásától (a 2003. évi Bit. hatályba lépésével) megváltoztak akként, hogy független biztosításközvetítő köteles tevékenységének felelősségbiztosítására mindenkor legalább káreseményenkénti 250 millió forint, illetve évente együttesen legalább 375 millió forint összegű, az Európai Unió egész területére kiterjedő hatályú felelősségbiztosítással, vagy 375 millió forint vagyoni biztosítékkal rendelkezni. Az engedély megadásának ezúttal is feltétele, hogy a független biztosításközvetítő igazolja a Felügyeletnek a felelősségbiztosítási szerződés megkötését vagy a vagyoni biztosíték meglétét.⁵²

III.5. Árazás

69. A KGFB a 2001-es évig államilag szabályozott piac volt, azaz az állam által meghatározott mértékben volt emelhető a következő évi díj. 2001-ben és 2002-ben már csak a biztosító társaságok meglévő ügyfeleinek díjemelése volt államilag maximalizálva, mely folyamat eredményeképpen kialakultak a biztosítók hatályévre vonatkozó díjtáblái. Ezek lényege, hogy más-más a meglévő ügyfelek és az új kötések díja. A meglévő ügyfelek díját csak a maximalizált (4,5-5%) értékkel emelték, míg az új kötések az előző évhez képest 10-12%-kal emelték a társaságok, hogy a magas inflációt (10% körül) legalább részben ellensúlyozni tudják. Ennek következményeként az egymást követő évek díjai egyre magasabbak lettek, és más-más díja volt a 2001 előtt, a 2001-ben és a 2002-ben megkötött szerződéseknek. A piac teljes liberalizációja a 2003-as évtől valósult meg, a biztosítótársaságok ettől az évtől alakíthatták ki megkötés nélkül kötelező felelősségbiztosítási díjukat.
70. Az Allianz piacvezető szerepe a KGFB terén megmaradt, de a 2002. évi 51,4%-os piaci részesedése 2004-re 43,2%-ra mérséklődött. A Generali 2002. évi 19,4%-os piaci részesedése 2004-re 15,5%-ra csökkent. 2002-ben az OTP-Garancia Biztosító volt a harmadik a piacon, 2004. év végére már a K&H (Argosz) Általános Biztosító tudhatta magáénak ezt a pozíciót. 2002 és 2005 között jelentős piaci részt szerzett magának az időközben belépő Groupama (Európa) Biztosító, Magyar Posta Biztosító és az Union Biztosító is. Ezen új belépők alacsony díjszinttel jelentek meg a piacon, és ezzel képesek voltak akár egy éven belül is jelentékeny súlyú növekedést elérni. Az alacsonyabb díjszintet jelzi az is, hogy a 2002. évi 78,3%-os piaci kárhányad 2004. év végére 86%-ra nőtt. 2002 és 2005 között a KGFB díjbevétele mégis folyamatosan emelkedett az előző évekhez képest. A növekedés – a díjemelésen túl – a járműállomány növekedésével,

⁵⁰ 1995. évi Bit. 33. § (1) bekezdés, 2003. évi Bit. 38. § (1) bekezdés

⁵¹ 1995. évi Bit. 33. § (2) bekezdés

⁵² 2003. évi Bit. 39. § (1) bekezdés

valamint a biztosítók és a Belügyminisztérium közötti nyilvántartási rendszerek összekapcsolódásából eredő, nem biztosított állomány további csökkentésével magyarázható.

71. A CASCO piac a KGFB piaccal összehasonlítva sokkal kiegyensúlyozottabban alakult. A CASCO piac a '90-es évek második felében lendült fel, egyrészt az új gépjárművek állagmegóvása iránti igény erősödésének köszönhetően, másrészt, mert a fellendülő gépjárműfinanszírozás és -hitelezés kapcsán a bankok és hitelintézetek kötelezővé tették a CASCO kötést. A 2002-2005. években is érvényesült ez a tendencia, azonban a hitelintézetek megjelentek olyan hitelezési, finanszírozási termékkel is, amely CASCO nélkül is finanszírozza a gépjárművet.
72. A fogyasztók árérzékenysége a kötelező gépjármű-felelősségbiztosítás esetén nagyobb, mint a CASCO biztosítások kapcsán, ennek következtében előbbin élénkebb verseny alakult ki, s ennek hatására a többi biztosító piaci részesedése folyamatosan nőtt (2002 és 2005 között 13,68% emelkedés az Allianz és a Generalin kívül piacon lévő biztosítók oldalán). Az átszerződési időszakban (november-december) a két biztosító számára minden évben igen kedvezőtlenül alakult a megkötött és a megszüntetett szerződések aránya. Ennek oka az, hogy a KGFB termék jellegéből adódóan kár esetén nem az ügyfél kapja a kártérítést, hiszen a biztosítási szolgáltatást a károsultak (akiknek a biztosított kárt okoz) kapják meg, emiatt a piacon szinte csak az ár a meghatározó tényező. A CASCO piacot már nem csak az ár befolyásolja, hanem az ügyfél számára értéket képvisel a szolgáltatás színvonala is.
73. Mind az Allianz, mind a Generali nyilatkozata szerint [ÜZLETI TITOK].⁵³

III.6. A gépjárműbiztosítási üzletág eredményessége

74. A 2000-2005 közötti időszakban a nem-életbiztosításon belül a két húzóágazat a kötelező gépjármű-felelősségbiztosítás és a CASCO biztosítás volt, mivel a gépjármű-biztosítási piac adta a nem-életbiztosítási ág díjbevételeinek 55-58%-át.
75. A biztosítási piacon a vizsgált időszakban a KGFB és a CASCO termékek esetében mind a díjbevétel, mind a szerződésszám növekvő tendenciát mutatott. A díjbevétel számottevően, az inflációt meghaladóan (a KGFB esetében átlag 13%-kal, a CASCO esetében 14%-kal) növekedett. A szerződésszám átlagosan a KGFB esetében 4%-kal, a CASCO esetében 8%-kal növekedett.
76. Ami az eljárás alá vont biztosítókat illeti, a két biztosító a gépjárműbiztosítási piacon összességében nyereséges volt minden évben azzal, hogy a nyereséget (vagy annak jelentősebb részét) minden évben a CASCO alpiacon érték el.⁵⁴
77. Az eljárás alá vont biztosítók díjbevétel-változását az alábbi táblázat tartalmazza:

⁵³ VJ/51/2005/59. számú irat és VJ/51/2005/61. számú irat

⁵⁴ Fővárosi Bíróság 2009. január 22-én kelt 7.K.31.116/2007/44. számú ítélet 3. o.

Díjbevétel KGFB-ből (millió Ft)	2000. év	2001. év	2002. év	2003. év	2004. év	2005. év
Allianz	34 022	38 124	43 242	46 954	47 671	53 037
változás		112,06%	113,42%	108,58%	101,53%	111,26%
Generali	13 750	15 106	16 324	17 643	17 140	16 794
változás		109,86%	108,06%	108,08%	97,15%	97,98%
Díjbevétel CASCO-ból (millió Ft)	2000. év	2001. év	2002. év	2003. év	2004. év	2005. év
Allianz	29 467	36 678	41 793	46 247	48 146	51 880
változás		124,47%	113,95%	110,66%	104,11%	107,76%
Generali	11 339	13 635	16 331	18 599	20 244	21 929
változás		120,25%	119,77%	113,89%	108,84%	108,32%
Infláció (KSH)	-	9,2	5,3	4,7	6,8	3,6

III.7. Az Allianz értékesítési gyakorlata

78. Az Allianz előadta, hogy a legfontosabb értékesítési csatornái az üzletkötők, az alkuszok (brókerek), a dealerek (pl.: gépjármű-kereskedők) és az egyéb megbízotti szervezetek voltak.⁵⁵ Az üzletkötők a klasszikus lakossági biztosítás-értékesítés főszereplői. A társaságnál meghatározott üzletkötői értékesítési csatorna a 2003. évi Bit.-ben leírt függő biztosításközvetítői, ügynöki intézménynek egy halmazát alkotja. Ide tartozik az Allianznál önálló szerződéstípussal és érdekeltségi rendszerrel rendelkező agentúra is. Az üzletkötők (és agentúrák) jellemzően egyéni vállalkozók, illetve Bt. vagy Kft. formájában működő gazdasági társaságok, amelyek mint függő biztosításközvetítők, kizárólag az Allianz termékeit értékesítik. Az üzletkötők között az Allianz munkaviszony keretében is foglalkoztat ügynököket, de a megbízási szerződés a jellemző erre a csatornára. Az üzletkötők többek között a gépjármű-biztosításokat is értékesítik ügyfélkörükben. A biztosításközvetítési tevékenység keretében a biztosítót képviselve részt vesznek a hátralékos biztosítási díjak beszedésében, a biztosítási szerződés fennállása során felmerülő adminisztratív vagy kárügyek esetén az ügyfélnek adandó tanácsadásban is.
79. Az alkuszok (brókerek) a biztosítótól független biztosításközvetítők, akik a biztosítótól kérnek ajánlatot az őket megbízó ügyfél igénye, megbízása alapján. A legutóbbi Bit. módosításban foglaltak alapján kötelező feladatuk, hogy a biztosítási szerződés megkötésének előkészítése során kielégítő mennyiségű, a piacon hozzáférhető biztosítási szerződést elemezzenek, és ennek az elemzésnek az alapján tegyenek javaslatot a megbízójuk számára. Az értékesítés során, a gyakorlatban ez legalább három biztosító versenyző termékének bemutatását jelenti. Ezek megismertetését, mintegy a választás szabadságának biztosítását, ügyfelükkel (megbízójukkal) írásban igazoltatniuk is kell. Az alkuszok felelnek megbízójukkal szemben azokért a károkért, amelyeket tevékenységük ellátása során akár gondatlanul is nekik okoztak. Magyarországon több száz alkusz cég működik. Tevékenységük a tanácsadástól a konkrét biztosítások értékesítésén át egészen a díjbeszedésig, kárrendezési segítségnyújtásig terjed. Tulajdonosi szerkezetük sokféle,

⁵⁵ VJ/51/2005/61. számú irat – VJ/32-101/2014.

magánszemélyektől a kereskedelmi bankokon át, a gépjármű kereskedőig, vagy importőrökig terjed. Jelentőségük a gépjármű-biztosítások területén kiemelkedő.

80. A dealerek (pl.: gépjármű-kereskedők) egy sajátos gyűjtő kategória (csatorna). Az új és használt gépjármű értékesítéshez kötődő járulékos szolgáltatás, amit a fogyasztók igénye hozott létre, hasonlóan a gépjármű finanszírozások értékesítési tevékenységéhez. (Az új/használt gépjármű vásárlás helyszínén minden e körben releváns tevékenység az átírástól a hitel felvételig elintézhető.) A dealer elnevezésű üzleti csatorna alatt az Allianz meghatározása szerint olyan üzletszerző értendő, amely a biztosításközvetítést csak megbízási szerződés alapján végezheti, és amely kizárólag gépjárműbiztosítási szerződések és az azokhoz köthető kiegészítő életbiztosítási szerződések közvetítését végzi. Az Allianznál kialakított ezen üzleti csatorna kategóriába nem kizárólag autókereskedések, így értelemszerűen nem kizárólag „márkakereskedések” tartoznak. Azok a dealer üzleti csatornába sorolt biztosításközvetítők, amelyek fő tevékenységükként autókereskedéssel foglalkoznak, többségükben jellemzően nem csak az Allianz termékeit értékesítik, hanem az ügyfelek szélesebb körű kiszolgálását lehetővé tevő jogi lehetőséget (Bit. 33. § (5) bekezdés) kihasználva, több biztosítónak az ezen a területen versenyző termékét is kínálják. A dealerek kizárólag a biztosítások értékesítését végezhetik.
81. A megbízotti szervezetek – hasonlóan a dealerekhez – gyűjtőkategória, amelyben nem főtevékenységű biztosítás-közvetítők vegyes halmaza szerepel (egyéb pénzügyi szervezetek, gépjármű átíró irodák stb.)
82. Az Allianz értékesítésén belül KGFB esetében az üzletkötők képviselték a legnagyobb (bár a vizsgált időszak folyamán csökkenő) arányt ([ÜZLETI TITOK]%), őket követték a brókerek, alkuszok, növekvő részesedéssel ([ÜZLETI TITOK]%), és kiemelhetőek még a dealerek ([ÜZLETI TITOK]%). A CASCO-n belül a brókerek, alkuszok bizonyultak legjelentősebb értékesítési csatornának ([ÜZLETI TITOK]%), őket az üzletkötők követték csökkenő tendenciájú részesedéssel ([ÜZLETI TITOK]%), rajtuk kívül ugyancsak a dealerek bonyolítottak érdemibb arányú értékesítést ([ÜZLETI TITOK]%).
83. Az Allianz számára az alkuszok által közvetített szerződések száma és aránya, 2000-2005 közötti időszakban:⁵⁶

	2000. év		2001. év		2002. év		2003. év		2004. év		2005. év	
	darab	arány	darab	arány	darab	arány	darab	arány	darab	arány	darab	arány
KGFB	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]
CASCO	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]

84. Az Allianz nyilatkozata szerint a gépjárműbiztosítási termékek (KGFB, CASCO) értékesítése szempontjából az Allianz top 5 értékesítési partnere az alábbiak szerint alakult.⁵⁷

⁵⁶ VJ/51/2005/61. számú irat 12. sz. melléklete – VJ/32-101/2014.

⁵⁷ VJ/32-55/2014. számú irat 6. pontja

2000	2001	2002	2003	2004	2005
EURORISK	EURORISK	EURORISK	PARAGON	PARAGON	PARAGON
PARAGON	PARAGON	PARAGON	EURORISK	EURORISK	PORSCHÉ
CSEPP	PORSCHÉ	PORSCHÉ	PORSCHÉ	PORSCHÉ	EURORISK
CLB	PRAEVENTIO	MPM	NESTOR	MPM	CLB
PORSCHÉ	KH	PRAEVENTIO	MPM	CLB	MAGISZTER

85. Kiemelendő, hogy a KGFB tekintetében az egyes alkuszok egyedi részesedése az Allianz ilyen értékesítésén belül jellemzően [ÜZLETI TITOK]% alatt alakult ([ÜZLETI TITOK]). Az eljárás alá vont MPM részesedése [ÜZLETI TITOK]% között mozgott. A CASCO esetén az egyedi részesedések az előzőeknél némileg magasabbak voltak, de jellemzően [ÜZLETI TITOK]% alatt alakultak ([ÜZLETI TITOK]). Az eljárás alá vont MPM részesedése az Allianz CASCO értékesítésén belül [ÜZLETI TITOK]% között mozgott.

III.8. A Generali értékesítési gyakorlata

86. A Generali az értékesítési hálózatával kapcsolatosan előadta, hogy a gépjármű biztosítási piac értékesítési prioritásaiban jelentős változások történtek 2000-2005 között. Míg korábban a többes biztosítási ügynökök és a biztosítási alkuszok, valamint az általuk közvetített biztosítási szerződések ugyanolyan súllyal bírtak, mint a biztosítóhoz kapcsolódó értékesítők (megbízott függő biztosításközvetítők és saját munkavállalók), addig ez az arány eltolódott a független biztosításközvetítők, közöttük pedig a biztosítási alkuszok által közvetített szerződések irányába. Ez elsősorban azzal magyarázható, hogy már maguk a kereskedések kínálják a gépjárművásárláshoz kapcsolódó teljes szolgáltatási palettát, így az ügyfelek zöme ott veszi fel a hitelt vagy köti meg a lízingszerződést, és ezzel együtt megvásárolja a biztosítást is. Ezáltal a kereskedésekhez vagy lízingszervezethez kapcsolódó biztosítási alkuszok, és – a 2003. évi Bit. 2004. május 1-jei hatályba lépése óta – maguk a kereskedések váltak a gépjármű-biztosítási termékek fő értékesítőivé.⁵⁸
87. A Generali számára a gépjármű-biztosítási termékek fő közvetítő csatornáit a biztosítási alkuszok és a kereskedések mellett a Generali munkavállalói hálózata, továbbá az ún. képviselők, azok az egyéni vállalkozás vagy társas vállalkozás formában működő biztosítási ügynökök (függő biztosításközvetítők), akik/amelyek megbízási szerződés alapján csak a Generali számára közvetíthetnek.⁵⁹
88. A Generali értékesítésén belül KGFB esetében az alkuszok képviselték a legnagyobb, növekvő arányt ([ÜZLETI TITOK]%), őket a vállalkozók követték, nagyjából stagnáló részesedéssel ([ÜZLETI TITOK]%), majd következtek a csökkenő arányt képviselő főállásúak ([ÜZLETI TITOK]%) és a növekvő jelentőségű képviselők ([ÜZLETI TITOK]%). A CASCO-n belül is az alkuszok bizonyultak legjelentősebb értékesítési csatornának ([ÜZLETI TITOK]%), őket a vállalkozók követték csökkenő tendenciájú részesedéssel ([ÜZLETI TITOK]%), rajtuk kívül ugyancsak csökkenő arányt képviselő főállásúak ([ÜZLETI TITOK]%) és a növekvő jelentőségű képviselők bonyolítottak érdemibb arányú értékesítést ([ÜZLETI TITOK]%).

⁵⁸ VJ/51/2005/59. számú irat – VJ/32-101/2014.

⁵⁹ VJ/51/2005/59. számú irat – VJ/32-101/2014.

89. A Generali nyilatkozata szerint a gépjárműbiztosítási termékek (KGFB, CASCO) értékesítése szempontjából a top 5 értékesítési partnere az alábbiak szerint alakult.⁶⁰

KGFB piacon					
2000.	2001.	2002.	2003.	2004.	2005.
PARAGON	PARAGON	PARAGON	PARAGON	EURORISK	EURORISK
PORSCHE	PORSCHE	PORSCHE	INVEST BRÓKER	PARAGON	PARAGON
GYÉMÁNT HÁZ	INVEST BRÓKER	EURORISK	EURORISK	PORSCHE	CLB
EURÓ-QUATTRO	MENTOR BRÓKER	GARANTOR 2000	PORSCHE	CLB	PORSCHE
K&H ALKUSZ	GYÉMÁNT HÁZ	MPM.	CLB	MAGISZTER	MPM

CASCO piacon					
2000.	2001.	2002.	2003.	2004.	2005.
PORSCHE	PORSCHE	EURORISK	PARAGON	EURORISK	EURORISK
PARAGON	PARAGON	PARAGON	PORSCHE	PORSCHE	PARAGON
EURORISK	EURORISK	PORSCHE	EURORISK	PARAGON	PORSCHE
K&H ALKUSZ	PBA PREVENTIO	PBA PREVENTIO	CLB	CLB	CLB
CLB	CLB	CLB	PBA PREVENTIO	MPM	PBA PREVENTIO

III.9. Piaci részesedések

90. Az egyes biztosítók díjbevétel alapján számított piaci részesedése a KGFB tekintetében az alábbiak szerint alakult:

Piaci részesedés KGFB-díjbevétel alapján (%)	2000. év	2001. év	2002. év	2003. év	2004. év	2005. év
AHICO	0,1%					
Allianz	52,4%	53,1%	51,4%	48,4%	43,2%	43,2%
Argosz (K&H)	4,2%	5,4%	7,7%	9,3%	8,8%	8,1%
AXA (Uniqua)	4,1%	4,6%	5,1%	4,7%	4,4%	5,0%
ÁB Aegon (AEGON)	8,8%	5,7%	4,0%	3,7%	5,1%	5,6%
Európa (Groupama)			2,3%	5,8%	7,5%	3,7%
Generali	21,2%	21,0%	19,4%	18,2%	15,5%	13,7%
KÖBE	0,6%	2,4%	3,6%	4,5%	4,8%	4,4%
Magyar Posta Biztosító					2,4%	4,3%
MÁV			0,0%	0,1%	0,2%	1,3%
OTP Garancia	8,7%	7,7%	6,1%	5,3%	4,7%	4,3%
QBE Atlasz						
TIR BE				0,1%	0,2%	0,9%

⁶⁰ VJ/32-44/2014. számú irat 8. pontja

Union					3,1%	5,5%
Zürich		0,2%	0,4%			
Összesen	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

91. Az egyes biztosítók díjbevétel alapján számított piaci részesedése a CASCO biztosításokat illetően az alábbiak szerint alakult:

Piaci részesedés CASCO-díjbevétel alapján (%)	2000. év	2001. év	2002. év	2003. év	2004. év	2005. év
AHICO	0,2%					
Allianz	55,9%	56,2%	53,7%	52,4%	50,4%	51,5%
Argosz (K&H)	2,2%	2,0%	2,0%	2,0%	1,9%	1,8%
AXA (Uniqua)	12,9%	13,2%	13,5%	14,2%	14,0%	12,6%
ÁB Aegon (AEGON)	1,3%	1,0%	0,7%	1,0%	1,6%	1,9%
Európa (Groupama)			1,5%	2,6%	3,1%	2,3%
Generali	21,5%	20,9%	21,0%	21,1%	21,2%	21,8%
KÖBE	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Magyar Posta Biztosító					0,0%	0,1%
MÁV				0,0%	0,1%	0,2%
OTP Garancia	5,4%	5,4%	6,2%	6,1%	5,6%	5,0%
QBE Atlasz	0,6%	1,1%	0,9%	0,4%	0,0%	
TIR BE				0,3%	0,8%	0,7%
Union					1,3%	2,0%
Zürich		0,3%	0,4%			
Összesen	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

92. A KGFB tekintetében csakúgy, mint a CASCO biztosítást illetően, az Allianz volt a piacvezető és a Generali állt a második helyen a vizsgált időszakban. Az Allianz részesedése mindkét szegmensen csökkent, bár a CASCO esetén kisebb mértékben. A Generali részesedése is csökkent a KGFB tekintetében, a CASCO vonatkozásában azonban inkább stagnált.

93. Az eljárás alá vontak piaci részesedésében kimutatott csökkenő tendencia háttérében a KGFB piac sajátossága, az ún. kampány-időszak, szolgáltató váltási időszak áll, amely minden KGFB szerződéssel rendelkező ügyfél számára lehetőséget biztosít arra, hogy a biztosítási évforduló hatályával biztosítót váltson. A vizsgált időszakban a biztosítóknak minden évben október 31-éig kellett meghirdetni a következő naptári évre vonatkozó KGFB díjaikat. A szerződők az új díjak ismeretében évfordulóra felmondhatták a régi szerződéseiket, és újat köthettek.

94. A két piacvezető társaság, az Allianz és a Generali együttes részesedése a vizsgált időszakban egyszer sem csökkent a KGFB piacon 56% alá, ill. a CASCO piacon 73% alá; másrészt a társaságok száma sem mutatott jelentős növekedést, hiszen 9 társaságról mindössze 12-re nőtt az üzletágban tevékenykedő társaságok száma az említett időszakban.

95. A Felügyelet nyilvántartásai alapján megállapítható, hogy az alkuszok bevételeinek zöme (a Netrisk kivételével) jellemzően 1-3 biztosítótól származott.

IV.

A feltárt tényállás

96. A GVH a megismételt eljárásban a VJ/51/2005. sz. versenyfelügyeleti eljárással – ezen részében megegyezően – az eljárás alá vontak által kötött alkuszi együttműködési, illetőleg a célfeladatokra és céljutalékokra vonatkozó megállapodásokat vizsgálta.

IV.1. A biztosítók és az alkuszok közötti együttműködés

97. Az **Allianz** nyilatkozata⁶¹ szerint a biztosítási alkuszok a szükséges engedély megszerzését követően szabadon közvetíthetik bármely biztosító bármely termékét, a biztosítóval való megállapodás nélkül is. Függetlenül azonban attól, hogy az alkusz köt-e együttműködési megállapodást a biztosítóval, közgazdasági értelemben az alkusz a biztosítások közvetítésekor közvetítőként szerepel a biztosítók és az ügyfelek között a vertikális viszonyrendszerben, ennek során az ügyfelének tanácsot ad a biztosítások feltételeiről, majd az ügyfél igényeivel összhangban, ügyfele nevében megkötöti a biztosítási szerződést. A jogszabályi előírásnak, illetve a piaci szokásnak megfelelően az alkusz ezért a biztosítótól kap jutalékot gépjárműbiztosítások esetén.
98. Ennek alapján mind a vizsgált időszakban, mind napjainkban, az alkuszok tipikusan kétféle megállapodást kötnek a biztosítókkal:
- az ügyfeleknek gördülékeny és hatékony szolgáltatás nyújtása érdekében az alkuszok és a biztosítók **együttműködési megállapodásokban** hangolják össze technikai-adminisztratív kapcsolatukat: a biztosítási ajánlatok és szerződések kezelését, az elszámolást, illetve az ezekkel kapcsolatos szerződési és jogszabályi kötelezettségeik teljesítését;
 - a régi Bit. kifejezetten tartalmazta, hogy az alkusz a biztosítótól jogosult jutaléokra. Mivel az ügyfelek hozzászórtak, hogy nem fizetnek az alkusz szolgáltatásaiért, ez a struktúra fennmaradt az új Bit. hatályba lépését követően is a gépjármű-biztosítások tekintetében, kifejezett jogszabályi felhatalmazás nélkül is. Ezért az alkuszok és a biztosítók a **jutalékokról is megállapodásokat** kötnek. Ezen együttműködés tekintetében nem történt lényegi általános változás a piacon. Az Allianz nyilatkozata szerint – a VJ/51/2005. sz. ügyben hozott határozat miatt – nem kötött céljutalék megállapodásokat a vizsgált időszakot követően, függetlenül attól, hogy a céljutalék-megállapodásokat nem tartotta és tartja versenyjogba ütközőnek.
99. A **Generali** nyilatkozata⁶² szerint a vizsgált időszakban – ahogy jelenleg is – az alkuszi csatorna a biztosítók termékei továbbértékesítésének egyik, de nem egyetlen csatornája volt. Az általános piaci gyakorlat szerint a biztosító és az alkusz teljesítményének díjazására sávós jutalékrendszerben állapodott meg, vagyis a jutalék szintjét a felek az alkusz által az adott biztosítóhoz értékesített biztosítási termék díja alapján határozták meg.

⁶¹ VJ/32-25/2014. II.) 3. kérdésre adott válasz 3. oldal, VJ/32-26/2014. II.) 3. kérdésre adott válasz 3. oldal

⁶² VJ/32-21/2014. II.) 3. kérdésre adott válasz 4. oldal

100. Az **MPM** nyilatkozata⁶³ szerint az alkusz közgazdaságtani értelemben a biztosítások közvetítésekor közvetítőként szerepel a biztosítók és az ügyfelek között a vertikális viszonyrendszerben, ennek során az ügyfelének tanácsot ad a biztosítások feltételeiről, majd az ügyfél igényeivel összhangban, az ügyfele nevében megkötö a szerződést. A jogszabályi előírásnak, illetve a piaci szokásnak megfelelően az alkusz ezért a biztosítótól kap jutalékot.
101. Az Allianz⁶⁴ és a Generali⁶⁵ nyilatkozata szerint az új, illetve a használt autó értékesítés esetében, illetve a márkakereskedői háttérrel rendelkező alkuszok esetében nem volt különbség az együttműködési megállapodások létrehozása, illetve az együttműködések főbb jellemzői szempontjából. A Generali hozzáteszi, tekintettel arra, hogy a használt gépjármű kereskedések esetében a CASCO eladás a tevékenység jellegéből adódóan elenyésző, így a használt gépjármű márkakereskedésekkel kötött szerződésekben a CASCO biztosítások értékesítésére jellemzően alacsonyabb jutalékszintek szerepeltek, mint az új gépjárműveket értékesítő kereskedésekkel kötött szerződések esetében. Hasonló okból a márkakereskedői háttérrel rendelkező alkuszok jutalékszintje általánosságban a magasabb jutalékszintek között helyezkedett el, tekintettel arra, hogy ezen alkuszok esetében a gépjármű biztosítás értékesítése a tevékenység legmeghatározóbb része volt.
102. Az eljárás alá vont biztosítók esetében a KGFB és a CASCO termékek vonatkozásában az együttműködési megállapodásokkal érintett alkuszok számát az alábbi táblázat tartalmazza:⁶⁶

		2000	2001	2002	2003	2004	2005
Allianz	alkuszok száma	187	220	256	279	304	326
	ebből új alkusz partnerek	32	31	34	23	40	33
Generali	alkuszok száma	135	157	167	185	205	221
	ebből új alkusz partnerek	22	22	100	18	20	16

103. Az **MPM** előadta, hogy 2000-2005 kötött az MPM közvetítette mind az Allianz, mind a Generali biztosításait. Ezzel kapcsolatosan szerződések is fennálltak a felek között.⁶⁷ Ezen túl az Allianz, a Generali és az Aegon Biztosító Zrt.-vel állapodott meg többletjutalékokról, amely hasonló, feltételhez kötött többletjutalékot jelentett.⁶⁸
104. A 90-es évek elejétől erős jutalékemelkedés volt, mert a piaci verseny hatására folyamatosan emelkedtek a jutalékok, a belső értékesítési csatornákon is.⁶⁹ Az Allianz a szerződés megkötéséért, és a megkötött szerződés fenntartásáért fizetett jutalékot,⁷⁰ a

⁶³ VJ/32-24/2014. 3. kérdésre adott válasz, 3. old.

⁶⁴ VJ/32-26/2014. II.) 8. kérdésre adott válasz, 7. oldal

⁶⁵ VJ/32-21/2014. II.) 8. kérdésre adott válasz, 6-7. oldal

⁶⁶ VJ/32-21/2014. 22. kérdésre adott válasz, VJ/32-26/2014. 22. kérdésre adott válasz, VJ/32-44/2014. 7. kérdésre adott válasz, 4. old., VJ/32-55/2014. 5. kérdésre adott válasz

⁶⁷ VJ/32-5/2014. 6. kérdésre adott válasz

⁶⁸ VJ/32-24/2014. 18. kérdésre adott válasz, 8. old.

⁶⁹ VJ/32-48/2014. tanúmeghallgatás jkv

⁷⁰ VJ/32-47/2014. tanúmeghallgatás jkv

számítástechnikai rendszere a kötési és a fenntartási jutalékot tartotta nyilván.⁷¹ Ez képezte az elszámolás alapját. A jutalék mértékére az alkuszok igényt támasztottak, a biztosítók igyekeztek azt csökkenteni. A jutalék meghatározásának a díjkalkuláció volt az alapja. A vizsgált időszakban lassú jutaléknövekedés volt jellemző. A gépjármű kereskedői alkuszok felé alkalmazott jutaléknak nem volt specialitása, nem tért el más partner részére alkalmazott jutaléktól. Sávós biztosítási termékek jelenleg is vannak, ami azt jelenti, hogy eltérő a jutalékkulcs az állomány minősége és volumene függvényében.⁷²

105. A **Generali** képviselője előadta,⁷³ hogy alapjutalékot, szerződéskor ún. szerződéskötési jutalékot alkalmaztak, a második évtől járt a fenntartási jutalék. A Generali '95-től kezdődően alkalmazott sávokat, ami piaci standard volt. Alapvetően az éves biztosítási díjhoz kapcsolódott a sávós jutalék. A kötési jutalékot a sávós jutalékkal térítették el. Az üzletszám növekedéssel kisebb mértékű jutalékemelkedést biztosított. A prémium jutalék az egyes gyártók eladási kampányaihoz kapcsolódott, amikor kedvezményeket adtak. Az alkuszok is jelezték ezt a Generalinak, és tudomásuk volt arról, hogy a többi biztosítót is megkeresték. A Generali döntésén múlt, hogy köt-e az adott alkusszal szerződést. Alapvetően az éves biztosítási díjhoz kapcsolódott a sávós jutalék.

IV.2. Az Allianz által alkalmazott alkuszi együttműködési megállapodások

106. Az Allianz előadta,⁷⁴ hogy a gépjármű-biztosításokkal kapcsolatos értékesítési feladatokat 2000-2004 között a gépjármű-biztosítási osztály látta el, melynek [SZEMÉLYES ADAT] a [SZEMÉLYES ADAT] részére tartozott beszámolási kötelezettséggel. A vezetők ekkor [SZEMÉLYES ADAT] és [SZEMÉLYES ADAT] voltak a lakossági nem élet-biztosítások divíziója gépjármű biztosítások osztályáról.

107. Az Allianz 2000-től egységes alkuszi együttműködési megállapodásokat alkalmazott. Az alkuszi együttműködési konstrukció kidolgozásában az akkor illetékes vezetők vettek részt: [SZEMÉLYES ADAT], [SZEMÉLYES ADAT] és [SZEMÉLYES ADAT], a lakossági nem élet-biztosítások divíziója gépjármű biztosítások osztályáról.⁷⁵ Az érintett személyek már nem dolgoznak az Allianznál.⁷⁶

108. Az Allianz nyilatkozata szerint az együttműködési megállapodások során általában a biztosító szerződésmintáit írták alá a felek.⁷⁷ Ugyanakkor mindkét félnek volt alkuhelyzete a jutalékok (illetve a feltételek) fajtája és mértéke tekintetében.

109. Az Allianz esetében a biztosító és a biztosítási alkusz közötti együttműködési megállapodás a technikai-eljárási együttműködést szabályozta az alkuszok és a biztosító társaságok között.⁷⁸ Mivel az együttműködés főként a szerződések megkötéséhez és a jutalékokhoz kapcsolódott, a megállapodás az alábbi témaköröket szabályozta.

- az alkusz kötelezettsége, hogy az ügyfél igényeire tekintettel megfelelő tájékoztatást nyújtson a biztosító társaságok termékeiről;

⁷¹ VJ/32-48/2014. tanúmeghallgatás jkv

⁷² VJ/32-47/2014. tanúmeghallgatás jkv

⁷³ VJ/32-32/2014. ügyfélmeghallgatás jkv

⁷⁴ VJ/32-31/2014. 1. kérdésre adott válasz, 1. old.

⁷⁵ VJ/32-31/2014. 1. kérdésre adott válasz, 2. old.

⁷⁶ VJ/32-31/2014. 1. kérdésre adott válasz, 2. old.

⁷⁷ VJ/32-25/2014. 6. kérdés 6. oldal,

⁷⁸ VJ/32-25/2014. 5. kérdés 4-5. oldal, VJ/32-26/2014. 5. kérdés 4-5. oldal

- biztosítási szerződések feldolgozása és továbbítása a biztosító társaság számára, az azokhoz tartozó határidők és alakiságok, ideértve az alkusz meghatalmazását az ügyfél képviselőre;
 - a biztosítási szerződések kezelése;
 - a biztosítási események bekövetkeztekor a biztosított képviselője a biztosító társaság előtt;
 - jutalékok, ideértve a jutalék elszámolást is.
110. Az együttműködési megállapodások határozatlan időre, az adott időpontban alkalmazott jogszabályok alapján jöttek létre. Az Allianz a VJ/32-26/2014. sz. irat 1. sz. mellékleteként csatolta a 12/2000. számú, a *"Hungária Biztosító Zrt. és az alkuszek közötti üzletvitel általános szabályai, különös tekintettel a gépjármű-ágazatban működő alkuszek érdekeltségi rendszerére"* című vezérigazgatói utasítást (a továbbiakban: 12/2000. sz. utasítás), amely a vizsgált időszakban általános jelleggel rendezte az együttműködés szabályait. A 12/2000. sz. utasítás 1. számú függeléke a vizsgált időszakban alkalmazott alkuszi együttműködési megállapodás szerződés mintája. A 3. számú függelék pedig a céljutalék-kiírás mintája.
111. A 12/2000. sz. utasítás 1.1.1. pontja szerint *„Az alkuszt az igazgatóság sorolja be a megfelelőnek tartott jutalékosági kategóriába, ezen felül az igazgatóság dönti el, hogy az alkusznak milyen jutalékosági módokat ajánl fel. A jutalékosági kategória (mérték) megállapításakor elsősorban az alkusz gépjármű-ágazatban nyújtott teljesítményét, az általa elhelyezett állomány mennyiségi és minőségi mutatóit kell figyelembe venni.”* Az utasítás 1.1.3.5. pontja értelmében *„A kijelölt jutalékokat az állományminőségi mutatók, a közvetített ajánlatok száma, a teljesítmény egyenletessége alapján évente legalább egy alkalommal, a tárgyév február 15-ig felül kell vizsgálni.”* Az utasítás 4.2.3. pontja szerint *„Kiemelt alkuszi statussal minden igazgatóság saját üzletpolitikája alapján ruházza fel alkuszeit (új szerzés db/év, élő állomány db, állományminőségi mutatók, új üzleti lehetőség stb.). A kiemelt státuszú alkuszek együttműködési megállapodásait az igazgatóságnak előzetesen a Főosztály által jóvá kell hagyatni.”* Az utasítás 4.3. pontja szerint *„Az együttműködési megállapodásokat – fent előírt eljárási rend betartásával – bármikor módosíthatják, azonban a naptári év lezárását követően február 15-ig bezárólag évente kötelező felülvizsgálni az alkuszek állományának mennyiségi és minőségi mutatói alapján.”*
112. Az Allianz nyilatkozata⁷⁹ szerint a vizsgált időszakban nemcsak általános gyakorlat volt, hogy a biztosításközvetítési tevékenységért a biztosítók fizették a jutalékot az alkuszeknek, hanem jogszabályi kötelezettség is. (Kivéve, ha az alkusz a megbízójával arról állapodott meg, hogy a megbízási díjat a megbízó fizeti, de ilyen a vizsgált időszakban nem történt.)
113. A régi Bit. 32. § (2) bekezdése szerint az alkusz e tevékenységéért (biztosításközvetítői tevékenység) alapvetően attól a biztosítótól jogosult díjazásra (jutalék, költségtérítés), amely az alkusz közvetítésével létrejött szerződésben a biztosítási (viszontbiztosítási) kockázatot elvállalja. Az Allianz kiemelte, hogy az új Bit. már nem tartalmaz hasonló kifejezést, mert az leginkább csak Magyarország Európai Unióhoz való csatlakozása miatti jogharmonizációs kötelezettség miatt az irányelveket implementálta, de nem is kívánta megváltoztatni a piacon bevett gyakorlatot. Ilyen jogalkotói szándékot a törvény indokolása sem tartalmaz. A jogszabályi változástól függetlenül a piaci viszonyok sem

⁷⁹ VJ/32-26/2014. 1. kérdésre adott válasz, 2. old.

változtak meg, mert az ügyfelek továbbra is elvárták, hogy az alkuszok jutalék nélkül, ingyen adjanak tanácsot a gépjármű-biztosításokról, és nyújtsák alkuszi szolgáltatásaikat, ezért a kifejezett törvényi felhatalmazás nélkül, de jogszabályi tilalom hiányában továbbra is a korábbi gyakorlatot folytatták, és az együttműködési megállapodásokban általános jelleggel rendezték a jutalékokkal kapcsolatos kérdéseket is. Mivel sem a régi Bit., sem az új Bit. nem korlátozza az alkuszoknak fizetendő jutalékokat, illetve nem zárja ki, hogy ezt feltételekhez kössék, a jutalékok között szerepelt a céljutalék is.

114. Az Allianz által becsatolt a 12/2000. sz. utasítás⁸⁰ szerint a vizsgált időszakban
- a. **kötési jutalékot** fizetett a biztosítási szerződés megkötésében (vagy díjnövekedéssel járó átdolgozásában) való közreműködéséért,
 - b. **folytatólagos jutalékot** fizetett az alkusz állományába tartozó szerződések gondozásáért, és
 - c. külön megállapodás alapján célfeladat teljesítéséért **céljutalékot** fizetett az alkuszoknak.
115. Az Allianz szerint a jutalék fajtája (szerzési, folytatólagos, céljutalék) azonos lehetett minden biztosító esetében, bár a konkrét feltételek biztosítónként, sőt szerződésenként változhattak. Visszaemlékezések alapján a céljutalékok alkalmazása általános volt mind a biztosítók, mind az alkuszok, mind más biztosításközvetítők esetében.⁸¹
116. Az egyes alkuszok vonatkozásában a díjazás jogosultságát, mértékét és a kifizetés szabályait az Allianz és az alkusz között megkötött együttműködési megállapodásoknak kell részletesen tartalmazni, amelynek mértékét az utasítás szabályozása alapján az igazgatóságok foglalnak az együttműködési megállapodás pontjai közé. Az alkuszonként differenciált jutalékozási gyakorlatot az igazgatóságok és az alkusz közötti tárgyalás során kellett kialakítani. A jutalékkategóriák, továbbá a jutalékozási módok közül kellett kiválasztani a mindenkori üzletpolitikai célok, a jutalékgazdálkodás, a versenyképes jutalék-kiajánlás szempontjai, továbbá a felsorolt szabályok, irányelvek együttes figyelembevételével az igazgatóság által legmegfelelőbbnek tartott mértéket. Az alkuszt az igazgatóság sorolta be a megfelelőnek tartott jutalékozási kategóriába, ezen felül az igazgatóság döntötte el, hogy az alkusznak milyen jutalékozási módokat ajánl fel. A jutalékozási kategória (mérték) megállapításakor elsősorban az alkusz gépjármű ágazatban nyújtott teljesítményét, az általa elhelyezett állomány mennyiségi és minőségi mutatóit kellett figyelembe venni.
117. A 12/2000. sz. utasítás 2. a. sz. függeléke alapján a KGFB és a CASCO termék esetében a kötési és a folytatólagos jutalékok mértéke az egyes kategóriákban a következők szerint alakult az állománydíj százalékában megadva:

⁸⁰ VJ/32-25/2014. I. sz. melléklet, II: Részletes szabályok, 1. Alkalmazható jutalékfajták 1.1., 6. oldal

⁸¹ VJ/32-25/2014. 1. kérdésre adott válasz, 2. old.

jutalék kategória ⁸²	jutalékozási mód	A	B	C	D	E
		kizárólag kötési	kötési + azonnal induló folytatólagos	kötési + 13. hónaptól induló folytatólagos	kizárólag folytatólagos (lineáris)	kizárólag folytatólagos (degresszív)
KGFB						
I.	kötési	13,3	8,0	8,0	-	-
	folytatólagos	-	2,0	2,7	4,2	6,0
II.	kötési	14,2	9,0	9,0	-	-
	folytatólagos	-	2,0	2,7	4,4	6,4
III.	kötési	15,2	10,0	10,0	-	-
	folytatólagos	-	2,0	2,7	4,7	6,8
IV.	kötési	16,1	11,0	11,0	-	-
	folytatólagos	-	2,0	2,7	5,0	7,2
CASCO						
I.	kötési	12,3	8,0	8,0	-	-
	folytatólagos	-	2,1	3,1	4,9	6,4
II.	kötési	13,3	9,0	9,0	-	-
	folytatólagos	-	2,0	3,1	5,2	6,9
III.	kötési	14,2	10,0	10,0	-	-
	folytatólagos	-	2,0	3,1	5,6	7,4
IV.	kötési	15,1	11,0	11,0	-	-
	folytatólagos	-	2,0	3,1	5,9	7,9

118. Az Allianz nyilatkozata szerint a vizsgált időszakban alkalmazott számítógépes rendszere nem tartotta nyilván jutalékfajtként a kifizetett jutalékok mértékét.⁸³ Az alkuszi csatornára vonatkozó átlagos és minden jutalékfajtkát tartalmazó jutalékadatot adott meg, melyet oly módon számított ki, hogy az alkuszi csatorna adott évre vonatkozó nyitó és záró állományának átlagával megbecsülték a díjelőírást és a kifizetett jutalék, valamint az így számított átlagállomány hányada adta a jutalékhányadot.

119. Az Allianz által a vizsgált időszakban az alkuszok részére kifizetett jutalékok mértéke a következők szerint alakult százalékban megadva:⁸⁴

		2000	2001	2002	2003	2004	2005
szerződéskötési és fenntartási	KGFB	12,4	13,7	12,2	13,0	12,6	14,0
	CASC	15,9	14,2	12,9	13,6	11,3	12,1
	O						

120. [SZEMÉLYES ADAT], a vizsgált időszakban az Allianz [SZEMÉLYES ADAT] tanúvallomása⁸⁵ szerint „A szerződés megkötéséért, és a megkötött szerződés fenntartásáért fizettünk jutalékot. A jutalék mértékére az alkuszok igényt támasztottak, a biztosítók igyekeztek azt csökkenteni. A jutalék meghatározásánál a díjkalkuláció volt az alapja, vagyis amit a díjverseny megengedett, illetve a felügyeletnek is megküldött

⁸² Az egyes kategóriákon belül alkategóriákat, különböző jutalékozási módokat is megkülönböztetnek, amelyek ugyanakkor megegyező költségkihatású jutalék-kiáramlást jelentenek (jellemzően a fenti táblázatban szereplőnél alacsonyabb kötési és arányosan magasabb folytatólagos jutalékkulcs alkalmazásával).

⁸³ VJ/32-25/2014. 22. kérdésre adott válasz, 15. old.

⁸⁴ VJ/32-21/2014. 22. kérdésre adott válasz

⁸⁵ VJ/32-47/2014. sz. irat

díjkalkulációt. A jutalék mértéke nem csökkent, de lassú jutaléknövekedés volt jellemző. A gépjármű kereskedői alkuszok felé alkalmazott jutaléknak nem volt specialitása, nem tért el más partnerünk felé alkalmazott jutaléktól.”

IV.3. A Generali által alkalmazott alkuszi együttműködési megállapodások

121. A Generali nyilatkozata szerint⁸⁶ a releváns időszakban a gépjármű biztosítási termékeket érintő alkuszi együttműködési megállapodásokkal kapcsolatos feladatokkal [SZEMÉLYES ADAT] (értékesítés támogatás osztály) és [SZEMÉLYES ADAT] ([SZEMÉLYES ADAT]) foglalkozott. Az érintett személyek jelenleg is a Generali alkalmazásában állnak.⁸⁷

122. A Generali nyilatkozata⁸⁸ szerint a biztosító és az alkusz közötti együttműködést általában az újonnan alakult alkusz kezdeményezte. Az alkuszi megkeresést követően a Generali területileg érintett értékesítési igazgatóságának helyi kirendeltsége szerződött a jelentkező alkusszal. Kezdetben általában egy alapmegállapodást kötöttek a felek.

123. A Generali esetében az alkuszok és a biztosító közötti együttműködési megállapodás részeit a vizsgált időszakban az alábbi dokumentumok képezték:⁸⁹

- 1) Alap-megállapodás, melynek részei:
 - a) együttműködési megállapodás
 - b) alkuszi ügyrendi megállapodás (együttműködési megállapodás 1. sz. melléklete)
 - c) jutalékszabályzat (együttműködési megállapodás 2. sz. melléklete)
 - d) alapjutalék-tábla (együttműködési megállapodás 3. sz. melléklete)
- 2) Jutalékfizetésre vonatkozó rendelkezések független biztosítási alkuszok részére
- 3) Kiegészítő jutalék megállapodás.

124. Az alkusz és a biztosító együttműködésének tartalmát, a felek jogait és kötelezettségeit, valamint a megállapodás megszűnésének feltételeit az együttműködési megállapodás, illetve annak mellékletei szabályozták.

125. A jutalékfajták megnevezését, a jutalék megállapításának és elszámolásának módját, valamint az egyéb, jutalékkal kapcsolatos rendelkezéseket a Generali alkuszi jutalékszabályzata tartalmazta.⁹⁰ A szolgáltatás ellentételezése kapcsán a jutalékszabályzat jellemzően úgy rendelkezik, hogy a biztosító jutalékot fizet azon biztosítási alkusznak, aki ügyfele megbízásából, ügyfele számára a biztosító biztosítási termékeit értékesíti (ún. alap-jutalék).⁹¹

126. A jutalékszabályzat 1. pontja a jutalék kifizetésének feltételeit az alábbiak szerint határozta meg:

⁸⁶ VJ/32-21/2014. 25. kérdésre adott válasz, 13. old.

⁸⁷ VJ/32-23/2014.

⁸⁸ VJ/32-21/2014. II. 6) kérdésre adott válasz 6. old.

⁸⁹ VJ/32-21/2014. II. 5) kérdésre adott válasz 5. old.

⁹⁰ VJ/32-21/2014. E/3. sz. melléklet

⁹¹ VJ/32-21/2014. E/3. sz. melléklet

- 1) „a termékszerződés megkötése közvetlen kapcsolat alapján,
 - 2) a termékszerződés ügyviteli szabályozás szerinti minőségben és időben történő leszállítása az illetékes szervezeti egységre,
 - 3) ügyfelekkel való folyamatos kapcsolattartás, a termékszerződés karbantartása, fenntartása, intervenciók és szervizfeladatok ellátása,
 - 4) díj beérkezése a termékszerződésre az esedékesség idejében.”
- 127.A Generali nyilatkozata⁹² szerint az eljárással érintett időszakban a Generali által követett piaci sztenderd az volt, hogy a biztosítók az alap-megállapodáson kívül minden esetben kötöttek az alkuszokkal **ún. kiegészítő megállapodásokat** azon termékek vonatkozásában, melyekre az adott alkusz specializálódott. A kiegészítő megállapodások több (jellemzően 4-5) jutaléksávot tartalmaztak, az egyes sávokhoz rendelt jutalékszint sávonként jellemzően 0,5-1 százalékkal emelkedett (ún. sávos jutalék).
- 128.A Generali nyilatkozata⁹³ szerint a sávos jutalékrendszert piackövető okokból alkalmazta, elkerülendő teljes marginalizálódását és/vagy kiszorulását a piacról. A vizsgálattal érintett időszakban minden biztosító alkalmazott sávos jutalékokat. Ezt az alkuszok elvárták, ennek hiánya végzetes versenyhátrányként jelentkezett volna a Generalinál. A Generali ugyanakkor jellemzően a versenytársakénál alacsonyabb jutalékszinteket alkalmazott, melynek oka az volt, hogy konzekvensen minőségi versenyt kívánt folytatni a piacon. A Generali gyakorlatában az alapjutalék, illetőleg gyakorlatilag minden alkusszal megkötött kiegészítő megállapodásokba foglalt sávos jutalék volt bevett.⁹⁴
- 129.Ezen kívül a Generali elszórtan, elenyésző arányban (az esetek 2-3%-ában) nyújtott növekedéshez, illetőleg meghatározott teljesítményhez kötött egyszeri prémium-összeget (ún. **prémium jutalék**). Ez vagy egyszeri prémium-összeg nyújtásában nyilvánult meg, vagy abban, hogy a sávos rendszerben rögzített jutalék összegét (amelyre az alkusz mindenképp jogosult volt) a felek megnövelték jellemzően 0,5 illetve legfeljebb 1%-kal. Erre minden esetben az adott alkusz kezdeményezésére került sor, valamely időszaki gépjármű-promócióival összefüggésben.
- 130.A Generali alkuszi jutalékszabályzata⁹⁵ különbséget tett: szerződéskötési, fenntartási, (illetve tőketartalmú életbiztosítások esetében értékkövetési) jutalék között. A jutalékszabályzat szerint a jutalék számfejtése és kifizetése havonta egyszer történik. Az alkusz részére a jutalék kifizetése a Biztosítóhoz benyújtott számla alapján történik.
- 131.A jutalékszabályzat 4.1. pontja szerint **szerződéskötési jutalék** „az a díjazás, amely az alkusznak jár a termékszerződés kezdetétől számított első évben, amennyiben az 1. pontban meghatározott jutalék-kifizetési feltételek teljesülnek. A szerződéskötési jutalék a fenntartási kötelezettség időtartamáig jutalékelőlegnek számít. A szerződéskötési jutalék mértékét, a jutalékelőleg kifizetésének feltételeit és a fenntartási kötelezettség időtartamát a jutaléktáblázat tartalmazza.”
- 132.A jutalékszabályzat 4.2. pontja szerint **fenntartási jutalék** akkor illeti meg az alkuszt, ha „a jutaléktáblázatban meghatározott termékeknél, amennyiben a jutaléktáblázat, illetve külön megállapodás másképp nem rendelkezik a biztosítási szerződés érvényben maradásának időtartama alatt, a biztosítás kezdetétől számított első év után, amennyiben az 1. pontban meghatározott jutalék-kifizetési feltételek teljesülnek.”

⁹² VJ/32-44/2014. 5. kérdésre adott válasz 3. old.

⁹³ VJ/32-44/2014. 5. kérdésre adott válasz 3. old.

⁹⁴ VJ/32-44/2014. 4. kérdésre adott válasz 2. old.

⁹⁵ VJ/32-21/2014. E/3. sz. melléklet, VJ/32-75/2014. E9 melléklet

133. A jutalékszabályzat 4.4. pontja szerint „a felsorolt jutaléktípusokon túl csak igazgatósági tag rendelkezik az Alkusszal kötött kiegészítő megállapodásban **egyedi jutaléktípus** vagy a jutaléktáblázattól eltérő jutalékkulcs kiadásáról.”
134. A jutalékszabályzat 8. pontja szerint „a Biztosító jogosult a jutalékszabályzat és a jutaléktáblázat módosítására, ha üzletpolitikai céljai azt megkövetelik.”
135. Az egyes gépjárműbiztosítási termékekre vonatkozó konkrét (szerződéskötési és fenntartási) jutalék mértékét az alapjutalék tábla tartalmazta, mely jutalékok mértékét százalékban megadva az alábbi táblázat tartalmazza:⁹⁶

		2000	2001	2002	2003	2004	2005
KGFB	szerződéskötési	7	7 ⁹⁷ 8 9	7+1 8+1	7+1 8+1	7 8	7 8
	fenntartási	7	7 8 9	5 5	3 3	3 3	3 3
CASCO ⁹⁸	szerződéskötési	9	9	9	9	9	9
	fenntartási	9	9	8,1+1,8	8,1+1,8	8,1+1,8	8,1+1,8

136. A Generali nyilatkozata⁹⁹ szerint a jutalék megállapításának alapja az alkusz által értékesített termékek díja volt, amelyet a felek megszoroztak az alapjutalék-táblában rögzített, és a kiegészítő megállapodással módosított jutalékmértékkel. A kötési jutalék 100%-ban előlegként került kifizetésre, miután a termékszerződésre az első díj beérkezett. A fenntartási jutalékot ezzel szemben az esedékes díj beérkezésével arányosan fizette ki a biztosító. Amennyiben az adott termékszerződésre a díj nem érkezett be az esedékesség időpontjában, az alkusz a megelőlegezett jutalékot köteles volt visszafizetni. Ezen visszafizetési kötelezettség biztosítása érdekében a felek tipikusan megállapodtak abban, hogy a biztosító a jutalékelőleg bizonyos hányadát ún. sztornó-előlegként visszatartja.¹⁰⁰
137. A Generali előadta, hogy a kiegészítő megállapodásokban szereplő sávok jutalékkulcsokkal kapcsolatban a felek jellemzően abban állapodtak meg, hogy a biztosító az alkusz részére a jutalékot a szerződés szerinti átlagos jutalékkulccsal számfejtí (vagyis azon jutalékkulccsal, amely az egyes sávokhoz tartozó jutalékkulcsok számtani közepeként adódik. Amennyiben az év végi zárásakor lefolytatott vizsgálat során az derült ki, hogy az alkusz által elért teljesítményhez rendelt jutalékkulcs az alapul vett átlagos jutalékkulcstól eltért, a kifizetett jutalék visszamenőleg a valóban elért teljesítménynek megfelelő kulccsal korrekcióra került.¹⁰¹
138. A Generali által a vizsgált időszakban az alkuszok részére kifizetett jutalékok mértéke a következők szerint alakult százalékban megadva:¹⁰²

⁹⁶ VJ/32-21/2014. E/4. sz. melléklet

⁹⁷ 2001-től KGFB termékek esetében különbséget tesznek Start, Start Plusz, Nívó, Nívó Plusz termékek között.

⁹⁸ 2000-ben a CASCO esetében különbséget tettek a 32-es árosztály alatt, illetve az afeletti járművek esetében

⁹⁹ VJ/32-21/2014. 23. kérdésre adott válasz, 12. old.

¹⁰⁰ VJ/32-21/2014. 23. kérdésre adott válasz, 12. old. E/3. sz. melléklet

¹⁰¹ VJ/32-21/2014. 23. kérdésre adott válasz, 12. old. E/5. sz. melléklet

¹⁰² VJ/32-26/2014. 22. kérdésre adott válasz (Az alkuszi alap- és a kiegészítő megállapodások alapján ténylegesen alkalmazott jutalékszintek számtani átlaga.)

		2000	2001	2002	2003	2004	2005
szerződéskötési	KGFB	10,0	9,6	10,3	9,0	10,0	10,4
	CASCO	12,2	12,7	12,7	12,2	12,3	12,4
fenntartási	KGFB	7,8	8,2	8,8	11,0	9,0	9,2
	CASCO	8,9	9,2	9,7	9,9	10,6	10,1

IV.4. Az MPM által alkalmazott együttműködési megállapodások

IV.4.1. Az MPM és a biztosítók közötti együttműködési megállapodások

139. Az MPM esetében a vizsgált időszakban az [SZEMÉLYES ADAT] foglalkozott a biztosítókkal való megállapodásokkal. [SZEMÉLYES ADAT] 2000. évtől volt [SZEMÉLYES ADAT] 2012 augusztusáig.¹⁰³
140. A vizsgált időszak kezdetén, 2001. december 31-ig [SZEMÉLYES ADAT] is az [SZEMÉLYES ADAT] feladatokat látta el. Jelenleg egyik korábbi [SZEMÉLYES ADAT] sem dolgozik az MPM-nél.
141. Az MPM nyilatkozata¹⁰⁴ szerint az együttműködési szerződések a biztosítók standard szerződésmintái alapján jöttek létre. Az MPM feltételezi, hogy azok tartalmára az alkuszoknak tipikusan nem volt befolyása már csak azért sem, mert mind a termék feltételeit, mind az eljárásfolyamatokat a biztosító döntése, rendszerei határozták meg. A jutalékokat végső soron a biztosító fogadta el, bár arról az alkuszokkal tárgyaltak. Az MPM szerint¹⁰⁵ az együttműködési megállapodások az alkusz és a biztosító egymással való kapcsolatának adminisztratív-technikai vonatkozásait rendezték. Ennek keretében kitértek a felek együttműködési kötelezettségeire, de elsősorban arról szóltak, hogy az alkusz eljárását, tevékenységét hogyan lehet a biztosító folyamataiba integrálni. Ezen belül többek között szóltak a biztosítások megkötésének, továbbításának eljárási kérdéseiről, a tájékoztatásról, oktatásról, illetve megteremtették a jutalékról való megállapodás, az elszámolás és a kifizetés alapjait is. Amennyiben az alkusz eljárhatott az ügyfél képviseletében kárügyintézés vagy egyéb ügyintézés során, az együttműködési megállapodás erről is rendelkezhetett. Az együttműködési megállapodások határozatlan időre jöttek létre, és a biztosító által alkalmazott standard formátumot írták alá a felek.
142. A MPM nyilatkozata¹⁰⁶ szerint a vizsgált időszakban általános gyakorlat volt, hogy a biztosítók fizették a jutalékokat az alkuszoknak és más biztosításközvetítőknek a gépjárműbiztosítások közvetítéséért. A jutalék mértéke és fajtája (szerzési, folytatólagos, céljutalék) azonos lehetett minden biztosító esetében, bár a konkrét feltételek biztosítónként, sőt szerződésenként változhattak. Visszaemlékezések alapján a céljutalékok alkalmazása általános gyakorlat volt a piacon mind az alkuszok, mind más biztosításközvetítők esetében.
143. A vizsgált időszakban az MPM esetében a vele szerződésben álló biztosítóktól kapott jutalékok átlagos mértéke az alábbiak szerint alakult százalékban megadva:¹⁰⁷

¹⁰³ VJ/32-24/2014. 22. kérdésre adott válasz, 9. old., 1. old.

¹⁰⁴ VJ/32-24/2014. 6. kérdésre adott válasz, 4. old.

¹⁰⁵ VJ/32-24/2014. 5. kérdésre adott válasz, 4. old.

¹⁰⁶ VJ/32-24/2014. 1. kérdésre adott válasz, 2. old.

¹⁰⁷ VJ/32-24/2014. 19. kérdésre adott válasz

		2000	2001	2002	2003	2004	2005
szerződéskötési	KGFB	10	11	12	12	13	13
	CASCO	13	14	15	14	14	14
fenntartási	KGFB	9	9	11	10	11	11
	CASCO	11	11	12	12	12	12

144. Az MPM 2000. október 4-én kötött együttműködési megállapodást az Allianz-cal.¹⁰⁸ A megállapodás 1. pontjában foglalt célja szerint [ÜZLETI TITOK]¹⁰⁹

145. Az MPM 2000. október 3-án kötött együttműködési megállapodást a Generalival.¹¹⁰ A megállapodás 2. pontja rögzíti az együttműködési megállapodás tárgyát. [ÜZLETI TITOK]

146. Az Allianz-MPM és a Generali-MPM közötti alkuszi együttműködési megállapodások felépítése és tartalma hasonló az egyes eljárás alá vont biztosítók által alkalmazott általános szerződés-mintákhoz.

IV.4.2. Az MPM és a márkakereskedők közötti együttműködési megállapodások

147. A vizsgált időszakban az MPM a gépjármű-biztosításokat márkakereskedő partnerein keresztül közvetítette. Az MPM minden márkakereskedéssel egyenlő feltételek mentén működött együtt. Az együttműködési megállapodás jogokat és kötelezettségeket tartalmazó része a vizsgált időszak során nem változott, csak a jutalékmelléklet változott évenként. Az együttműködési megállapodás szerint a jogok és kötelezettségek leginkább a biztosításközvetítés módjára vonatkoztak, azt tartva szem előtt, hogy a folyamat gördülékeny legyen, és az ügyfeleknek megfelelő biztosítási ajánlatok szülessenek.¹¹¹

148. Az MPM és a Peugeot márkakereskedések közötti, 2000. szeptember 30-án kelt együttműködési megállapodás szerint¹¹² a [ÜZLETI TITOK]¹¹³

149. Továbbá az együttműködési megállapodás szerint a [ÜZLETI TITOK]¹¹⁴

150. A Megbízó a Megbízott részére a létrejött biztosítási szerződések alapján a jutaléktáblázat szerinti bruttó jutalékot fizet.¹¹⁵ Az együttműködési megállapodás 1. sz. melléklete szerint az MPM és partnerei közötti szerződés a gépjárműbiztosítási szerződések közvetítése után szerzési, folytatólagos és céljutalékot különböztet meg:¹¹⁶
[ÜZLETI TITOK]

151. Az MPM által alkalmazott szerzési és a folytatólagos (speratív) jutalékok mértéke az alábbi táblázat szerint alakult százalékban megadva:

¹⁰⁸ VJ/32-49/2014. 2. sz. melléklete - VJ/51/2005/56. 10. sz. melléklet

¹⁰⁹ Együttműködési megállapodás 1. pont

¹¹⁰ VJ/32-49/2014. 2. sz. melléklete - VJ/51/2005/56. 9. sz. melléklet

¹¹¹ VJ/32-53/2014. 1. kérdésre adott válasz, 1. old.

¹¹² VJ/32-53/2014. 1. sz. melléklet 1. old.

¹¹³ VJ/32-53/2014. 1. sz. melléklet 1. old.

¹¹⁴ VJ/32-53/2014. 1. sz. melléklet 2. old.

¹¹⁵ VJ/32-53/2014. 1. sz. melléklet 2. old.

¹¹⁶ VJ/32-53/2014. 1. sz. melléklet

	2000		2001		2002	
	szerzési	folytatólagos	szerzési	folytatólagos	szerzési	folytatólagos
KGFB						
Axa	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]
Generali	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]
Allianz (Hungária)	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]
Európa	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]
Casco						
Axa	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]
Generali	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]
Allianz (Hungária)	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]
Európa	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]

152. A táblázatból is látható, hogy a CASCO termék esetében magasabbak voltak a jutalékok, mint a KGFB termék esetében.

153. [SZEMÉLYES ADAT], az MPM 2000-2005 közötti [SZEMÉLYES ADAT] tanúvallomása¹¹⁷ szerint „*Nem emlékszem mekkora volt az Allianz, illetve a Generali részére történő értékesítésünk, szerintem 50% fölött volt. Volt egy szerződésünk a márkakereskedésekkel, regisztrációs kötelezettség után, és egy kolléga vagy kollégák ott ültek a márkakereskedésben, és biztosítási terméket értékesített. Az, hogy mit értékesített, függött az értékesítőtől és a biztosító által ajánlott tarifáktól és egyéb feltételektől. Minden biztosító csinált önállóan egy tarifáló programot, ezeket használtuk az értékesítés során. Nagyjából 4-5 biztosító termékét közvetítettük, amit az értékesítő ajánlott, ennek során az ügyfél igénye volt az irányadó, vagy az értékesítő az ügyfél kérése esetén az egyszerűbben értékesíthető (az értékesítő által jobban ismert) terméket ajánlta. Kérdésre elmondom, hogy az értékesítő az MPM-mel szerződött biztosító termékét ajánlta. Azt, hogy melyik biztosítóval szerződjön az MPM, az befolyásolta, hogy a biztosítási piac 95%-át le tudjuk fedni kínálatunkkal. [...] A KGFB és a CASCO után az állománydíj alapján kaptunk meghatározott százalékokat. Volt alapjutalék és céljutalék általában a biztosítási piacon. 10 százalék körül alakulhattak az alapjutalékok, de nem emlékszem pontosan. A biztosítóktól kaptunk jutalékot. A márkakereskedőknek jutalékot fizettünk. Az alapjutalékok tendenciájára nem emlékszem, de nagyon nem változhattak emlékeim szerint. Az alapjutalék alakulásába nem volt beleszólásunk, annak mértékét a biztosító határozta meg.*”

IV.5. Céljutaléokra és célfeladatokra vonatkozó megállapodások

154. Az eljáró versenytanács a céljutaléokra, illetve célfeladatra vonatkozó megállapodásokat nem elnevezésük, hanem tartalmi jellemzői alapján sorolta ezen kategóriába.

155. Az Allianz nyilatkozata¹¹⁸ szerint a céljutalék nem egy stratégiai jellegű kiemelt juttatás volt, hanem ugyanolyan jutaléktípus volt, mint akár a kötési vagy a folytatólagos jutalék.

¹¹⁷ VJ/32-42/2014.

¹¹⁸ VJ/32-26/2014. III) 9. kérdésre adott válasz

Minden jutalékfajtáról, beleértve a céljutalékokat is, általában egyedi tárgyalások folytak az alkuszokkal, és annak alapján születtek megállapodások. Ennek okai nemcsak az esetleges állományváltozások voltak, hanem a biztosító teljes portfóliójának változásait is figyelembe kellett venni. A biztosító ugyanis nem a jutalékok alapján számította a díjait, hanem fordítva, először a biztosítók és a biztosítási termékek közötti éles versenyben érvényesíthető díjak alapján megbecsülte a várható teljes díjbevételt, és ebből számította vissza többek között a jutalékok tervezett legmagasabb összegét is. A jutalékozási kategória (mérték) megállapításakor, valamint a feltételek meghatározásakor elsősorban az alkusz gépjármű-ágazatban nyújtott teljesítményét, az általa elhelyezett állomány mennyiségi és minőségi mutatóit kell figyelembe venni. A jutalékok fajtái, illetve a céljutalékok feltételei a felek megállapodása alapján lett meghatározva. Természetesen voltak olyan célfeladatok, például a kampányjutalékok/kampányfeladatok, amelyeket az Allianz központilag és egyoldalúan hirdetett meg, és amelyre minden partnerrel egyforma szerződést kötött. Jellemzően minden alkusz partnernek megküldték a megállapodást, és az ő döntésük volt, hogy elfogadják-e vagy sem. Ugyanakkor még az ajánlat elfogadásával sem vállaltak semmilyen kötelezettséget, hanem csak egy, a feltétel teljesülésétől függő lehetséges juttatásra váltak a megállapodás révén jogosulttá.

156. A **Generali** nyilatkozata¹¹⁹ szerint alapvetően az alap-megállapodásban és az ennek részét képező alapjutalék-táblában szabályozta az egyes biztosítási termékei értékesítéséhez kapcsolódó jutalékokat. Az alapmegállapodás és az alapjutalék-tábla valamennyi biztosítási termékre vonatkozott, és valamennyi termék tekintetében egyetlen konkrét százalékos jutalékkulcsot rögzített. Ezen alapmegállapodások mellett azonban, szinte valamennyi esetben létrejött egy kiegészítő megállapodás is a felek között azon termékekre vonatkozóan, amelyekre az adott alkusz specializálódott. E kiegészítő megállapodásban – az alapjutalék-táblától eltérően – sávos díjazási rendszerben állapodtak meg a felek. E sávos rendszerben az adott biztosítási termék tekintetében alkalmazott jutalékkulcs százalékos mértéke az alkusz által értékesített Generali-biztosítások biztosítási díjától függött. A gépjármű biztosítások esetében jellemzően négy, illetve öt jutaléksávot határoztak meg a felek: az első jutalékszint 0 forintról indult, és az egyes szintek között nagyságrendileg 0,5-1%-nyi eltérés volt. A Generali a sávos jutalékkulcsrendszert piackövető okokból alkalmazta, elkerülendő teljes marginalizálódását és/vagy kiszorulását a piacról. A vizsgálattal érintett időszakban minden biztosító alkalmazott sávos jutalékokat. Ezt az alkuszok elvárták, ennek hiánya végzetes versenyhátránnyá jelentkezett volna a Generalinál. A Generali ugyanakkor jellemzően a versenytársakénál alacsonyabb jutalékszinteket alkalmazott, melynek oka az volt, hogy konzekvensen minőségi versenyt kívánt folytatni a piacon.

157. A **Generali** szerint kivételesen, elenyésző arányban (az esetek 2-3%-ában) alkalmazott prémium-jutalékokat. A prémium-jutalékok meghatározott gépjármű-értékesítési promóciókhoz kötődtek, melyek jellemzően egy adott márkán belül új típusú gépjármű piacra vezetéséhez kapcsolódtak, számuk éves szinten elenyésző volt.¹²⁰ Az ilyen típusú jutalékokat tartalmazó megállapodások megkötését minden esetben az alkuszok kezdeményezték, hiszen az ő számukra álltak rendelkezésre információk egy esetlegesen aktuális promócióról. Az alkuszok több biztosítót is megkerestek abból a célból, hogy meghatározott darabszámú vagy értékű biztosítás értékesítése esetén pótlólagos

¹¹⁹ VJ/32-21/2014. 9. kérdésre adott válasz 7. old.

¹²⁰ VJ/32-44/2014. 5. kérdésre adott válasz, 4. old., VJ/32-44/2014. 4. kérdésre adott válasz, 3. old.

- jutalékban részesüljenek, és erről (valamint az esetlegesen kialakított jutalékokról) a Generalit is tájékoztatták. A Generali követő magatartást tanúsított, amikor versenyhátrány elszenvedését elkerülendő kivételes esetekben prémium-jutalékot nyújtott egy adott alkusz számára. Ilyen egyszeri összegű, illetve legfeljebb 0,5-1%-kal magasabb jutalékkulcs alkalmazására jogosító prémiumban egy bizonyos biztosítási állomány-növekvés elérése esetén részesülhetett az alkusz.
158. Az **MPM** nyilatkozata¹²¹ szerint nem rendelkezik információkkal arról, hogy a vizsgált időszakban a biztosítók miért és mely esetekben kötöttek céljutalék-megállapodásokat alkuszokkal. Feltételezi azonban, hogy a céljutalék-megállapodásokat a biztosítók kezdeményezték, az alkuszok pedig általában nem utasították vissza az ajánlatot – legfeljebb, ha a feltétel nem teljesült, nem kapták meg a céljutalékot.
159. Az **Allianz** előadta, hogy a vizsgált időszakban nem volt érdemi különbség a gépjárműbiztosítási termékek esetében kötött céljutalék-megállapodások és a más biztosítási termék esetében alkalmazott céljutalék-megállapodások között, a megállapodások minden esetben a céljutalékok konkrét feltételeit, a jutalékmértéket, a feltételeket és az elszámolást rögzítették.¹²² Az egyetlen érdemi eltérés, hogy más biztosítási termék vonatkozásában tipikusan rövidebb időszakokra kötöttek céljutalék-megállapodást, és a jutalék feltétele az állománydíj volt. Egyéb jellemzőket tekintve nem volt eltérés.¹²³
160. A **Generali** kifejtette, hogy általában nem volt külön megállapodás a KGFB-ra és a CASCO-ra, azonban a megállapodáson belül a két termékre eltérő feltételek vonatkoztak, mert azoknak eltérő jellemzőik voltak.¹²⁴
161. A VJ/51/2005. sz. eljárásban tartott helyszíni vizsgálati cselekmény során a Generalitól birtokba vett, 2004. április 26-i igazgatósági ülésre készített „Előterjesztés a Casco értékesítés befolyásolás témakörben” c. belső dokumentum szerint, amely egy 2003-ban országos mintán végzett kérdőíves kutatás eredményeinek összefoglalása, az alábbiak emelhetők ki (VJ/51-17/2005., VJ/32-101/2014.):
[ÜZLETI TITOK]
162. Az **MPM** szerint a rendelkezésére álló iratok alapján általában mindkét termékre vonatkoztak a kiírások, de külön-külön feltételekkel, ugyanakkor volt olyan is, hogy csak az egyik módzatra vonatkozott céljutalék-megállapodás.¹²⁵ Az **MPM** nyilatkozata szerint az **Allianz**, a **Generali** és az **Aegon** biztosítóval állapodott meg többletjutalékokról.¹²⁶
163. A céljutalék megállapodások létrehozása, illetve a megállapodások egyéb jellemzői szempontjából nem volt lényegi különbség az új, illetve a használt autó értékesítés esetében.¹²⁷
164. A céljutalékok ösztönzési jutalékok voltak, célja a biztosítási szerzés ösztönzése volt, hogy nagyobb teljesítményre sarkallja az adott értékesítési csatornát.¹²⁸ A céljutalék

¹²¹ VJ/32-24/2014. 8. kérdésre adott válasz, 5. old.

¹²² VJ/32-26/2014. 17. kérdésre adott válasz, 12. old.

¹²³ A vizsgált időszakra vonatkozó céljutalék megállapodást a VJ/32-26/2014. 3. sz. melléklete tartalmazza.

¹²⁴ VJ/32-21/2014. 18. kérdésre adott válasz, 10. old., VJ/32-25/2014. 18. kérdésre adott válasz, 13. old.

¹²⁵ VJ/32-24/2014. 16. kérdésre adott válasz, 7. old.

¹²⁶ VJ/32-24/2014. 18. kérdésre adott válasz, 8. old.

¹²⁷ VJ/32-21/2014. 20. kérdésre adott válasz, 10. old., VJ/32-25/2014. 20. kérdésre adott válasz 13.

¹²⁸ VJ/32-48/2014. tanúmeghallgatás jkv

nemzetközileg ismert ösztönzési forma, nemcsak a gépjármű biztosítási területen, hanem általában.

165. Az Allianz céljutalékot akkor alkalmazott, ha az alkuszok kampányokban vettek részt, amely a biztosítás értékesítés szempontjából kiemelkedő időszakhoz kapcsolódott, amikor az ügyfelek részéről tömeges biztosító váltás volt jellemző.¹²⁹
166. Az Allianz volt munkavállalója előadta,¹³⁰ hogy a céljutalék megállapodás nem volt rendszeres kelléke egy alkuszi megállapodásnak, és időszakos volt. A céljutalék mértéke a piaci szokás alapján alakult, attól függött, hogy a piaci szereplők milyen jutalék igényekkel léptek fel. A közvetített állomány volumene és minősége befolyásolta a céljutalék mértékét. Előfordulhatott, hogy egy alkusz nem céljutalék megállapodást kötött, de mégis magasabb jutalékra szerződött. A magasabb jutalék oka az lehetett, ha az üzletpolitikája, üzleti aktivitása alapján nagy mennyiségű és jó minőségű állomány közvetítése volt várható. Az állomány minőségének alakulását nyilvántartották. A minőség mellett a mennyiséget is követték, hiszen kötvényszámhoz kötődött a jutalék. Mindig utólag számoltak el az alkusszal, a leadott és elszámolt szerződés után.
167. Az MPM [SZEMÉLYES ADAT] előadta,¹³¹ hogy a biztosítási piacon általában volt alapjutalék és céljutalék. A céljutalékot más szóval teljesítmény bónusznak nevezzük. KGFB és CASCO termékre is volt céljutalék. A biztosítóval kötött megállapodás része volt, annak melléklete. Általában éves szintre kötöttek célmegállapodást. A KGFB és a CASCO után az állománydíj alapján kaptak meghatározott százalékot. Az Allianznál darabszámhoz, a Generalinál valami máshoz volt kötve a céljutalék mértéke.¹³² Az Allianznál sávosan voltak a jutalékok megállapítva.¹³³ Céljutalék megállapodást azért kötöttek, mert a biztosító felajánlotta ezt a lehetőséget, és nagyobb bevételt remélt, hiszen magasabb jutalékot kínáltak, pl. 2%-kal. A céljutalék alkalmazása a biztosítási piacon általános volt, az MPM [SZEMÉLYES ADAT] szerint '86 óta gyakorlat volt a piacon. Az MPM a biztosítók kezdeményezésére kötött célmegállapodást, ez egy megszokott dolog volt. *„Ha egy biztosító megkeresett minket ilyen ajánlattal, biztosan szerződünk vele, ha alapszerződésünk volt már az adott biztosítóval.”*
168. A célszámok teljesülésének nyomon követése kapcsán az MPM volt munkavállalója előadta,¹³⁴ hogy volt egy nyilvántartó program, amiben a számokat követték, és a biztosító is vezetett nyilvántartást, amelyeket összevetettek. Évente végeztek jutalék elszámolást.
169. A **Generali** ügyfélmeghallgatáson előadta,¹³⁵ hogy a kampány jutalék gyártói értékesítési kampányokhoz kapcsolódott, új típus megjelenésekor. Az alkusztól tudtak arról, más biztosító milyen jutalékot kínált neki. Évente 1-2 ilyen gyártói kampány lehetett.
170. Az Allianz volt munkavállalója előadta,¹³⁶ hogy rengeteg jutalék elnevezéssel találkozott, így bónusz jutalékkal, kampányjutalékkal biztosan. A kampányra fel kellett készülni, nagy, lökésszerű terhet jelentett, mert az ügyfelek nagy számban váltottak biztosítót, amit normál ügymenettel nem lehetett lefedni. Kampány-időszakban a biztosítók között

¹²⁹ VJ/32-47/2014. tanúmeghallgatás jkv

¹³⁰ VJ/32-47/2014. tanúmeghallgatás jkv

¹³¹ VJ/32-42/2014. tanúmeghallgatás jkv

¹³² VJ/32-42/2014. tanúmeghallgatás jkv

¹³³ VJ/32-42/2014. tanúmeghallgatás jkv

¹³⁴ VJ/32-42/2014. tanúmeghallgatás jkv

¹³⁵ VJ/32-32/2014. ügyfélmeghallgatás jkv

¹³⁶ VJ/32-48/2014. tanúmeghallgatás jkv

nagyon éles verseny volt az ügyfelekért, ezért ehhez üzleti ösztönzés is kapcsolódott. A kampányjutalék alapvetően a váltási időszakhoz kapcsolódott.

171.A **Független Biztosítási Alkuszok Magyarországi Szövetsége** (a továbbiakban: FBAMSZ)¹³⁷ az alábbi válaszokat adta:

- **Gépjárműbiztosítási termék értékesítése** - Az FBAMSZ rendelkezésére álló információk szerint, a gépjármű biztosítások jelenlegi és a vizsgált időszakbeli értékesítése között annyi a különbség, hogy jelenleg meghatározóbb az internetes kötések száma. Ennek köszönhetően a biztosításkötés iránt érdeklődők számára sokkal átláthatóbbak az egyes piaci szereplők ajánlatai. Az ún. internetes alkuszok térnyerésének eredményeként a KGFB díjak jelentős csökkenése volt tapasztalható az elmúlt 5-10 évben.
- **Biztosítási alkuszok által közvetített gépjármű-biztosítások aránya** – Bár pontos adatokkal az FBAMSZ nem rendelkezik, annyi kijelenthető, hogy a vizsgált időszakban sem volt jelentéktelen a biztosítási alkuszok által közvetített gépjármű biztosítások aránya. A KGFB kínálati kör gyakorlatilag megegyezett a jelenlegivel (egy-két piac szereplő távozott, illetve ugyanennyi lépett be erre a piacra), a Casco kínálati kör láthatóan bővült, egyaránt ide értve a biztosítókat és a biztosítási termékek körét is. Kijelenthető, hogy a független közvetítők akkoriban is függetlenként viselkedtek, melynek jelentősége a technológia fejlődésével egyre meghatározóbb piaci tényezővé is vált, amint a független biztosításközvetítők tevékenységének köszönhetően az egyes biztosítók ajánlatai egyre könnyebben, a fogyasztók széles köre számára is összehasonlíthatóvá váltak. Fontos jellemzője még a vizsgált időszaknak, hogy az autókereskedések mainál sokkal szélesebb körében volt jellemző a direkt - független közvetítő nélküli - biztosítói kapcsolat.
- **Új és használt gépjármű értékesítése közötti esetleges eltérések** – Az FBAMSZ-nek nincs tudomása arról, hogy az új és a használt autó kereskedésekben eltérő értékesítési gyakorlat alakult volna ki. Az ugyanakkor tény, hogy a használt autókra százalékosan már akkoriban is lényegesen kevesebb Casco biztosítást kötöttek, mint az új autókra.
- **Céljutalék megállapodások jellemzői.** Az FBAMSZ tudomása szerint a vizsgált időszakban jellemzőek voltak a céljutalék megállapodások, mára azonban ezek a konstrukciók gyakorlatilag eltűntek a piacról, köszönhetően a GVH tárgybéli első határozatának. Mindezzel kapcsolatban dokumentumok, elemzések, egyéb dokumentumok nem állnak rendelkezésükre.
- **Céljutalék megállapodások alkalmazásának okai.** A céljutalék megállapodások mögötti biztosítói megfontolások tárgyában a biztosítók tudnak autentikus választ adni. Az FBAMSZ feltételezi, hogy az új piacra lépő és a már jelentős piaci részesedéssel rendelkező biztosítók számára a céljutalékok rendszere egyaránt alkalmas eszköznek mutatkozott, előbbiek esetében a piacnyerésre, utóbbiak esetében a piacmegtartásra. A kívánt hatás persze nem volt garantálható, hiszen bármely biztosítónak lehetősége volt ilyen céljutalék rendszert bevezetni, azaz a céljutalékok terén is megvalósulhatott a jutalékverseny, másfelől a független közvetítők piacán, ahol az alkusz az ügyfele érdekének elsődlegessége alapján köteles eljárni, nem lehet meghatározó a biztosító által kikötött magasabb díjvolumen vagy szerződés darabszám. Fontos kiemelni, hogy egy nem megfelelő szolgáltatási színvonalú termék

¹³⁷ VJ/32-20/2014.

értékesítésének fenntartására éppen az alkuszi szerep (az ügyfél érdekeinek képviselője) miatt semmiféle céljutalék-megállapodás nem alkalmas eszköz.

- **Sávosan növekvő céljutalékok alkalmazása.** A piaci szereplők konkrét megállapodásairól nem rendelkezik információval, mivel az FBAMSZ üzleti kérdésekkel nem foglalkozott/foglalkozik, tevékenysége a szakmai érdekképviselőre korlátozódik. Fontosnak tartja ugyanakkor rögzíteni, hogy a sávós jutalékozásban a FBAMSZ nem lát kivetni valót. Az általános kereskedelmi gyakorlatban is jellemző, hogy nagyobb teljesítményhez nagyobb jutalék társul.

172.A **Magyar Biztosítási Alkuszok Szövetsége** (a továbbiakban: MABIASZ) nyilatkozata¹³⁸ szerint alapszabálya értelmében a MABIASZ sem a vizsgált időszakban, sem jelenleg, nem foglalkozik üzleti kérdésekkel, így semmiféle tudomása nincs és nem is volt az alkuszok és biztosítók közötti célfeladatokról, illetve az együttműködési megállapodások jutalék tételeket érintő részéről. Az alkusz és a biztosítók közötti megállapodások minden esetben kétoldalú megállapodások, melyek tartalma harmadik félre nem tartozik.

173.A **Porschétől** a VJ/51/2005. sz. eljárásban tartott helyszíni vizsgálati cselekmény során birtokba vett 2003-as belső kimutatás szerint [ÜZLETI TITOK]. (VJ/51-12/2005., VJ/32-101/2014.)

IV.5.1. Az Allianz által kötött céljutalék/célfeladat megállapodások

174.Az Allianz csak olyan alkuszokkal kötött céljutalék megállapodást, amellyel együttműködési megállapodása is fennállt.¹³⁹ Az együttműködési megállapodások a céljutalék-megállapodások szerződéses alapját képezték.¹⁴⁰ Az együttműködési megállapodások a felek általános együttműködésének kereteit és alapját tartalmazzák, beleértve a jutalékokra vonatkozó általános rendelkezéseket is. Az Allianz által kötött céljutalék megállapodások az együttműködési megállapodásokat egészítették ki, a jutalékok egyik fajtájának konkrét feltételeit (feltétel, jutalékmérték, elszámolási feltételek) rögzítették egy adott időszakra.

175.Az Allianz 2006 óta nem alkalmaz a gépjármű-biztosítások tekintetében céljutalék-megállapodást a GVH által folytatott VJ/51/2005. sz. ügy miatt.

176.Az Allianz által csatolt 212/579/2000. sz. belső utasítás a jutalékok nyilvántartásáról és elszámolásának ügyviteli rendjéről a céljutalék alábbi fajtáit különböztette meg:

- szerzési céljutalék
- megmaradási, megtartási céljutalék
- állományvédelmi céljutalék
- HUBA céljutalék

177.A 212/634/2001. sz. belső utasítás a jutalékok nyilvántartásának és elszámolásának ügyviteli rendjéről az egyéb jutalékok közé az alábbiakat sorolja:

- céljutalékok (szerzési, állományvédelmi, megtartási, HUBA, kiemelkedő teljesítményűek jutalma)
- munkaverseny díj, munkaverseny jutalék
- szervezési jutalék, ágazati termelékenység bónusz.

¹³⁸ VJ/32-17/2014.

¹³⁹ VJ/32-26/2014. 16. kérdésre adott válasz, 12. old.

¹⁴⁰ VJ/32-26/2014. 16. kérdésre adott válasz, 12. old.

178.A 212/579/2000. sz. belső utasítás 6.5. pontja értelmében „Az érdekeltségi rendszer lehetővé teszi, hogy az üzletkötő részére a naptári féléven belül a megfelelő teljesítmény elérése esetén céljutalék előleg fizethető.” A céljutalékok elszámolását a belső utasítás az alábbiak szerint rendezi:

„8. Helyileg, területi igazgatóságokként az igazgatóság vezetője jogosult központilag meghatározott alap- és szerzési célfeladat pontszámoknál magasabb helyi pontszámokat kiadni. A helyileg meghatározott célfeladat pontszámokhoz tartozó céljutalék sávok belső arányainak azonban meg kell felelniük a központilag kiadott alap- és célfeladat arányoknak. Az üzletkötők részére év elején írásban rögzíteni kell az igazgatóság által választott alap- és célfeladat pontszámokat. Az igazgatóság által kiadott alap- és célfeladat pontarány és az érdekeltségi rendszerben meghatározott minimum követelmény egy arányt képez, amelynek a szorzószámát a rendszerszervezési önálló osztály részére tervfeladat-kiadáskor meg kell küldeni. A HUNOR minden üzleti dolgozó részére listán kiszámítja a céljutalék összegét, melyet a jutalékfelelősnek kell lekönyvelnie.

[...]

Az alkalmazásra kerülő céljutalék %-ok a tényleges globális teljesítmény-pontszám értékeinek és az érvényes üzleti érdekeltségi rendszerben rögzített teljesítmény-pontszám küszöbök összevetése alapján kerülnek megállapításra.

Az állományvédelmi célfeladat kiértékelésekor az üzletkötő gondozói állományának megtartási aránya a vizsgálat tárgya.”

179.Az Allianz vizsgált időszakban tanúsított gyakorlatát, illetve céljutalék-megállapodásainak főbb jellemzőit az alábbiak szerint ismerteti:¹⁴¹

- *Lépcsőzetesség elve:* minél több biztosítást közvetített egy partner, annál nagyobb mértékű volt a jutalék annak érdekében, hogy az Allianz biztosítási termékeinek ügyfeleknek való bemutatásában elért jobb teljesítményt elismerjük.
- *Küszöbérték:* a céljutalék csak a biztosítási kötvények bizonyos előre megállapodott volumene, mennyisége után járt.
- *Meghatározott időszakban közvetített és/vagy meghatározott kockázatviselési kezdettel rögzített szerződésekre vonatkoztak.*
- *Jellemzően bruttó új szerzésre vonatkozott,* de több esetben nettó állományfejlődés (gondozott állomány növekedése) is a kifizetés feltételeként lett rögzítve.
- *A jutalék alapja az éves állománydíj.*
- *Jutalék típusa jellemzően kötési (egy összegű) jutalék.*
- *Kifizethetőség feltétele:* jellemzően egy meghatározott napon a szerződések díjrendezettsége.

180.Az Allianz nyilatkozata¹⁴² szerint a céljutalék-megállapodások tartalmát az Allianz mintaszerződése határozta meg. Ennek alapján a céljutalék-megállapodások mindig határozott időre, legfeljebb 12 hónapra jöttek létre. Mindig tartalmazták a céljutalék mértékét, az alkalmazandó feltételt, valamint az elszámolás módját és eljárását. Ismeretei szerint az alkuszok egyidőben, egymással párhuzamosan több biztosítóval is kötöttek/köthettek céljutalék megállapodásokat, mivel sem az általa kötött együttműködési megállapodások, sem pedig a céljutalék megállapodások nem tartalmaztak kizárólagossági klauzulát, azaz nem tiltották, hogy egyidőben más biztosítóval is köthessen bármilyen megállapodást egy alkusz.

¹⁴¹ VJ/32-26/2014. 10. kérdésre adott válasz, 8. old.

¹⁴² VJ/32-25/2014. 12. kérdésre adott válasz, 9. old.,

181. Az Allianz előadta,¹⁴³ hogy ismeretei szerint nem állapodott meg alkusszal arról, hogy az alkusz hány gépjármű-biztosítást közvetít az Allianz részére, mivel mindig az ügyfél dönt arról, hogy hol köt biztosítást, melyik terméket választja, milyen feltételeket fogad el és hogy egyáltalán köt-e (pl. CASCO) biztosítást. Az Allianz csak abban állapodott meg az alkuszokkal, hogy milyen feltételek teljesülése esetén mekkora mértékű (többlet)jutalékot fizet az alkusznak. Az Allianz céljutalék-megállapodásai tipikusan a közvetített biztosítások számát és/vagy állománydíját határozták meg a céljutalék mértéke megállapításának feltételként, amely sokszor sávosan emelkedett, ha az alkusz által közvetített biztosítások elérték vagy meghaladták a küszöbértéket. A céljutalék-megállapodások tipikusan nem tartalmazták feltételként a korábbi időszakhoz képesti növekedést, bár ez néhány megállapodás esetében előfordulhatott, illetve a konkrét, más módon meghatározott feltételek meghatározásakor egyik szempontként figyelembe vehették a korábbi teljesítmény alapján a várható közvetítések számát és/vagy állománydíját. A csatolt utasítás alapján viszonyítási pontként a gépjármű-értékesítés várható változása, (a vizsgált időszakban a gazdasági konjunktúra miatti) növekedése szolgált, és ennek alapján becsülték meg a várható teljesítményt. A feltételeket a megállapodások külön-külön tartalmazták KGFB és CASCO termékekre. A feltételek pontos meghatározása a felek megállapodásán múlt, és lényegében egyformán az alkusz által közvetített biztosítások mutatóit vette figyelembe.
182. Az Allianz szerint az ilyen feltételes jutalékmérték/céljutalék alkalmazásának több oka volt. Egyrészt valamilyen formájú céljutalék alkalmazása a piacon általános gyakorlat volt. Másrészt, a céljutalékok alkalmazása a teljes jutalék kifizetés „kordában tartásának” jó eszköze volt. Az Allianz érdeke a minél alacsonyabb összjutalék-kifizetés volt, és csak azon közvetítők magasabb szintű javadalmazása, amelyek nagyobb mértékben járultak hozzá a kockázatközösség növeléséhez. Minél több/nagyobb állománydíjú biztosítást közvetít ugyanis egy biztosításközvetítő, annál több díjbevételt ér el a biztosító, annál kedvezőbb a kockázatközösség helyzete, ezért méltányos volt a díjbevétel-növekedést azokkal megosztani, akik a növeléshez nagyobb mértékben járultak hozzá. Ugyanakkor azok a biztosításközvetítők, akik nem érték el a meghatározott értékeket, vagy csak alacsonyabb értékeket közvetítettek, kisebb jutalékokra váltak jogosulttá, így a költségeket alacsonyabban lehetett tartani, ami előnyös volt a kockázatközösség számára. Azt a célt, miszerint a céljutalékok alkalmazásával a jutalék kifizetés mértékét kívánta folyamatosan csökkenteni, visszafogni, az is mutatja, hogy míg az alkuszok által közvetített gépjárműbiztosítások állománya 2000-től 2005-ig 108%-kal növekedett, a jutalék-kifizetés csak 65%-kal nőtt.
183. Az Allianz előadta,¹⁴⁴ hogy a céljutalék-megállapodások tartalma tekintetében nem igazán volt alkuhelyzet, mert az viszonylag rövid volt, kevés kérdést tartalmazott, és formaként általában a biztosító szerződésmintáját alkalmazták. Alkuhelyzet a kampányjutalékok tekintetében sem volt, mivel ezt a biztosító egyoldalúan hirdette meg, minden partnere számára egyformán. Ugyanakkor a céljutalék-megállapodások konkrét feltételeinek (jutalékmérték, feltételek) kialakításában a felek tárgyalásokat folytattak, és ezek alapján jöttek létre a megállapodások. Tipikusan a biztosítók tették meg ajánlatukat az alkuszok felé, amelyet az alkuszok elfogadhattak, vagy tárgyalásokat kezdhettek róla. A felek alkuhelyzetét számos szempont befolyásolta, közte szubjektív (pl. tárgyalási

¹⁴³ VJ/32-25/2014. 13. kérdésre adott válasz, 9-10. old.,

¹⁴⁴ VJ/32-25/2014. 14. kérdésre adott válasz, 11. old.

képesség és technikák, személyes kapcsolatok) és objektív elemek (pl. az alkusz által korábban ténylegesen, illetve várhatóan közvetített biztosítások száma, állománydíja, a termék jellemzői), külső körülmények (piac várható mérete, a termék versenyképessége, stb.). Számos tényező alapján egyedi volt a felek alkuhelyzete, amely időben is változhatott.

184. Az Allianz hangsúlyozta,¹⁴⁵ hogy a céljutalék kifizetésére vonatkozó szabályok nem különböztek a más jogcímen járó jutalékok elszámolására, kifizetésére vonatkozó szabályoktól.¹⁴⁶
185. A céljutalék megállapodásokban jellemzően azt rögzítették, hogy a biztosító a célfeladat teljesítését a saját számítástechnikai rendszerében rögzített, a biztosítási szerződésekre vonatkozó adatok alapján állapítja meg. Mivel a biztosító egyébként is köteles volt hiteles és részletes elszámolást vezetni, nem volt indokolt másik adatbázis és követési módszer létrehozatala. Az Allianz megjegyezte, hogy a vizsgált időszakban irányadó folyamatok és technikai feltételek között nem lett volna ésszerű bonyolultabb, illetve dedikált, automatikus rendszerek kifejlesztése és alkalmazása a céljutalékok nyomon követésére. A céljutalékok esetén a biztosító a felek által megállapodott jutalékkulcs alapján számolta el a jutalékokat, és a vizsgált időszakban félévente, esetleg negyedévente vizsgálta a feltételek időarányos teljesülését. Amennyiben a kezdeti időszaktól emelt kulcsú jutalékokat alkalmazott az Allianz, és a kiértékelés eredménye azt mutatta, hogy az adott jutalékkulcs feltételei időarányosan nem teljesülnek, úgy megállapodtak a fennmaradó időszakot érintő közvetítésekre vonatkozó jutalékkulcs csökkentésében. A céljutalék-megállapodás által lefedett időszak végi záró értékeléskor az elszámolás megtörtént, az értékelésnek megfelelően még járó céljutalékokat kifizették, vagy visszaírást alkalmazott az Allianz.
186. A 12/2000. sz. belső utasítás 1.2. pontja tartalmazza a céljutalékok alkalmazására vonatkozó rendelkezéseket, a céljutalékokra való jogosultságot, a céljutalék-kiírás alapfeltételeit, a célfeladat-kiírásba kötelezően beépítendő szempontokat, a jutalék alapját, valamint a céljutalék mértékét.
187. A 12/2000. sz. utasítás 1.2.1. pontja értelmében a céljutalékokra való jogosultság az alábbiak szerint került szabályozásra:
- A) *„A célfeladat kiírást – a jelen utasításban meghatározott feltételek mellett és keretek között – a jogosult igazgatóságok saját hatáskörben végzik,*
 - B) *Egy alkusznak minden vele kapcsolatban álló együttműködési megállapodást vagy kiterjesztő megállapodást aláíró – igazgatóság kiírhat önálló célfeladatot;*
 - C) *A jelen utasításban meghatározott alapfeltételektől eltérő mértékű célfeladat-kiírás kizárólag a[z] [értékesítési] főosztály előzetes engedélyével történhet. A főosztálynak benyújtott kérelemhez az igazgatóságnak szakmai indoklást kell csatolni.”*
188. A 12/2000. sz. utasítás 1.2.2. pontja szerint a célfeladat-kiírás alapfeltételei a következők:
- A) *„Egyedi (a helyi engedélyezett döntési kompetenciát meghaladó) célfeladat csak olyan alkusz részére kezdeményezhető az igazgatóság részéről, amelynek társaságunkkal minimálisan 6 hónapja érvényes megállapodása van, és folyamatos üzleti tevékenységet végez;*
 - B) *Az állományminőségi mutatók (forrás: a főosztály által havonta küldött alkuszi állományok elemzése) vizsgálata kötelező a célfeladat-kiírást megelőzően (pl. törlés, kárgyakoriság, átlagkár, kárhányad stb.). Az igazgatóság jogosult a célfeladathoz*

¹⁴⁵ VJ/32-25/2014. 15. kérdésre adott válasz, 11-12. old.

¹⁴⁶ VJ/32-25/2014. 2. sz. mellékletjutalék elszámolásra von. belső szabályozás, vezérigazgatói utasítás

rendelt limiteket meghatározni. Az ágazat eredményességét kedvezőtlenül befolyásoló rossz minőségű állományt közvetítő alkuszok részére célfeladat nem írható ki;

C) A célfeladatok kiírásának tartalmaznia kell az értékeléshez felhasználandó bizonylat készítésének dátumát, azonosító jelét;

D) Céljutalék-előleg csak kivételes esetben folyósítható, az időarányos teljesítmény havonta történő ellenőrzése mellett. A szerzési mennyiség elmaradása esetén az előleg folyósítását fel kell függeszteni.”

189. Az utasítás 1.2.3. pontja értelmében a célfeladat-kiírásba kötelezően beépítendő szempontok közül kiemelendő, hogy „*az alkusznak a HB Rt. részére közvetített saját korábbi szerzéseit legalább az országos, illetve a vonatkozó megyei gépjármű-eladási piac bővülésének arányában kell növelni, attól függően, hogy az alkuzs országos, több megyét átfogó regionális, vagy megyei területi lefedettséget közvetít;*”.

190. Az utasítás 1.2.5. pontja szerint a céljutalék alapja „*a kiírás időszakában ténylegesen elszámolt nettó kötés, illetve a kiírás időszakában ténylegesen elszámolt folytatólagos jutalék.*”

191. A céljutalék mértéke, a jutalékalap 10%, 20%, illetve 30%-ára írható ki, KGFB illetve CASCO esetében elkülönítetten, 30% feletti céljutalék kizárólag a Főosztály előzetes engedélyével adható ki. A célfeladat-kiírás mennyiségi mutatószámai: bruttó új szerzés (db) vagy állománydíj (Ft). A szerzési célfeladatok helyett vagy mellett kiírható állomány-megtartó célfeladat, a 30%-os maximált limit betartásával.

192. Az Allianz és a Porsche közötti, a VJ/51/2005. sz. eljárásban feltárt céljutalék megállapodások¹⁴⁷ az alábbi releváns rendelkezéseket tartalmazták.

[ÜZLETI TITOK]

193. Az Allianz és a MOSZ közötti céljutalék megállapodásokból¹⁴⁸ az alábbi rendelkezések emelendők ki.

[ÜZLETI TITOK]

194. A VJ/51/2005. sz. eljárásban tartott helyszíni vizsgálati cselekményen birtokba vett irat tanúsága szerint az Allianz a (leg)magasabb sáv szerinti előleget fizetett egyes brókereknek, és a tényleges teljesítmény alapján év végén történt az elszámolás: (VJ/51-13/2005., VJ/32-101/2014.)

„Tisztelt [SZEMÉLYES ADAT] Asszony!

[ÜZLETI TITOK]

195. A VJ/51/2005. sz. eljárásban tartott helyszíni vizsgálati cselekmény során birtokba vett Allianz – MOSZ közötti levelezés az alábbiakat tartalmazta:

„Allianz Hungária Biztosító Rt.

[SZEMÉLYES ADAT] részére!

Kedves [SZEMÉLYES ADAT]!

[ÜZLETI TITOK]

¹⁴⁷ VJ/32-49/2014., VJ/51/2005/89.

¹⁴⁸ VJ/32-49/2014., VJ/51/2005/89.

*Maradok tisztelettel:
Budapest, 2005-01-27
[SZEMÉLYES ADAT]
[SZEMÉLYES ADAT]”*

*MOSZ Biztosításközvetítő Kft.
[SZEMÉLYES ADAT] részére*

Kedves [SZEMÉLYES ADAT]!

*[ÜZLETI TITOK]
Tisztelettel:
[SZEMÉLYES ADAT]”*

196. Az Allianz csatolta a nyilvántartási rendszerében még fellelhető céljutalék megállapodásokat¹⁴⁹ a 2000-2005 közötti időszak vonatkozásában, illetőleg selejtezési jegyzőkönyvekkel igazolta, hogy a nem csatolt megállapodások időközben selejtezésre, illetve megsemmisítésre kerültek. A csatolt szerződések a következő rendelkezéseket tartalmazták:

„Teljesítmény elvárás:

A célfeladat körébe tartozó flotta gépjármű felelősségbiztosítási szerződések [...] záró állományának [...] %-ot meghaladó mértékű nettó állományfejlődése.

Díjazás: az alapjutalékon felül egyszeri 10% céljutalék [...] évre.”

197. Ezen túlmenően az Allianz olyan alkuszoknak szóló tájékoztatásokat¹⁵⁰ csatolt a 2000-2005 közötti időszak vonatkozásában, amelyekben a kampány darabjutalék, az együttkötési extra kampányjutalék, a CASCO extra kampányjutalék, a különleges jutalomút, az állományépítési extrajutalék szerepelt az alábbiak szerint:

„Kampány darabjutalék:

Az alkuszok részére a kampány időszakra [...] darab kampányjutalékot írunk ki. A darab kampányjutalék a [...] közötti kockázatviselési kezdetű lakossági GFB szerződésekre vonatkozik.

A kampányjutalék mértéke: [...] Ft/GFB szerződés, mely az alkusszal kötött jutalék-megállapodásban rögzített jutalékon felül kerül megállapításra.

a kampányjutalék feltételei: Azon GFB szerződések számítanak az értékelésbe, ahol a kockázatviselés kezdete a kampányidőszakra esik, a szerződés [...] állapot szerint élő és díjjal rendezett, továbbá az éves állománydíja meghaladja a 10 ezer forintot. A jutalék kiszámításánál nem kerülnek figyelembe vételre azon szerződések, melyek a szerződés kezdete előtt közvetlenül társaságunknál már élő GFB fedezettel rendelkeztek, és az új szerződés azonos szerződővel jön létre (átörökítések és újrakötések), továbbá nem számolható el céljutalék az Interneten közvetített szerződések után.

¹⁴⁹ VJ/32-79/2014.

¹⁵⁰ VJ/32-79/2014.

Együttkötési extra kampányjutalék:

Az alkuszok részére a kampány időszakra a szerződési volumenek megnövelése érdekében a kampány darabjutalékon felül, az alábbi feltételekkel, együttkötési extra kampány- (darab) jutalékot írunk ki. Az együttkötési extra kampányjutalék azon lakossági GFB szerződésekre vonatkozik, melyek az 1-es pontban meghatározott feltételek szerint kampányjutalékot érnek el, és a GFB biztosítással együtt ugyanarra a gépjárműre az alkusz CASCO biztosítást is közvetít társaságunkhoz.

[...] Az 1-es pontban meghatározott összegén felül további [...] Ft/együttes szerződés, mely az alkusszal kötött jutalék-megállapodásban rögzített jutalékon felül kerül megállapításra.

Az együttkötési extra kampány jutalék elérésének feltételei:

- Az 1-es pontban meghatározott feltételek, melyek a CASCO szerződésre is vonatkoznak*
- Az alkusz [...] -i élő GFB és CASCO állományának darabszáma együttesen nem lehet kisebb, mint az alkusz [...] -i élő GFB és CASCO állomány darabszámának 90%-a (törlési korlát)*
- Az alkusz által közvetített új GFB és CASCO szerződések darabszáma külön-külön a [...] közötti időszakban elérte vagy meghaladta az [...] db-ot.*

Együttkötésnek azok GFB és CASCO szerződések számítanak, melyeknél azonos a rendszám, a GFB és CASCO kockázatviselési kezdete azonos, vagy az eltérés nem nagyobb 30 napnál, továbbá a szerződéskezdetek a kampány időszakra esnek.

Állományépítési extra jutalék:

Azon alkusz, aki az „együttkötési extra kampány jutalék” elérési feltételeinek megfelel (2-es pont), továbbá a [...] közötti kockázatviselési kezdetű együttkötéses GFB és CASCO szerződések darabszáma 10%-kal meghaladja az egy évvel korábbi azonos időszakban felénk közvetített együttkötések darabszámát, az előző pontban foglalt [...] Ft-on túl, további [...] Ft/együttkötött szerződés jutalékra jogosult.

CASCO extra kampányjutalék kiírása:

Az alkuszok részére a kampány időszakra a szerződési volumenek megnövelése érdekében a GFB kampány jutalékon felül, az alábbi feltételekkel, extra kampányjutalékot írunk ki. A célfeladat körébe tartoznak az alkuszok által közvetített új gépjármű flották, valamint a jelzett időtartamon belül a meglévő flották szerződéseinek állománydíját növelő – szaporulat – [...] -i kockázatviselési kezdetű CASCO biztosítási szerződése, melyek díjfizetési gyakoriság szerinti díja [...] -án rendezett.

Előfeltétel:

Az alkusz gondozásában lévő és a célfeladat körébe tartozó flotta CASCO biztosítási szerződések [...] -i záró állományának [...] %-ot meghaladó mértékű nettó állományfejlődése.

Különleges jutalom-út az alkuszoknak – flotta GFB és CASCO biztosításokra

Az alkuszok részére az anyagiakban (pénzben) meghatározottakon túl a GFB és CASCO szerzések ösztönzésére és a hosszútávú kapcsolatok erősítése érdekében jutalom utat szervezünk.

Feltételek: Az „együttkötési extra kampány jutalék” elérésének feltételei (2-es pont) szerint

Azon első [...] alkusz kerül díjazásra, akik a feltételeknek megfelelnek és a legtöbb GFB szerződést közvetítik társaságunkhoz. Minden nyertes alkuszcég 2 fővel vehet részt a külföldi különleges jutalom úton. Díjazásra kerül ezen túl azon két alkusz is, aki a fenti feltételeknek megfelel, és a felénk közvetített GFB szerződések darabszámában a legnagyobb növekedést éri el a [...] közötti kockázatviselési kezdetű szerződéseket viszonyítva a [...] közötti kockázatviselési kezdetű szerződésekhez képest.

198. Az Allianz ezen túlmenően olyan céljutalék megállapodásokat¹⁵¹ csatolt a 2004-2005 közötti időszak vonatkozásában, amelyek millió Ft-ban meghatározott féléves teljesítmény eléréséhez illetve %-ban kifejezett megmaradási arányhoz vagy kárhányad (összes kár aránya az időarányos állománydíjhoz viszonyítva) %-ához vagy kiegészítő életbiztosítási modul %-os arányához, vagy az elektronikus ajánlattovábbítás %-ához viszonyítva %-os mértékű céljutalék-kifizetést, bonuszjutalék-kifizetést kötöttek.
199. Az Allianz benyújtotta a Mentor Kft.-vel 2003. január 20-án kötött célfeladat kitűzése tárgyú megállapodását, amely szerint
*„A célfeladat a Mentor Kft. előzetesen feltárt 2003. évi üzleti terve és az Allianz Hungária Biztosító Rt. Észak-magyarországi Igazgatóság elvárásának egyeztetése alapján kerül kiírásra. Ennek értelmében a Mentor Kft. vállalja, hogy
Casco: 2003.01.01. – 2003.06.30-ig 1000 db
KGFB: 2003.01.01. – 2003.06.30-ig 1350 db
szerződést közvetít igazgatóságunk felé.”*
200. Az Allianz csatolta az MKB Biztosításközvetítő Kft.-vel 2000. március 14-én kötött célfeladat kiírásáról szóló megállapodását, amely szerint
„Az Alkusz 2000. december 20-ig 1000 darab CASCO szerződést közvetít a Biztosítóhoz. A Biztosító teljesülés esetén céljutalékot fizet az alkusznak.”
201. Az Allianz és a Pannon-Safe Biztosítási Tanácsadó és Közvetítő Kft. 2000. október 19-én érkeztetett kiegészítő megállapodása – amelynek csak az első oldalát csatolta az Allianz, illetve a nettó állományfejlődést mutató táblázat első oszlopa kitakarásra került – szerint
„Az Alkusz vállalja, hogy a 2001. január 1-től 2001. december 31-ig terjedő időszakban a megállapodás mellékletét képező, módosatonkénti bontásban szerepeltetett, 2001. január 1-i nyitóállományhoz képest, az I. sz. táblázatban meghatározott mértékű nettó állományfejlődést ér el.
202. Az Allianz Profik Kft.-vel 2001. január 29-én aláírt megállapodása szerint
*„A Pro-Fik Kft. vállalja, hogy
– 2001. I. negyedévben a gépjármű ágazatból 12,6 Mft valódi új felvétel teljesítmény elvárását teljesíti,
– nem teljesítés esetén külön felszólítás nélkül a felvett 1,1 Mft előleget visszafizeti [...]”*
203. Az Allianz által becsatolt, 2001. május 15-én kötött szerződésben¹⁵² a célprémium a következőképpen került szabályozásra:
*„Extra prémium:
Amennyiben az állománydíj [...]ig eléri az [...] ezer Ft-ot, úgy az extra prémium mértéke 15%. Az extra prémium mértéke a céljutalék %-ban értendő. Amennyiben az állománydíj [...]ig éri el az [...] ezer Ft-ot, úgy az extra prémium mértéke 10%. Az extra prémium mértéke a céljutalék %-ban értendő.*

¹⁵¹ VJ/32-79/2014.

¹⁵² VJ/32-79/2014.

Az extra prémium jutalékelőlegként kerül kifizetésre. Amennyiben [...] ill. [...] után az alkuszt állománya [...] ezer Ft alá esik, úgy az visszajár.

204. Az Allianz esetében¹⁵³ a vizsgált időszakban alkalmazott IT rendszer nem tartotta nyilván a céljutalékok feltételeit, ezért csak az állománydíjra / befizetett díjakra és a kifizetett jutalékokra vonatkozó adatok állnak rendelkezésre.
205. Ezen túlmenően a VJ/51/2005. sz. eljárásból rendelkezésre állnak még az Allianz által kötött további alkuszi szerződések. (VJ/51-62/2005., VJ/32-101/2014.) E megállapodások többségében szerepelt, hogy a céljutalék előlegként kerül kifizetésre, amely összeg a célfeladat nem teljesítése esetén visszaírásra kerül.
206. [SZEMÉLYES ADAT] – aki 2000-2005 között az [SZEMÉLYES ADAT] volt – tanúvallomása¹⁵⁴ szerint „A fenntartási és kötési jutalék mellett nem volt más jutalék, a számítástechnikai rendszerben ezt a két jutalék fajtát láttam. A szerződéskötés után a kötési és a fenntartási jutalék került be. Ez képezte aztán az elszámolás alapját. Az internetes alkusztok részéről megjelent akkor az igény, hogy ne papíron emeljük be egy szerződés adatait, hanem elektronikusan. Ezt komoly biztonsági előírások alapján oldottuk meg aztán. A vizsgáló által említett, a becsatolt iratokban szereplő céljutalékok ösztönzési jutalékok voltak, célja a biztosítási szerzés ösztönzése volt. Mivel mi költség oldalról néztük a terméket, részünkről nem volt ez örömteli, ez a biztosítók közötti verseny miatt volt, így igyekezték a verseny miatt a szerzést biztosítani. Gondolom általános volt, információim szerint a mai napon is alkalmazzák az ösztönzési eszközöket. Nemzetközi területen is ismert ösztönzési forma, nemcsak a gépjármű biztosítási területen, hanem általában. Célja tehát az volt, hogy nagyobb teljesítményre sarkallja az adott értékesítési csatornát. Mértékének megállapításának szempontjai az üzleti terület számára volt ismertek. Gondolom, ha egy biztosító X Ft jutalékot ajánlott, akkor a másik x+1-et. Szerintem ebben is verseny volt a biztosítók között, mind például a hálózat megszervezésében. A mértékére sem láttam rá, esetleg hallhattam róla, de nem emlékszem. Az éves tervezésnél kalkulálnunk kellett a költségeket, és a magasabb jutalék a termék eredményességét is ronthatta, amiért én felelős voltam. A mérték tekintetében vita volt az üzleti terület és a mi főosztályunk között. Egyes gépjárműtípushoz tartozó kockázatot is figyelembe kellett venni a főosztályunk szerint. [...] Rengeteg jutalék elnevezéssel találkoztam, így bónusz jutalékkal, kampányjutalékkal biztosan. A kampányra fel kellett készülni, nagy, lökésszerű terhet jelentett, mert az ügyfelek nagy számban váltottak biztosítót, amit normál ügymenettel nem lehetett lefedni. A kampány a biztosítók között nagyon éles verseny volt az ügyfelekért, ezért ehhez üzleti ösztönzés is kapcsolódott, a belső ügynökök felé mindenképpen. A kampányjutalék emlékeim szerint alapvetően a váltási időszakhoz kapcsolódott. [...] Szerintem a bónusz jutalék is egyfajta céljutalék, hiszen szerzés ösztönzést takar. Ezeket a különböző értékesítés ösztönzőket a kgfb-ben és a CASCO-ban egyaránt alkalmaztuk.”
207. [SZEMÉLYES ADAT], a vizsgált időszakban az Allianz értékesítési [SZEMÉLYES ADAT] tanúvallomása¹⁵⁵ szerint „A céljutalékot akkor alkalmaztuk, ha kampányokban vettek részt, amely a biztosítás értékesítés szempontjából kiemelkedő időszakhoz kapcsolódott, amikor az ügyfelek részéről tömeges biztosító váltás volt jellemző. A

¹⁵³ VJ/32-25/2014. 22. kérdésre adott válasz, 15. old

¹⁵⁴ VJ/32-48/2014. sz. irat

¹⁵⁵ VJ/32-47/2014. sz. irat

céljutaléknak nem volt jelentősége, ilyen jutaléokra nem emlékszem. Ilyen megcímkezésnek nincs jelentősége, mert a jutalékok eltértek. Az alkuszok és a biztosítók ellenérdekű felek voltak a jutalék mértékének alakulásában. A céljutalék kifejezés ráragadt a sávós jutaléokra, de nem különböztetném meg külön jogcímként a sávós jutalék mellett. A kötési jutalék is sávós jutalék volt. Az alkuszok próbálnak minél kedvezőbb jutalékot kialkudni, de nem jelenti azt, hogy ezt a biztosító elfogadja, hiszen az kalkuláció alapján tárgyal annak mértékéről. A biztosító nem utasíthatja el az alkusz ajánlatát kgfb-ben, ha az ügyfél adott alkuszon keresztül jelentkezik. A céljutalék megállapodás az alkuszi megállapodástól nem emlékszem, hogy elkülönült-e, mert annyira nem volt jelentősége. Nem volt rendszeres kelleke egy alkuszi megállapodásnak, és időszakos volt. A céljutalék mértéke a piaci szokás alapján alakult, így az, hogy a piaci szereplők milyen jutalék igényekkel léptek fel. A közvetített állomány volumene és minősége befolyásolta a céljutalék mértékét. Előfordulhatott, hogy egy alkusz nem céljutalék megállapodást kötött, de mégis magasabb jutalékra szerződött. A magasabb jutalék oka az lehetett, ha az üzletpolitikája, üzleti aktivitása alapján nagy mennyiségű és jó minőségű állomány közvetítése volt várható. Az állomány minőségének alakulását nyilvántartottuk. A minőség mellett a mennyiséget is követtük, hiszen kötvény számhoz kötődött a jutalék. Ezt mindig utólag számoltuk el, a leadott és elszámolt szerződés után. Ez feltételezte, hogy a szerződés díját rendezték, nem volt ahhoz kötődő hátralék. Az, hogy melyik alkusszal kötöttünk céljutalék megállapodást, nem tudom megmondani, mitől függött, de elmondom, nincs értelme külön nézni, hanem a szerződéses jutalékkulcs mértékét kellene nézni. lehet 10+5% vagy 15 %. Az alkuszokat a jutalék mozgatja, a jutalék növekedése versenyeszköz, az alkuszok és a biztosítók is versenyben vannak egymással. A céljutalék vonatkozhatott a folytatási jutaléokra (év/év szerződés szám alakulása). A biztosítók ezzel próbáltak védekezni, hogy a jutalékok összehasonlíthatóak legyenek, illetve a jutalékok ne szabaduljanak el kontroll nélkül. Akkor ugyanis bővülő piac volt, az alkuszok igyekeztek magasabb jutalékhoz hozzájutni. A céljutalék más tömegterméknél is megjelenhetett, pl. lakásbiztosításnál. A sávós biztosítási termékek jelenleg is vannak, ami azt jelenti, hogy eltérő jutalékkulcs az állomány minősége és volumene függvényében.”

IV.5.2. A Generali által kötött céljutalék/célfeladat megállapodások

- 208.A Generali¹⁵⁶ és az alkuszok közötti együttműködés alapját minden esetben az együttműködési megállapodás és az alkuszi ügyrendi megállapodás jelentette, amelyek a felek jogait és kötelezettségeit tartalmazták a Generali biztosítási termékeivel kapcsolatban. Ezekhez kapcsolódott a jutalékszabályzat és az alapjutalék-tábla, amelyek az alapjutalék mértékét tartalmazták a Generali valamennyi biztosítási termékére vonatkozóan (valamennyi termék vonatkozásában egy konkrét %-os érték szerepelt jutalékkulcsként).
- 209.Ezen dokumentumokon túl a Generali szinte valamennyi alkusszal kötött ún. kiegészítő megállapodást is, amely azon biztosítási termékek tekintetében állapított meg a fentieket kiegészítő jutalékokat, amelyekre az adott alkusz specializálódott. A kiegészítő megállapodásban a felek – az alapjutalék táblától eltérően – sávosan határozták meg az adott biztosítási termékre (pl. CASCO, lakásbiztosítás stb.) vonatkozó jutalékszinteket.

¹⁵⁶ VJ/32-21/2014. 16. kérdésre adott válasz, 9-10. old.

210. A jutalék pontos százalékos szintje az adott alkusz által értékesített Generali-biztosítások biztosítási díjához kapcsolódott (az érintett biztosítási termékek tekintetében). Az első sáv minden esetben 0 Ft-nál kezdődött, és az alapjutaléknál jellemzően 4,5-6,5%-kal magasabb jutalékot biztosított. A második sávban jellemzően 0,5-1%-kal növekedett a jutalék szintje. A kiegészítő megállapodásban jellemzően legfeljebb 4-5 sáv szerepelt.
211. Mindez azt jelenti, hogy egy minimális biztosítási díjú termék és több százmillió forint értékű biztosítási termékek jutaléka között legfeljebb mindössze 2-3% különbség volt. Az általános gyakorlaton túl néhány kivételes, elenyésző számú esetben sor került prémium-jutalék kifizetésére, amennyiben az alkusz egy adott időszakban meghatározott növekedést ért el, és az általa értékesített biztosítások értéke vagy darabszáma egy bizonyos mértéket meghaladott. Csupán elszórtan, elenyésző arányban (az esetek 2-3%-ában) tartalmaztak a kiegészítő jutalék megállapodások egy bizonyos teljesítményhatár eléréséhez kötött prémium-jutalékot. Ezek vagy fix összegként kerültek meghatározásra, vagy a fenntartási/kötési jutalékot növelték alacsony, jellemzően 0,5% és 1% közötti mértékben. Kifejezetten ezekre vonatkozó külön megállapodásokról egyáltalán nem beszélhetünk, azon ritka esetekben ugyanis, amikor alkalmazásra kerültek, a kiegészítő megállapodás részét képezték.
212. Jelenleg – a GVH VJ/51/2005. sz. ügyben hozott határozatában foglaltakra tekintettel – a Generali által kötött alkuszi megállapodásokban szereplő jutalékok függetlenek az alkusz által értékesített biztosítások számától vagy értékétől.¹⁵⁷
213. A Generali hangsúlyozta,¹⁵⁸ hogy az általános gyakorlat a sávok jutalék alkalmazása volt, és az alkusz már egyetlen biztosítás megkötésével is jogosulttá vált a jutalékokra (az első sáv 0 Ft biztosítási díjnál kezdődött). Mind a sávok jutalékrendszer, mind a prémium-jutalék háttérében a versenytársak által gyakorolt versenynyomás állt: a Generali a piacról történő kiszorulását kívánta megakadályozni azzal, hogy alkalmazkodik a piaci környezethez, a versenytársak által alkalmazott gyakorlathoz. A Generali szembesült ugyanis olyan alkuszi megkeresésekkel, amelyek a Generali termékeinek értékesítését többletjuttatásoktól tették függővé.
214. A Generali előadta,¹⁵⁹ hogy az alkuszok a szerződéses tárgyalásokkor jellemzően a versenytársak által nyújtott jutalékokra hivatkoztak, ezzel érveltek a jutalékszint meghatározásakor. A Generali számára az alkuszok értékesítési csatornaként, vagyis a vevőkkel történő kapcsolattartás egyik pontjaként működtek, és működtek ma is. Annak érdekében, hogy a Generali az adott alkuszon keresztül történő vevőszerzést biztosítani tudja, és ne veszítsen piacot, a Generalinak elemi érdeke volt a versenytársak piaci magatartásának követése.
215. A Generali¹⁶⁰ esetében a biztosítási termék értékesítések megtörténtét követően az értékesítés ténye a biztosító belső számítógépes rendszerében megjelenik, így könnyen nyomon követhető és ellenőrizhető volt, hogy egy adott alkusz milyen típusú és díjú biztosítási szerződéseket értékesített egy adott időszakban. Az alkusz számlájához központilag kinyomtatott számlamellékletet és jutaléklapot csatolt, majd ezeket benyújtotta a biztosítónak. A számlát fogadó szervezeti egység vezetője ezután – erre

¹⁵⁷ VJ/32-21/2014. 10. kérdésre adott válasz 7. old.

¹⁵⁸ VJ/32-21/2014. 13. kérdésre adott válasz, 8. old.

¹⁵⁹ VJ/32-21/2014. 14. kérdésre adott válasz, 8-9. old.

¹⁶⁰ VJ/32-21/2014. 15. kérdésre adott válasz, 9. old.

- irányuló vizsgálatot követően – aláírásával igazolta, hogy a számla összege az alkusz teljesítésével arányos és az adatok helyességét a tételes kimutatások alátámasztják.¹⁶¹
216. Az alkuszoknak fizetett egyedi, kampány, prémium, bónusz jutalékokkal kapcsolatban a Generali előadja, hogy a Generali számára nem ismert a prémium jutalék, egyedi jutalék, kampányjutalék, bónuszjutalék jelentése. Ennek oka, hogy ezek nem biztosításszakmai kifejezések, hanem olyan szófordulatok, melyek jelentéstartalma az egyedi esetben így aposztrofált konkrét megállapodás (pl. „bónuszjutalék-megállapodás”) tartalmától függ. Ennek megfelelően egy adott kifejezés (pl. bónusz-jutalék) a különböző biztosítók gyakorlatában különböző jelentéstartalmakkal jelenhetett meg, másik oldalról pedig ugyanazon jutaléktípus a különböző egyedi megállapodásokban különböző elnevezésekkel szerepelhetett.
217. A Generali egyéb, az elszórtan megjelenő prémium-jutalékokon kívüli jutaléktípust nem alkalmazott. Tekintettel a prémium-jutalékok tartalmazó megállapodások kivételes jellegére, erre vonatkozó belső szabályzatok, utasítások nem voltak hatályban. A rendelkezésre álló prémium-jutalékokra vonatkozó kiírás a VJ/32-44/2014. sz. irat E/6. sz. mellékletét képezi.
218. A Generali szerint a vizsgálatot érintett időszakban nem voltak hatályban az alkuszokkal történő együttműködést közvetlenül szabályzó belső szabályzatok illetőleg utasítások. A vonatkozó rendelkezéseket az alap-megállapodás részét képező együttműködési megállapodás és annak mellékletei tartalmazták. Az együttműködési megállapodások megkötésére, felmondására és a közvetítő vállalkozások minősítésére az érintett időszakban az ERÜ00028 elnevezésű belső utasítás vonatkozott, a gépjármű márkakereskedőkkel megkötött együttműködési megállapodásokban foglalt jutalékmértékekre vonatkozó társasági irányelveket az ERÜ00017 elnevezésű belső utasítás tartalmazta.¹⁶²
219. Az ERÜ00017 sz. belső utasítás a következőket tartalmazza.
- „A gépjármű márkakereskedővel (handler, dealer) történő biztosításközvetítői szerződés kötéskor, mely jogosulttá teszi gépjármű márkakereskedőt Providencia CASCO-biztosítások kedvezményes értékesítésére, a következő irányelveket kell követni a jutalék mértékének meghatározásakor.*
- Az együttműködési szerződésnek – a jutalék meghatározásának szempontjából – három típusa lehetséges.*
- 1. Törekedjünk olyan szerződéses kapcsolat kialakítására, melyben a gépjármű márkakereskedő normál biztosításközvetítő cégként (brókerként) szerződik a Providenciával, jogosult a CASCO biztosítások kedvezményes értékesítésére. [...]*
Ebben az esetben a gépjármű márkakereskedő normál biztosításközvetítőként a standard biztosításközvetítői jutaléktáblázatok közül kap egyet, és a kötési, fenntartási jutalékokból nem részesül már üzletkötő.
 - 2. A második lehetőség olyan szerződéses kapcsolat kialakítására, melyben a gépjármű márkakereskedő normál biztosításközvetítő cégként (brókerként) szerződik a Providenciával és az értékesített biztosítások saját üzletkötői kódján vannak nyilvántartva, de más Providencia üzletkötő is részesül a jutalékból.*

¹⁶¹ VJ/32-21/2014. E/8. ERÜ00048: jutalékszámllák kifizetési rendje, E/9. Jutalékfizetésre vonatkozó rendelkezések független biztosítási alkuszok részére.

¹⁶² VJ/32-44/2014. E/4., E/5. sz. melléklet.

Ebben az esetben a bruttó kötési jutalékkulcs meghatározása a gépjármű márkakereskedő által, egy félév alatt várhatóan értékesíthető CASCO-biztosítások darabszáma alapján történik.

	CASCO jutalékkulcs	kötelező felelősségbizt. jutalékkulcs
25 darabig	8%	7%
100 darabig	9%	7%
100 darab fölött	10%	8%

A bruttó kötési jutalékkulcs ezen értékei a felső határt jelentik. A gépjármű márkakereskedővel történő szerződéskötéskor a jutalékkulcs meghatározása egy alku eredménye kell legyen. [...]

3. A gépjármű márkakereskedővel köthető olyan együttműködési szerződés is, melyben a biztosítások értékesítést nem a gépjármű márkakereskedő, hanem egy általa kijelölt mellékállású üzletkötő végzi. [...]"

220.A Generali szerint¹⁶³ a sávos jutalékkulcsokkal kapcsolatban a felek jellemzően abban állapodtak meg, hogy a biztosító az alku részére a jutalékot a szerződés szerinti átlagos jutalékkulccsal számfejtí (vagyis azon jutalékkulccsal, amely az egyes sávokhoz tartozó jutalékkulcsok számtani közepeként adódik).

221.A Generali és az Eurorisk Biztosítási Alku Kft. között 2001. december 20-án, a 2002. január 1-jétől érvényes megállapodáshoz kötött kiegészítő megállapodás¹⁶⁴ szerint:

„II.) CASCO biztosítás jutalékai

1.) A CASCO biztosítás szerződéskötési jutaléka

- a.) Ha az alku által kötött CASCO biztosítások bruttó éves díja a 2001. decemberi és a 2002. decemberi zárások között eléri az alábbi értékeket, akkor a szerződéskötési jutalékkulcsok a következők:

Br. éves díj A m	Szerződéskötési jutalékkulcs	Szerződéskötési jutalékkulcs-bonusz	Szerződéskötési jutalékkulcsok összesen
0-200 mFT- ig ^e n	9,0%	4,5%	13,5%
200-360 mFt- ig ^y j	9,0%	5,0%	14,0%
360-480 mFt- ig ^b k	9,0%	5,5%	14,5%
480-650 mFt- ig ⁿ l	9,0%	6,0%	15,0%
650-725 mFt- ig ^a m	9,0%	7,0%	16,0%
725 mFt-tól	9,0%	7,5%	16,5%

alku egy újabb teljesítményhatárt elér, akkor a magasabb szerződéskötési

¹⁶³ VJ/32-21/2014. 23. kérdésre adott válasz, 12. old

¹⁶⁴ VJ/32-21/2014. sz. irat melléklete

jutalékkulcs a 2001. decemberi zárás után kötött szerződésekre visszamenőlegesen is érvényes és a jutalékkülönbözet kifizetésre kerül.

A Biztosító vállalja, hogy az alkusz részére a jutaléket 15% jutalékkulccsal számfejti. A felek megállapodnak abban, hogy a 2002. decemberi záráskor megvizsgálják az alkusz által a Biztosítónál elért teljesítményt. Amennyiben a teljesítmény nem éri el a 480Mio Ft teljesítményhatárt, úgy az év közben kifizetett jutalék a valósan elért teljesítménynek megfelelő kulccsal korrekcióra kerül. Az Alkusz vállalja, hogy az ebből keletkező jutalékkülönbözetet a Biztosító részére az értékesítést követően 8 napon belül megfizeti. Amennyiben erre nem kerül sor, a Biztosító az összeget az Alkusz egyéb jutalékaiból egyenlíti ki. [...]

III.) A KGFB jutalékai

1.) A KGFB szerződéskötési jutaléka

Ha az alkusz által kötött KGFB biztosítások bruttó éves díja a 2001. decemberi és a 2002. decemberi zárások között eléri az alábbi értékeket, akkor a szerződéskötési jutalékkulcs-bonuszok a következők:

<i>Br. éves díj</i>	<i>Szerződéskötési jutalékkulcs</i>	<i>Szerződéskötési jutalékkulcs-bonusz</i>	<i>Szerződéskötési jutalékkulcsok összesen</i>
<i>0-25 mFT-ig</i>	<i>7,0%</i>	<i>6,0%</i>	<i>13,0%</i>
<i>25-50 mFT-ig</i>	<i>7,0%</i>	<i>6,5%</i>	<i>13,5%</i>
<i>50-85 mFT-ig</i>	<i>7,0%</i>	<i>7,0%</i>	<i>14,0%</i>
<i>85 mFT-től</i>	<i>7,0%</i>	<i>8,0%</i>	<i>15,0%</i>

Amennyiben az alkusz egy újabb teljesítményhatárt elér, akkor a magasabb szerződéskötési jutalékkulcs a 2001. decemberi zárás után kötött szerződésekre visszamenőlegesen is érvényes és a jutalékkülönbözet kifizetésre kerül.

A Biztosító vállalja, hogy az alkusz részére a jutaléket 14% jutalékkulccsal számfejti. A felek megállapodnak abban, hogy a 2002. decemberi záráskor megvizsgálják az alkusz által a Biztosítónál elért teljesítményt. Amennyiben a teljesítmény nem éri el az 50Mio Ft teljesítményhatárt, úgy az év közben kifizetett jutalék a valósan elért teljesítménynek megfelelő kulccsal korrekcióra kerül. Az Alkusz vállalja, hogy az ebből keletkező jutalékkülönbözetet a Biztosító részére az értékesítést követően 8 napon belül megfizeti. Amennyiben erre nem kerül sor, a Biztosító az összeget az Alkusz egyéb jutalékaiból egyenlíti ki.”

222. A Generali és az Eurorisk Biztosítási Alkusz Kft. között 2004. december 27-én, a 2004. december 1-jétől érvényes megállapodáshoz kötött kiegészítő megállapodás a fentebb idézett 2002. január 1-jétől érvényes megállapodás szövegétől annyiban tér el, hogy a CASCO biztosítás esetében a jutaléksávok 0-300, 300-500, 500-750, 750-850, illetve 850 millió Ft-tól kategóriákra határoznak meg 9+5, 9+6, 9+7, 9+7,5, 9+8 jutalékkulcsokat, és a 750 millió Ft-os teljesítményhatárt minősítették olyannak, amely esetén a kifizetett jutalék korrekcióra kerül. A KGFB biztosítások esetében a jutaléksávok 0-100, 100-200, 200-300, 300 millió Ft-tól kategóriákra határoznak meg 7+6, 7+7, 7+8, 7+9 jutalékkulcsokat, és a korrekciós teljesítményhatár 200 millió Ft.

- 223.A Generali csatolt a 2005. évben kötött kiegészítő megállapodásokat¹⁶⁵, amelyekben a millió Ft-ban meghatározott éves díj sávos határainak eléréséhez kötötte a jutalékbónusz kifizetését, illetve CASCO és a KGFB esetében az extra bónusz kifizetését.
- 224.Ezen túlmenően a VJ/51/2005. sz. eljárásból rendelkezésre állnak még a Generali által kötött alkuszi szerződések, amelyek bónuszjutalék megállapodást tartalmaznak. (VJ/51-60/2005., VJ/32-101/2014.)
- 225.A Generali kiegészítő megállapodásainak számottevő többsége szerint a sávos jutalékok közül a (leg)magasabb jutalékkulcs alkalmazásával fizette meg – előlegként – a jutalékot, amelyet a vele szerződő félnek vissza kellett fizetnie az évvégi zárás után, amennyiben a teljesítménye nem érte el a (leg)magasabb jutalékkulcshoz tartozó összeghatárt.
- 226.A MAI Független Biztosítási Alkusz Kft.-vel folytatott tárgyalás eredményét rögzítő, 2002. december 10-én [SZEMÉLYES ADAT] (Generali) küldött faxüzenet és az arra adott Generali válasz szerint (VJ/51-60/2005., VJ/32-101/2014.):
[ÜZLETI TITOK]
- 227.A Generali és a Porsche közötti céljutalék megállapodásokból¹⁶⁶ az alábbi rendelkezések emelendők ki.
[ÜZLETI TITOK]
- 228.A Generali csatolta kiegészítő megállapodásait, amely szerint
*„CASCO biztosítás egyszeri jutalékprémiuma
Amennyiben az alkusz által kötött CASCO biztosítások bruttó éves díja a [...] zárások között elér havonként [...] Milliő Ft-os bruttó értékhatárt vagy göngyölnen [...] Milliő Ft-os bruttó értékhatárt, akkor az Alkuzst egyszeri bónusz jutalékprémium illeti meg minden teljesített hónapra [...] Ft [...] értékben, mely a [...] zárás után egyedi korrekcióként kifizetésre kerül.”*
- 229.A Generalitól a VJ/51/2005. sz. eljárásban tartott helyszíni vizsgálati cselekmény során a GVH birtokba vette a **„Jutalékelemzés 2003. 1-6. hónap”** elnevezésű belső dokumentumot, amelyet a Generali Értékesítés Támogatás és Controlling Csoportja készített. (VJ/51-17/2005., VJ/32-101/2014.) A dokumentum az alábbi megállapításokat tartalmazza:
[ÜZLETI TITOK]
- 230.A Generali nyilatkozata szerint a jutalékok kifizetésére főszabály szerint utólag került sor, azonban nem zárható ki egyértelműen, hogy egyes esetekben, elszórtan mégis sor kerülhetett jutalékkorrekcióra, jutalékvisszafizetésre, az ilyen esetekről azonban a Generali nem rendelkezik külön nyilvántartással.¹⁶⁷

IV.5.3. Az MPM által kötött céljutalék/célfeladat megállapodások

- 231.Az MPM nyilatkozata¹⁶⁸ szerint az együttműködési megállapodások a felek általános együttműködésének kereteit és alapjait tartalmazták, beleértve a jutalékokra vonatkozó általános rendelkezéseket is, míg a céljutalék-megállapodások a jutalékok egyik fajtájának konkrét feltételeit rögzítették egy adott időszakra.

¹⁶⁵ VJ/32-80/2014.

¹⁶⁶ VJ/32-49/2014., VJ/51/2005/89.

¹⁶⁷ VJ/32-86/2014.

¹⁶⁸ VJ/32-24/2014. 15. kérdésre adott válasz 7. old

232. Az MPM előadta, hogy jelenleg nincs céljutalék kiírás a Társaság részére. Többletjutalékra a biztosítók időnként adnak lehetőséget, de ez a cég működését egyáltalán nem érinti.¹⁶⁹
233. Az MPM nyilatkozata¹⁷⁰ szerint nem volt saját szerződésmintája, mindig a biztosító által használt szerződésmintát fogadta el. Ezért amennyiben a biztosító szerződésmintája tartalmazott ilyen kitételt, akkor szerepelt ilyen típusú feltétel a céljutalék-megállapodásban. A biztosítók eltérő feltételeket alkalmaztak, minden biztosító többféle feltételt is. Sajnos nem áll rendelkezésre minden céljutalék-megállapodás, ezért nem tudja megválaszolni azt a kérdést, hogy ez mennyiben volt általános. Mindenesetre az MPM értelmezésében a pontos szerződési megfogalmazástól függetlenül egyetlen szerződés sem kötelezte az alkuszt meghatározott mennyiségű vagy állománydíjú biztosítási szerződés közvetítésére, hanem ilyen (vagy más) típusú feltételt határozott meg magasabb jutalék kifizetéséhez.
234. Az MPM szerint¹⁷¹ nem áll rendelkezésre megalapozott és pontos információ arról, hogy az alkuszok milyen szerepet játszottak a céljutalék-megállapodások létrehozatalában. Az biztos, hogy a feltételek típusát nem az alkuszok határozták meg, legfeljebb a pontos mértékek, értékek tekintetében lehettek tárgyalások. Ennek alapján végül a biztosító döntötte el, hogy mekkora céljutalék-mértéket és milyen feltételekkel volt hajlandó fizetni az adott alkusznak, hiszen az alkusz számára semmilyen kötelezettséget nem jelentett a céljutalék-megállapodás, az csak a biztosító számára volt kötelező. A felek alkuhelyzetét számos szempont befolyásolta, közte szubjektív elemek (pl. tárgyalási képesség és technikák, személyes kapcsolatok) és objektív elemek (pl. az alkusz által korábban ténylegesen, illetve várhatóan közvetített biztosítások száma, állománydíja, a termék jellemzői), külső körülmények (piac várható mérete, a termék versenyképessége, stb.). A számos tényező alapján egyedi volt a felek alkuhelyzete, amely időben is változhatott.
235. Az MPM a céljutalékok feltételeinek teljesülésére, nyomon követésére semmilyen dokumentációt nem talált, feltételezi, hogy az teljes mértékben a biztosító rendszerén alapult.¹⁷²

IV.5.3.1. Az Allianz és az MPM közötti céljutalék megállapodások

236. A vizsgált időszakban az MPM az Allianz-cal az alábbi időpontokban az alábbi feltételekkel kötött céljutalék megállapodást (céljutalék kiírás). A megállapodás elnevezése „céljutalék kiírás”, melyet mindkét fél aláírt, és melyben az adott időszakra vonatkozó céljutalék kifizetésének feltételei kerültek rögzítésre.

[ÜZLETI TITOK]^{173 174 175}

237. A 2005. novemberi szerződés a célfeladat-kiírás célját a következők szerint határozta meg: [ÜZLETI TITOK]

¹⁶⁹ VJ/32-24/2014. 9. kérdésre adott válasz 5. old

¹⁷⁰ VJ/32-24/2014. 12. kérdésre adott válasz, 6. old.

¹⁷¹ VJ/32-24/2014. 13. kérdésre adott válasz, 7-8. old.

¹⁷² VJ/32-24/2014. 14. kérdésre adott válasz, 7. old.

¹⁷³ VJ/32-49/2014. 2. sz. melléklete VJ/51/2005/56. 10. sz. melléklet, VJ/32-68/2014.

¹⁷⁴ [ÜZLETI TITOK]

¹⁷⁵ [ÜZLETI TITOK]

238. A 2005-ben megkötött megállapodásokhoz kapcsolódóan rendelkezésre áll az MPM – Allianz közötti levélváltás, valamint egy megbeszéléstről készült emlékeztető.¹⁷⁶ A dokumentumok szerint az MPM elkötelezett az Allianz felé. Az Allianz reméli, hogy a kiírás alapján az MPM növelni tudja üzleti teljesítményét.

[ÜZLETI TITOK]

239. Az Allianz és az MPM között 2000. október 4-én aláírt együttműködési megállapodás 5.4. pontja értelmében [ÜZLETI TITOK]¹⁷⁷

240. Az Allianz 2005. november 7-én kelt tájékoztatásában foglalt kampány darabjutalék, együttkötési extra kampányjutalék, állományépítési extra jutalék és a különleges jutalom-út alkuszoknak ajánlatokat az MPM tudomásul vette.¹⁷⁸

IV.5.3.2. A Generali és az MPM közötti céljutalék megállapodások

241. A vizsgált időszakban a Generali és az MPM több olyan megállapodást kötött, amelyben az MPM azt vállalta (ún. cél-, vagy bónuszjutalék ellenében), hogy adott időszakban minimum a meghatározott számú CASCO, illetve kötelező gépjármű-felelősségbiztosítási szerződést közvetíti a Generalihoz. Az egyes időszakokra aláírt megállapodások fő jellemzőit az alábbi táblázat foglalja össze:

[ÜZLETI TITOK]¹⁷⁹

242. Az MPM és a Generali között 2003 május-júniusában az alábbi e-mailváltás zajlott (VJ/51-17/2005., VJ/32-101/2014.):

[ÜZLETI TITOK]

IV.5.3.3. Az MPM és a márkakereskedések közti céljutalék megállapodások

243. A céljutalékok vonatkozásában az MPM és a Peugeot márkakereskedések viszonyában a 2000. október 13-i, a 2001. január 21-i, a 2001. április 4-i és a 2002. december 1-jei megállapodás áll rendelkezésre.

244. Az MPM a Peugeot márkakereskedésekkel kötött együttműködési megállapodásának szerződésmintáját is csatolta, amely szerint „[ÜZLETI TITOK]”

245. Az MPM és a Peugeot márkakereskedés között létrejött szerződés¹⁸⁰ a céljutalék mértékét és a céljutalék mértékének meghatározását is tartalmazza. A céljutalék mértéke [ÜZLETI TITOK] közötti időszakban az alábbiak szerint alakult százalékban megadva:

[ÜZLETI TITOK]

Céljutalék: [ÜZLETI TITOK]

Célfeladat kiírás: [ÜZLETI TITOK]

246. Az MPM által Megbízóként alkalmazott szerződésekben 2003-ban az alábbiak szerint definiálták a céljutaléokra vonatkozó rendelkezéseket:¹⁸¹ „**CÉLJUTALÉK:** [ÜZLETI TITOK]”

¹⁷⁶ VJ/32-49/2014. sz. irat 1. sz. melléklet - VJ/51/2005/14. 15. és 26. sz. irat

¹⁷⁷ VJ/32-49/2014. 2. sz. melléklete VJ/51/2005/56.

¹⁷⁸ VJ/32-68/2014.

¹⁷⁹ VJ/32-49/2014. 2. sz. melléklete VJ/51/2005/56. 9. sz. melléklet, VJ/51/2005/90., VJ/32-68/2014.

¹⁸⁰ VJ/32-53/2014. 1. sz. melléklet

¹⁸¹ Vj32-59/2014. 38/1. sz. irat

247. A céljuttalék mértéke CASCO termék közvetítése után [ÜZLETI TITOK]%, a KGFB termék után [ÜZLETI TITOK]% között mozgott. Az MPM és a Peugeot márkakereskedések viszonyában a céljuttalék mértéke a márkakereskedés által közvetített szerződések darabszámának függvényében alakult.
248. A „Céljuttalék kiírás a Peugeot márkakereskedők részére” elnevezésű megállapodás¹⁸² szerint a [ÜZLETI TITOK] időszakban, amennyiben a márkakereskedés [ÜZLETI TITOK] db CASCO és [ÜZLETI TITOK] db KGFB új szerzésű szerződést közvetít [ÜZLETI TITOK]% céljuttalék illeti meg. Ha az új szerzésű biztosítási szerződések fenti darabszámú szerződéskötés darabszámát legalább [ÜZLETI TITOK]-kal meghaladják, akkor a fenti céljuttalék mértéke [ÜZLETI TITOK]%.

IV.5.3.4. Az MPM és más biztosítók közti céljuttalék megállapodások

249. Az MPM más biztosítókkal kötött megállapodásait a Magyar Nemzeti Bank belföldi jogsegély keretében bocsátotta a GVH rendelkezésére.¹⁸³ E szerződések az alábbi rendelkezéseket tartalmazzák:
[ÜZLETI TITOK]¹⁸⁴
250. Az MPM [SZEMÉLYES ADAT] 2004. október 14-én levélben kérte a Generalit a szerződéskötési alapjuttalékok megemelésére, amelynek indoka az volt, hogy partnerei, illetve későbbi tagjai körét új márkakereskedőkkel szeretné bővíteni, amely célból offenzív akciót tervez, és ennek keretében magasabb juttalékkal szeretné alátámasztani érvrendszerét. A levél szerint „Ez az Ön cégének is forgalom, sőt a nálunk meglévő piaci részesedés emelkedést is jelentene.”¹⁸⁵
251. [SZEMÉLYES ADAT], az MPM 2000-2005 közötti [SZEMÉLYES ADAT] tanúvallomása¹⁸⁶ szerint a céljuttalékok vonatkozásában „A biztosító adott egy javaslatot, abban lehetett egy kicsit alkudni, nem a juttalék mértékében, hanem az ahhoz kapcsolódó célokban. A célokra nem emlékszem, azokat is a biztosító javasolta. A megállapodás biztosítónként eltért, az Allianznál darabszámhoz, a Generalinál valami máshoz volt kötve a céljuttalék, de nem emlékszem a részletekre. Az Allianznál sávok voltak, a sávoknál plusz százalékok, a darabokra pontosan nem emlékszem.” Arra a kérdésre, hogy a sávos megállapodásokat tekinti-e céljuttalék megállapodásnak, a tanú a következőt válaszolta: „Igen. A szerződés fejlécében szerepelt a céljuttalék megállapodás kifejezés, és sávos juttalékot tartalmazott maga a szerződés. A kampány juttalék egy időszakra vonatkozott. A kampányjuttalék és a céljuttalék közötti kapcsolatra, összefüggésre nem emlékszem. Logikailag én elkülöníteném mondjuk a kettőt. A prémium juttalék és a céljuttalék elkülönítésére sem emlékszem. [...] Az értékesítőnek nem volt tudomása arról, hogy milyen tartalmú céljuttalék megállapodást kötött az MPM a biztosítókkal, illetve arról sem, hogy az MPM milyen tartalmú szerződést kötött a márkakereskedővel. A vizsgált öt évben 300-500 értékesítővel dolgoztunk, mert folyamatosan fluktuálódtak az értékesítők. Nem lehetett mozgatni az értékesítőket a biztosítók között attól függően, hogy melyik biztosító mennyi céljuttalékot kínál. [...] A céljuttalékot más szóval teljesítmény

¹⁸² VJ/32-53/2014. 3. sz. melléklet

¹⁸³ VJ/32-70/2014.

¹⁸⁴ VJ/32-49/2014. 2. sz. melléklete VJ/51/2005/56. 9. sz. melléklet, VJ/51/2005/90., VJ/32-68/2014.

¹⁸⁵ VJ/32-59/2014. 25. sz. fax levelezés

¹⁸⁶ VJ/32-42/2014.

bónusznak nevezném. KGFB és CASCO termékre is volt céljutalék. A normál, biztosítóval kötött megállapodás része volt, legalábbis annak mellélete. Általában éves szintre kötöttünk célmegállapodást. Nem emlékszem, hány ilyen céljutalék megállapodást kötöttünk. Céljutalék megállapodást azért kötöttünk, mert a biztosító felajánlotta ezt a lehetőséget, és nagyobb bevételt reméltünk, hiszen magasabb jutalékot kínáltak, mondjuk 2%-kal. A céljutalék alkalmazása a biztosítási piacon általános volt, emlékeim szerint '86 óta gyakorlat volt a piacon. A biztosítók kezdeményezésére kötöttünk célmegállapodást, megszokott dolog volt. Nem érzem, hogy a versenyt befolyásolta volna, hogy ilyen megállapodást kötöttünk. Ha egy biztosító megkeresett minket ilyen ajánlattal, biztosan szerződünk vele, ha alapszerződésünk volt már az adott biztosítóval. A céljutalék kiírásnak nem volt köze az alap biztosítás közvetítési tevékenységünkhöz, azt céljutaléktól függetlenül végeztük, e mellett kötöttünk céljutalék megállapodást. Ha a céljutalék megállapodásban szereplő sávot elértük, elértük. Az Allianznál a céljutalék szerződés sávós volt, adott sávosan növekvő darabszámok felett mindig magasabb értéket kaptunk jutalékként. A Generali szerződésére nem emlékszem részletesen. Volt egy nyilvántartó programunk, amiben a számokat követtük, a biztosító is vezetett nyilvántartást, amelyeket összevetettünk. Az elszámolás a biztosítóval nem működött rendszeresen, nem igazán foglalkoztunk a biztosítóval a havi tételes elszámolással, mert nem erre helyeztük a hangsúlyt. Évente végzetünk jutalék elszámolást. A könyvekből lehet ezt kideríteni. Havonta kaptunk jutalék jegyzéket, amely tartalmazta a szerzési, fenntartási jutalékot, és valamilyen részben céljutalékot is tartalmazott. A céljutalék csak a szerzési jutalékhoz kapcsolódott. Az alap és a céljutalékot együtt számoltuk el. A céljutaléknak nem volt hangsúlyos szerepe a tevékenységünkben. A céljutalék megállapodásnál annyit alkudtam, hogy a sávós darabszámot igyekeztem levinni az alku folyamán. A céljutalék az alapjutalék meghatározott százaléka volt, maximum 30%-a körül alakult. A vizsgált időszakban nem nagyon változott a céljutalék mértéke. Ugyanazokat a jutalékkulcsokat vittük tovább, amit korábban a Porsche-nél megismertem. Kötelezőnél 15-16% körül volt a jutalék mértéke, de nem tudom, ebből mennyi volt az alap, illetve a céljutalék. Elmondani kívánom, hogy a céljutalék nem jelentkezett a márkakereskedéseknél.”

V.

Az eljárás alá vontak álláspontja

V.1. Az Allianz és az MPM álláspontja

252. Az Allianz¹⁸⁷ és az MPM¹⁸⁸ a vizsgált magatartással kapcsolatban az alábbiak szerint fejtették ki álláspontjukat.

253. A Kúria ítéletében¹⁸⁹ a Vj-51/2005/183. sz. versenytanácsi határozat (a továbbiakban: Határozat) bírósági felülvizsgálata során keletkezett másodfokú ítélet hatályon kívül helyezte, és a Fővárosi Bíróság által hozott elsőfokú ítéletet¹⁹⁰ (a továbbiakban: Ítélet) helybenhagyta, az indokolás részbeni mellőzésével. Az Ítélet hatályon kívül helyezte a Határozat céljutalékokra vonatkozó megállapításait, következtetéseit és marasztalását. A

¹⁸⁷ VJ/32-4/2014. 7. kérdésre adott válasz 3-6. old

¹⁸⁸ VJ/32-5/2014. 7. kérdésre adott válasz, 4-7. old

¹⁸⁹ Kfv.II.37.268/2013/8.

¹⁹⁰ 7.K.31.116/2006/44.

Kúria ezzel a következtetéssel érdemben egyetértett azzal, hogy a hatályon kívül helyezést csak eljárási okokra alapította: „[...] a Kúria a felülvizsgálati kérelmekkel támadott jogerős ítéletet a Pp. 275.§ (4) bekezdése alapján hatályon kívül helyezte, az elsőfokú bíróság ítéletét helyben hagyta azzal, hogy a céljutalék megállapodások érdemi vizsgálatát tartalmazó indokolási részt mellőzni rendelte”.¹⁹¹ Erre tekintettel az Allianz és az MPM álláspontja szerint nincs jelenleg olyan bírósági rendelkezés, amely kötelező erővel iránymutatást adna a céljutalék megállapodások versenyjogi minősítése tekintetében. (Megjegyzik, hogy az Európai Unió Bírósága által hozott ítélet az Európai Unió Működéséről szóló Szerződés 267. Cikke alapján csak a hozzá intézett tagállami bírósági kérdés keretei között dönthet. Mivel a Kúria által feltett kérdés¹⁹² csak az óradíj-megállapodásokra vonatkozott, az Európai Unió Bíróságának a Határozattal kapcsolatosan hozott ítélete¹⁹³ a céljutalék-megállapodásokra nézve nem értelmezte az uniós jogot.)

254. Ezért tehát a jelen eljárásra az Ítéletnek a GVH részére szóló, a Kúria által helybenhagyott¹⁹⁴ azon iránymutatása az irányadó, amely szerint: „Az alperesnek a megismételt eljárás során a céljutalék megállapodásokra vonatkozóan kell a vizsgálatot lefolytatnia. Ennek során fel kell tárnia az általános piaci gyakorlatot, szükség szerint további ügyfeleket vonhat be az eljárásba. Ezt követően állást kell foglalnia abban, hogy a céljutalékokra vonatkozó megállapodások versenykorlátozóak lehetnek-e, és szükség szerint abban is, hogy a Vertikális Csoportmentességi Rendelet kivételi szabályai közül van-e olyan, amely jelen ügyre alkalmazható. Amennyiben a kivételi szabályok sem alkalmazhatók, akkor I.r. felperes esetében a 30%-os piaci részesedésre tekintettel kell vizsgálni a jogsértés megállapíthatóságát, más piaci szereplők esetében pedig azt kell vizsgálni, hogy a Tpv. 16/A. §-ának alkalmazása szóba jöhet-e.”

255. A megállapodások állítólagos versenykorlátozó jellegének értékelése során figyelemmel kell lenni arra, hogy mindeddig semmilyen különbséget nem sikerült igazolni a „hagyományos”, feltételhez nem kötött jutalékok és a céljutalékok (azaz a mennyiséghez kötött, sávosan meghatározott jutalékokra vonatkozó megállapodások) között a Határozatban vélt – hatályon kívül helyezett – versenykorlátozás tekintetében. A Határozatban állított logika elfogadása esetén ugyanis teljesen mindegy, hogy milyen feltételtől függően, vagy akár feltétel nélkül egyszerű szerzési jutalékként ad egy biztosító jutalékot az alkusznak, az elvileg alkalmas arra, hogy az alkuszt befolyásolja: ha valamely biztosító nem céljutalékként, hanem minden feltételtől független szerzési jutalékként például 21%-os jutalékot ad, akkor az alkusznak ezt kellene „versenykorlátozó céllal preferálni”, akár kizárólag ennek a biztosítónak a termékét kellene értékesítenie, még akkor is, ha egy másik biztosító 20%-os jutalékot ad céljutalékként, meghatározott értékesítési darabszám felett. Ezért tehát nem a jutalék esetleges feltétele, hanem az egyes biztosítóktól kapott jutalék (relatív) mértéke befolyásolhatná az alkuszt. Márpedig a vizsgált időszak egy jelentős részében törvényen

¹⁹¹ 37. oldal

¹⁹² Kfv. IV.37.077/2010/11.

¹⁹³ C-32/11 – Allianz Hungária és társai v. Gazdasági Versenyhivatal

¹⁹⁴ „A Kúria - miután az elsőfokú ítéletet helyben hagyta - csak utalni kíván arra, hogy az elsőfokú ítélet tartalmazza az alperes új eljárásra kötelezése kapcsán a megfelelő iránymutatást. E szerint az alperesnek a megismételt eljárásban a céljutalékok tekintetében kötött megállapodásokat kell vizsgálnia és állást foglalnia abban a kérdésben, hogy e megállapodások versenykorlátozóak vagy sem, illetőleg a csoportmentességi rendelet alkalmazható-e ebben az esetben.”

alapult, hogy a biztosítók fizették az alkuszok jutalékát: a régi Bit. 32. § (2) bekezdése szerint „*az alkusz e tevékenységéért alapvetően attól a biztosítótól jogosult díjazásra (jutalék, költségtérítés), amely az alkusz közvetítésével létrejött szerződésben a biztosítási (vizontbiztosítási) kockázatot elvállalja. Az alkusz – különösen, ha megbízása kizárólag szaktanácsadásra, vagy olyan biztosítási szerződés közvetítésére vonatkozik, amelynek díja jutalékot (költségtérítést) nem tartalmaz - díjazásáról a megbízóval is megállapodhat.*” A jutalékok mértéke tekintetében pedig semmilyen előírás nem volt, ezt a biztosítók és az alkuszok szabad, versenyben kialakult megállapodása határozta meg. Megjegyzik, hogy ha tényleg versenyjogot sértő módon befolyásolná az alkuszokat az egyes biztosítóktól jövő jutalék, akkor ezt csak az egyes biztosítók által fizetendő jutalékok egységesítésével, nem a céljutalékok mellőzésével lehetne elkerülni, ami viszont éppen versenykorlátozó lenne.

256. Az Ítélet iránymutatására is figyelemmel az Allianz és az MPM továbbra is fenntartja azon álláspontját, hogy a Vj-51/2005. sz. eljárásban, valamint a jelen ügyben szereplő eljárás alá vontak megállapodásait nem lehet izoláltan vizsgálni, hanem fel kell tární az általános piaci gyakorlatot. (Az Allianz és az MPM kiemeli, hogy a jelen megismételt eljárásban még kevesebb szereplő érintett, csak egy alkusz két biztosítóval kötött megállapodásait vizsgálja a GVH.) Megjegyzik, hogy a vizsgált időszak óta meglehetősen hosszú idő eltelt. Amennyiben erre tekintettel nem sikerülne a vizsgált időszakban uralkodó piaci viszonyokat megfelelően feltárni, az semmiképpen sem eshet az eljárás alá vontak terhére.
257. Amennyiben azt állapítaná meg a GVH a piac megfelelő feltárása során, hogy a vizsgált időszakban általános piaci gyakorlat volt a céljutalék-megállapodások használata, azt a vélt versenykorlátozó jelleg meghatározása során megfelelően kell értékelni. A piac normál működése ebben az esetben ugyanis az, hogy gyakorlatilag minden biztosító céljutalék-megállapodásokat köt minden alkusszal, amelyeket a felek évente újratárgyaltak. A felek megállapodásai semmilyen formában, sem közvetlenül, sem közvetve nem befolyásolják azt, hogy az alkusz másik biztosítókkal milyen jutalékról állapodik meg. Az Allianz és az MPM által kötött megállapodások semmilyen mértékben nem befolyásolták a "jutalékverseny", a jutalékokból esetleg következő ösztönzés végeredményét. Ebből következően tehát az alkuszok esetében nem állapítható meg az Allianz és az MPM által kötött céljutalék megállapodásainak kizorító vagy másféle versenykorlátozó jellege. Ennek alapján az Allianz és az MPM álláspontja szerint a céljutalék megállapodások nem versenykorlátozók.
258. Végül, még ha a céljutalék-megállapodások versenykorlátozó jellegűek lennének is, azok akkor is mentesülnének a törvényi tilalom alól. A biztosítók és az alkuszok ugyanis egymással vertikális viszonyban állnak, és megállapodásaikra vonatkozik az 55/2002. (11.26.) Korm. rendelet. Ezért tehát az MPM és a Generali közötti megállapodások a felek 30% alatti piaci részesedésére tekintettel mentesülnek a törvényi tilalom alól. Bár az Allianz a vizsgált időszakban 30% feletti piaci részesedéssel rendelkezett, a megállapodásai akkor is mentesülnének a törvényi tilalom alól. E körben hangsúlyozzák, hogy az MPM az alkuszok között nem számított kiemelkedően nagy szereplőnek, az ő részéről minden, a csoportmentességi rendeletben meghatározott feltétel teljesül.
259. Az Allianz és az MPM álláspontja szerint az előzetes álláspont nem igazolta, hogy az általuk kötött céljutalék megállapodások a Tpv. 11. § (1) bekezdésébe ütköznek, továbbá ezen megállapodások nem befolyásolták hátrányosan az alkusz függetlenségét, és nem minősültek versenykorlátozó célúnak. Álláspontjuk szerint az alkusz jutalékok általi

- ösztönzöttsége nem a jutalék esetleges feltételeiből, hanem a jutalékok mértékének különbözőségéből fakad.
260. Az Allianz előadása szerint az általa alkalmazott sávosan emelkedő jutalékozási rendszer a kárközösség szempontjából ésszerű, a piaci alkuban kialakult eredmény volt, amely a többi biztosítóval folytatott versenyben alakult ki. Kiemelte, hogy az általa alkalmazott céljutalék megállapodások nem tartalmaztak kötelezettséget meghatározott darabszámú vagy arányú biztosítás közvetítésére.
261. Álláspontjuk szerint az óradíj-megállapodásokkal nem köthetők össze a céljutalék megállapodások, ennek kapcsán utaltak a Fővárosi Bíróság elsőfokú ítéletében foglalt azon indokolásra, amely szerint nem nyert bizonyítást, hogy az egyik megállapodás nélkül a másikat nem kötötték volna meg. Ezen túlmenően álláspontjuk szerint a 2000-2003 között kötött céljutalék megállapodásokra a később megkötött, 2004-2005 közötti időszakban jogsértőnek minősített rezsióradíj megállapodások nem lehettek semmilyen befolyással, és fel kellett volna tárni a céljutalék megállapodások valamint a versenykorlátozás közötti okozati összefüggést.
262. Az Allianz kiemelte, hogy a Generalival élénk verseny folyt közöttük, összzejátszásukra semmilyen bizonyíték nem utal, ezért értékelni kell a közöttük levő versenyt is.
263. Álláspontjuk szerint az előzetes álláspont kizárólag egy ágazati előírásra alapította a versenykorlátozás cél szerinti megállapításának kilátásba helyezését, amely szerint az alkuszok, pontosabban az MPM állítólag csak az eljárás alá vont biztosítókat preferálták volna.
264. Hivatkoztak arra is, hogy az Európai Bizottság sem minősítette versenykorlátozó célú megállapodásnak a céljutalék megállapodásokat ágazati vizsgálata során.
265. Véleményük szerint az Allianz esetében az MPM e-mailjei, emlékeztetője nem igazolják, hogy a céljutalék megállapodásokban rögzített darabszámok „garantált vállalásként” érvényesültek volna a gyakorlatban.
266. Az Allianz előadása szerint céljutaléokra nem adott előleget, azt csak a normál jutalék alapján fizette. Előadta továbbá, hogy az Allianz brand ismertsége, a kiterjedt ügyintézési és javító partneri hálózat, a magas szintű szolgáltatások és a mindezekhez képeset kedvező díjszint biztosította a termékei értékesítését és a GVH nem igazolta azt, hogy az értékesítés a céljutalék megállapodások következtében alakult kedvezően.
267. Hangsúlyozták, hogy az MPM szakmai kötelessége volt elegendő számú konkrét ajánlatot bemutatni a fogyasztóknak, így számukra az objektív összehasonlítás garantált volt, a Bit. szerint legalább 3 biztosító ajánlatát be kellett mutatni a fogyasztóknak. Álláspontjuk szerint nem került feltárásra arra vonatkozó bizonyíték, amely szerint az MPM ne teljesítette volna megfelelően kötelezettségeit.
268. Kiemelték, hogy a jutalék mértékének befolyásoló, ösztönző hatása nemcsak a céljutalékok, hanem minden jutalék esetében fennáll, amelyet a PSZÁF véleménye is megerősít. Álláspontjuk szerint a céljutalékok valóban magasabb jutalékok eredményezhettek, azonban valójában csak pár százalékkal növelték meg a kifizetett szerzési jutalékok mértékét.
269. Véleményük szerint a GVH nem tárta fel a többi biztosító által alkalmazott jutalékokat. Kiemelték, hogy objektív körülménynek tekinthető, hogy az alkuszok jelentős informatikai beruházásokat hajtottak végre, valamint számos más oktatási, adminisztratív és egyéb kiadást is megtakarítanak a biztosítóknak. Az üzleti ügyviteli, kárrendezési és üzemeltetési költség fedezetének növekedését a biztosítók jutalék formájában átadják a biztosításközvetítőknak. Továbbá az a körülmény, hogy a szolgáltatás minőségéről

- informálnia kell az alkuszoknak a fogyasztókat, egy olyan többletfeladatot ró az alkuszokra, amelyet kompenzálni kell. Hangsúlyozták a biztosítók közötti jutalékverseny létét is, amely a piac természetes működésének része.
270. Hangsúlyozták, hogy a Bit. rendelkezéseinek betartása nem a GVH hatáskörébe tartozik, ezért az a körülmény, hogy a GVH lényegében az alkuszi függetlenség megsértésével indokolja a versenykorlátozást, lényegében a Bit. megsértésére alapozza a Tpv. szerinti jogsértés megállapításának kilátásba helyezését. Álláspontjuk szerint a céljutalék megállapodások gazdasági és jogi környezete teljes mértékben feltáratlan maradt.
271. Hivatkozásuk szerint a céljutalékok esetében a kiemelt időszakhoz kötöttségre vonatkozó versenytanácsi érvelés esetén is kizárólag a kampányjutalékok esetében lenne megállapítható a jogsértés, amelyet szintén vitatnak.
272. Az eljárás alá vontak szerint – mindamelllett, hogy a cél szerinti jogsértést tagadták – nincs lehetőség utólagosan marasztalni lehetséges versenykorlátozó hatás miatt, hiszen a magatartás bekövetkezte után már igazolható lenne a tényleges hatás, már ha volt ilyen.
273. Álláspontjuk szerint a kétszeres értékelés tilalmába ütközne ugyanannak a magatartásnak versenykorlátozó célú és lehetséges hatású megállapodásként történő marasztalása. A versenykorlátozásra való alkalmasság alátámasztására felhozott tényezőkkel kapcsolatban kifogásolták, hogy teljes mértékben hiányzik az okozati összefüggés bemutatása és igazolása. Utaltak arra is, hogy éppen a vizsgált idősakra esett a kgfb árazásának liberalizálása, számos új biztosító lépett a piacra, az Allianz is termékstratégiát váltott, valamint a piacon általános volt a céljutalék megállapodások alkalmazása.
274. Az Allianz hivatkozott arra is, hogy a vizsgált időszak során folyamatosan csökkent a piaci részesedése, továbbá díjbevétele sem a céljutalék megállapodások miatt nőtt.
275. Az eljárás alá vontak szerint attól még, hogy technikailag az előzetes álláspont arra tekintettel nem tartja alkalmazhatónak a vertikális csoportmentességi rendeletet, mert az MPM-et vállalkozások társulásának tekintette, tartalmilag alkalmazni kell a vertikális csoportmentességi rendeletet, amely tételesen felsorolja a céljukban versenykorlátozó rendelkezéseket, amelyek közé a céljutalék megállapodások nem illeszthetők. Az Allianz szerint esetében legfeljebb a 30% feletti piaci részesedésére tekintettel lennének értékelhetők az általa kötött céljutalék megállapodások. Álláspontjuk szerint az előzetes álláspont nem elemezte a piaci verseny körülményeit és az értékesítési csatornákat.
276. Az eljárás alá vontak szerint a céljutalék megállapodások nem minősülnek a vertikális csoportmentességi rendelet alapján kőkemény versenykorlátozásnak és az Európai Bíróság Société Technique Minière ügyben kifejtett értelmezése alapján a teljes kizárólagosságot kifejezetten kikötő vertikális megállapodás sem tekinthető versenykorlátozó célúnak.
277. Az Allianz kiemelte továbbá, hogy az általa kötött céljutalék megállapodások időtartama az egy évet nem haladta meg, ezért nem vélelmezhető az általa kötött megállapodások esetében a versenykorlátozó hatás a vertikális iránymutatás alapján, amelyhez hozzájárul, hogy az MPM piaci részesedése 2% alatti volt, ami szintén azt igazolja, hogy a versenytársak számára nem képviselt érdemi korlátot az MPM-mel kötött céljutalék megállapodás.
278. Az MPM hivatkozása szerint az alkusznak olyan biztosítást érte meg közvetíteni, amellyel az ügyfél elégedett volt, díját kifizette és nem mondta fel. Álláspontja szerint az az értékesítési modell, miszerint az autókereskedésekben dolgozó értékesítők végezték az értékesítést, csökkentette a biztosítói jutalékok általi befolyásolási lehetőség valószínűsítését, mivel az MPM törekedett arra, hogy az egyes márkakereskedésekkel

kötött szerződéseiben eliminálja az általa a biztosítóktól kapott jutalékok közötti különbséget. Az MPM kifogásolta, hogy a Generali által végeztetett 57 biztosítási alkuszra jutó kutatás eredménye az esetében is figyelembe vehető lenne, ugyanakkor a kutatásból az következik, hogy az alkusz nem képes a döntéshozatali folyamatok befolyásolására, arra legfeljebb az értékesítő képes.

279. Álláspontjuk szerint mivel a GVH nem igazolta a versenykorlátozó célt illetve hatást, a mentesítést nem kell igazolniuk. Ennek kapcsán előadták, hogy a GVH nem indokolta meg, hogy miért tekinti vállalkozások társulásának az MPM-et. Az Allianz szerint 30% feletti piaci részesedése ellenére azért nem állapítható meg a jogsértés, mert a piaci részesedés mértéke nem befolyásolja lényegesen a Tpvt. 17. §-ában foglalt feltételek megvalósulását. Véleményük szerint a céljutalék megállapodások hozzájárulnak a forgalmazás ésszerűbb megszervezéséhez, hiszen az alkuszok ösztönzése révén elősegítik a biztosítások értékesítését és fogyasztók általi elérhetőségét, a piacra való belépést, miáltal az alkuszok közötti verseny élénkül, amely körülmények a fogyasztók számára olcsóbbá tehetik a biztosításokhoz való hozzájutást. Továbbá a biztosítások értékesítésének növekedése növeli a biztosítási szolgáltatások fedezetét, ezáltal a biztosítási termékek olcsóbbá válhatnak. Ezen előnyök méltányos része a fogyasztókhhoz jut, hiszen ők részesülnek a biztosítási termékekhez való könnyebb hozzáférésekből és a biztosítók közötti verseny nyomás alatt álló díjakból származó előnyökből. Álláspontjuk szerint a céljutalék megállapodások nem jártak káros következményekkel.
280. Az MPM álláspontja szerint a Generalival kötött megállapodásai a vertikális csoportmentességi rendelet, míg az Allianz-cal kötött megállapodásai a Tpvt. 17. §-a alapján mentesülnek a tilalom alól.

V.2. A Generali álláspontja

281. A Generali¹⁹⁵ a vizsgált magatartással kapcsolatban az alábbiak szerint fejtette ki az MPM-mel kötött megállapodásaival („Céljutalék-megállapodások” vagy „Megállapodások”) kapcsolatos álláspontját.
282. Az uniós és a magyar versenyjogi gyakorlat szerint, a versenykorlátozó cél objektív, absztrakt fogalom, amely független a felek szándékától. A jogharmonizációs háttér miatt a magyar jogértelmezésben is irányadó Európai Bizottsági és Európai Bírósági gyakorlat, továbbá a versenyjogi szakirodalom egyöntetű abban, hogy a versenykorlátozó célú megállapodás fogalma olyan megállapodásokat takar, amelyek objektív és absztrakt módon, a felek szubjektív szándékától és a megállapodás tényleges hatásától függetlenül eleve versenykorlátozóknak tekintendők (horizontális megállapodások esetén tipikusan az árrögítő és piacfelosztó megállapodások, vertikális viszonylatban pedig az értékesítési ár meghatározására irányuló megállapodások).¹⁹⁶
283. Az alkuszokkal kötött ún. céljutalék megállapodások tekintetében¹⁹⁷ sem az uniós, sem a magyar versenyjog, sem a szakirodalom nem állapít meg versenykorlátozó célt. Éppen

¹⁹⁵ VJ/32-6/2014. 7. kérdésre adott válasz, 3-11. old

¹⁹⁶ A vonatkozó esetjog és szakirodalom ismertetése tekintetében hivatkozik a 2008. január 18-i bírósági beadványában foglaltakra, különösen annak 26-57. pontjaira

¹⁹⁷ A Generali a versenyfelügyeleti eljárás tárgyára figyelemmel „céljutalék-megállapodásnak” tekint minden olyan megállapodást, amely alapján az alkusz egy bizonyos teljesítmény elérése esetén többletdíjazásban részesül (függetlenül attól, hogy a cél meghatározott darabszámú biztosításnak az adott biztosításhoz történő

ellenkezőleg, az Európai Bizottság üzleti biztosítási szektor vonatkozásában folytatott ágazati vizsgálata és az annak eredményeként 2007. szeptember 25-én nyilvánosságra hozott végső jelentés¹⁹⁸ (Végső Jelentés) és munkaanyag¹⁹⁹ (Bizottsági Munkaanyag) kifejezetten arról tanúskodik, hogy e megállapodások semmiképpen sem versenykorlátozóak absztrakt módon: a Bizottság vizsgálta a különböző típusú jutalék-megállapodásokat és azok esetleges pozitív, illetve negatív piaci hatásait. Ha e megállapodástípus versenykorlátozó célú lenne (hasonlóan pl. egy horizontális árkartellhez), nyilvánvaló, hogy az Európai Bizottságnak egyáltalán nem kellene vizsgálnia a lehetséges hatásokat. Egyedi eljárásokat a Generali legjobb tudomása szerint nemcsak, hogy az Európai Bizottság nem, de a GVH Vj-51/2005. számú eljárásán kívül egyetlen nemzeti versenyhatóság sem indított.

284. A céljutalék megállapodások versenykorlátozó céljának hiányát a Vj-51/2005. számú határozat bírósági felülvizsgálata során első fokon eljáró Fővárosi Bíróság is megerősítette. Az ítélet helyesen rögzítette, hogy a céljutalék tartalmilag nem különbözik a jutaléktól: ha a jutalékszintben megmutatkozó verseny nem jogellenes (nem versenykorlátozó célú), akkor a céljutalékok körében kialakuló disztribúciós verseny sem lehet az. Mindezt az a másodfokú bíróság által felhozott érv sem cáfolja, miszerint a céljutalék ösztönzési foka erősebb, azok hatása nagyobb lenne, mint az egyszerű jutalék megállapodásoké. Ez az érv ugyanis logikailag hibás: lényegében azt mondja ki, hogy a jutalékok szintjében lehet ugyan versenyezni, de amint ez a verseny felerősödik és az alkusznak adott ösztönzés foka megnövekszik, e verseny hirtelen versenykorlátozó célúvá válik. Egy rendkívül magas alapjutalék azonban éppen olyan erős ösztönzést jelenthet, mint egy céljutalék. A másodfokú ítélet gondolatmenetét követve azt kellene tehát megállapítani, hogy valamely szint felett a túl erős ösztönzést biztosító jutalékok versenykorlátozó célúak.

285. A Megállapodások nem eredményezték versenytárs biztosítók kiszorulását a piacról, a verseny intenzitása pedig kifejezetten növekedett az érintett piacokon. A vizsgált időszakban a gépjármű biztosítási piacokon a verseny jelentősen élénkült. Ezt igazolja a Generali által a bírósági eljárásban benyújtott független közgazdasági elemzés is.²⁰⁰ Ahogyan azt a tanulmány 13. oldalán található 1. számú ábra mutatja, az új piacra lépő kisebb biztosítótársaságok piaci részesedése 1999 és 2005 között 2,8%-ról 18,7%-ra emelkedett, s e társaságok növekedése éppen a 2003-2005 közötti időszakban volt a leglendületesebb. Emellett a nagy versenytársak, az OTP, az Aegon és az Uniqa piaci részesedése sem csökkent, illetve nem csökkent jelentősen a vizsgált időszakban (a Generalihoz és az Allianzhoz hasonlóan). A Generali a Vj-51/2005. sz. eljárás felülvizsgálata iránti perben kifejezetten bizonyította, hogy a Megállapodásokhoz hasonló szerződések más biztosítótársaságok és alkuszok között is kötöttek. Az Európai Bizottság pedig megállapította a fent hivatkozott Bizottsági Munkaanyagban, hogy ilyen jellegű (az Európai Bizottság szóhasználatában: „contingent commission” típusú) megállapodások

kötése, a portfólió egy meghatározott hányadának az adott biztosítóhoz történő kötése vagy a biztosítóhoz közvetített biztosítások számának meghatározott mértékű növelése).

¹⁹⁸ A végleges jelentés magyar nyelven is elérhető a következő internetes oldalon: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2007:0556:FIN:HU:HTML>

¹⁹⁹ A Munkaanyag angol nyelvű szövege a http://ec.europa.eu/comm/competition/sectors/financial_services/inquiries/final_report_annex.pdf internetes oldalon olvasható.

²⁰⁰ Ld. a London Economics közgazdasági elemző intézet 2008. december 17-i elemzését (Economic analysis of the impact on competition of arrangements regarding hourly repair fees).

jelen vannak Magyarországon (akárcsak Belgiumban, Németországban, Dániában, Spanyolországban, Franciaországban, Hollandiában és az Egyesült Királyságban). A verseny intenzitása tehát az állítólagosan versenykorlátozó célú megállapodások ellenére növekedett a kérdéses időszakban, e Megállapodásoknak tehát nem lehettek versenykorlátozó hatásai.

286. A céljuttalék-megállapodások egyébként sem lehetnének piaclezáró hatásúak, az alkuszok csupán egyetlen értékesítési csatornát képviselnek, a piacra lépésnek számos más alternatívája van; az eljárás alá vont alkusz pedig egy a több tucat alkusztársaság közül. A Generali a peres eljárásban részletesen bemutatta, hogy a biztosítási termékek értékesítésének számos csatornája létezik, és kimutatást csatolt az értékesítési csatornák jelentőségéről. Nem szabad továbbá megfélemlkezni az ún. direkt (általában telefonos vagy interneten keresztül történő) értékesítés lehetőségéről sem, amely a biztosítók számára viszonylag kis humán erőforrás mellett (ún. call centerekben), megfelelő IT fejlesztés és megfelelő folyamatszabályozás (azaz befektetések eszközölését) mellett viszonylag nagyszámú fogyasztó közvetlen, személyes elérését teszi lehetővé. Természetesen az értékesítés megszervezése a biztosítási szektorban ugyanúgy, mint más iparágakban is, befektetést igényel, azonban az Európai Bíróság gyakorlata alapján egy vállalkozás sem hivatkozhat e körülményre piaci pozíciójának értékelésekor. Amint azt az Európai Bíróság az Oscar Bronner ügyben már az 1990-es években kimondta, egy meghatározott értékesítési csatornához való hozzáférés hiányában nemcsak, hogy az alternatív csatornák igénybe vétele várható el egy, a gazdasági racionalitás alapján működő piaci szereplőtől, de esetleg új terjesztési csatorna/csatornák kialakítása is.²⁰¹
287. Az Európai Bizottság az ágazati vizsgálata eredményeként a gépjármű felelősség biztosítási piacon az alkuszi értékesítési csatorna mellett kiemelte a direkt értékesítési csatorna, a főállású értékesítőken keresztüli csatorna, az egyéb ügynöki csatorna, a banki csatorna, valamint az „egyéb” kategóriába tartozó csatorna jelentőségét is (Bizottsági Munkaanyag IV.4. grafikon, 49. o.). A Bizottsági Munkaanyag ugyanott megállapítja, hogy az alkuszi értékesítési csatorna sokkal nagyobb jelentőséggel bír az egyéni, nagy kockázatokat biztosítása tekintetében, illetve a nagyobb vállalkozások mint ügyfelek vonatkozásában. A KGFB piacon, illetve a Casco biztosítási piacon (amelyek tömegpiacok) az alkuszi értékesítési csatorna jelentősége ennek megfelelően sokkal kisebb, éppen ez az a szegmens, amelyben a különböző értékesítési csatornák egymáshoz való aránya a legkiegyensúlyozottabb. A vizsgált időszakban Magyarországon a MABIASZ-nak csaknem száz tagja volt, ebből csupán egy az eljárás alá vont alkusztársaság. Kizárt tehát piaclezáró hatás az MPM-mel kötött megállapodások kapcsán, hiszen az érintett értékesítési csatorna messze nem egyedüli és számos reális alternatíva létezik valamint az adott csatornában egyébként is elenyészően kicsiny részt képvisel az eljárás alá vont alkusz.
288. A vizsgált időszakban a biztosítási díjak mértéke csökkenő tendenciát mutatott. Mindezt úgy, hogy a biztosított gépjárműpark értéke is fokozatosan nőtt a vizsgált időszakban, azaz folyamatosan nőtt az az értékállomány, melyet – többek között – a Generali biztosított. Emellett a Generali bizonyítékokkal alátámasztva rámutatott arra is, hogy a biztosítóktól független piaci tényezők, illetve kormányzati intézkedések hatása egyértelműen nyomást gyakorolt a biztosítási díjakra, hiszen növekedtek a kár-

²⁰¹ C-7/97 sz. Oscar Branner GmbH v Mediaprint ügyben („Bronner ügy”) hozott ítélet 17. bekezdése és 43-46. bekezdései

költségek.²⁰² Az árak mindezen árfelhajtó tényezők ellenére csökkentek, melynek oka éppen a biztosítók közötti élénk verseny, amely hatékonyságnövekedésre ösztönözte a biztosítókat.

- 289.A Generali álláspontja szerint még abban az esetben is, ha a Megállapodások a Tpv. 11. §-ában foglalt tilalomba ütköznének, e megállapodások mentesülnének a tilalom hatálya alól, hiszen megfelelnek a vizsgált időszakban hatályos, a vertikális megállapodások egyes csoportjainak a versenykorlátozás tilalma alól történő mentesüléséről szóló 55/2002. Korm. Rendeletben („Csoportmentességi Rendelet”) foglalt feltételeknek.
- 290.A Generali álláspontja szerint a Csoportmentességi Rendelet által megfogalmazott definíció alapján a Generali és az MPM között létrejött Megállapodások egyértelműen vertikális megállapodásnak minősülnek. Az alkuszok ugyanis a gépjármű biztosítás értékesítés egy csatornájaként működnek, vagyis a termék fogyasztókhoz történő eljuttatásának, forgalmazásának láncolatában a biztosító társaságokkal vertikális kapcsolatban állnak. (Az Európai Bizottság a Bizottsági Munkaanyagban kifejezetten leszögezi, hogy az alkuszok a biztosítók számára egy értékesítési csatornát képeznek.) Az alkuszokkal kötött megállapodásban a biztosító az értékesítésben is résztvevő vertikális üzleti partnerével állapodik meg abban, hogy a partner biztosítja a biztosító termékeinek megjelenését, fogyasztókkal történő megismertetését, és ami a Csoportmentességi Rendelet szempontjából különös jelentőségű: a termék értékesítését.
- 291.A Generali álláspontja szerint azonban maga a Csoportmentességi Rendelet is egyértelműen fogalmaz a tekintetben, hogy a Csoportmentességi Rendelet alkalmazhatóságához nem követelmény, hogy a vertikális láncolat különböző szintjein elhelyezkedő piaci szereplők (jelen esetben a biztosító és az alkusz) között adásvételi szerződés jöjjön létre, vagyis hogy a vertikális megállapodás a fogalom klasszikus értelmében „vizonteladásra” irányuljon. A Csoportmentességi Rendelet 1. § (1) bekezdése alapján ugyanis a rendelet azon megállapodásokra vonatkozik, amelyek mellett „*egyed-árúknak vagy szolgáltatásoknak a felek általi vásárlása, értékesítése vagy vizonteladása történik*”. A „vagy” kötőszó alapján ugyanúgy a Csoportmentességi Rendelet hatálya alá tartoznak a termékek értékesítésére vonatkozóan kötött olyan megállapodások is, ahol a szolgáltatások értékesítésére vonatkozó megállapodás mellett a felek (jelen esetben a biztosító és az alkusz) között nem jön létre adásvételi szerződés (vagyis nincsen vizonteladás, csupán értékesítési tevékenység). Ez már csak azért sem lehet másként, mert egy szolgáltatást polgári jogi értelemben nem lehet adni-venni (adásvétel tárgya csak dolog lehet – v.ö. a vizsgált időszakban hatályos Ptk. 365. § (2) bek.), csak versenyjogi értelemben értékesíteni.
- 292.A Generali álláspontja szerint a Csoportmentességi Rendelet 1. § (1) bekezdésében foglalt, a szabályozás tárgyi hatályát tartalmazó fordulat egyes tényállási elemeinek nem tulajdonítható polgári jogi értelmezés. A Csoportmentességi Rendelet 1. § (1) bekezdésében foglalt fogalmak (pl. „áru”, „szolgáltatás”, „a felek általi vásárlása”, „a felek általi értékesítése”, „a felek általi vizonteladása”, stb.) nyelvtani értelmezése nem történhet polgári jogi alapon, már csak azért sem, mert ezen fogalmak többségének nincsen pontos polgári jogi definíciója. Ehelyett – mint általában a versenyjogban – a versenyjogi célú rendelkezéseknek sui generis versenyjogi értelmezésük van. A versenyjogi elemzés szempontjából mindig a funkcionális, a gazdasági racionalitást megragadó értelmezést kell alkalmazni. A Csoportmentességi Rendelet 1. § (1)

²⁰² London Economics által készített tanulmány 41-63. oldalai

- bekezdésében foglalt három fordulat („vásárlás”, „értékesítés” vagy „vizonteladás”) a vertikális üzleti kapcsolatok teljes spektrumát átfogja: alkalmazandó a Csoportmentességi Rendelet minden olyan vertikális megállapodásra, amely kizárólag valamely áru vagy szolgáltatás vásárlására vonatkozik, azaz azokra a feltételekre, amelyek mellett a versenyjogi értelemben vett vásárló (nem feltétlenül tehát polgári jogi értelemben vett adásvételi szerződésben a vevő) az adott árukat vagy szolgáltatásokat – ismét csak versenyjogi értelemben – megvásárolja.
293. Az értékesítés fordulat azokat az eseteket jelöli, amikor a vertikális viszonyban lévő üzleti partnerek azokról a feltételekről állapodnak meg, amelyek mellett az egyik fél versenyjogi értelemben árukat értékesít harmadik feleknek (pl. amikor a gyártó, aki egyébként nagykereskedőként keresztül terjeszti áruit, bizonyos kérdésekben közvetlenül is megállapodást köt a kiskereskedelmi egységekkel arról, hogy azok hogyan – például a boltban mely polcon, milyen marketinggel – értékesítsék a gyártó termékeit, amelyeket egyébként közvetlenül nem a gyártótól, hanem valamely nagykereskedőtől szereznek be, stb.).
294. A Csoportmentességi Rendelet mögött húzódó jogpolitikai szándékkal tehát teljesen ellentétes lenne, ha egy olyan, a szolgáltatások értékesítésére irányuló megállapodásra, amely a GVH álláspontja szerint nem minősül valódi ügynöki megállapodásnak, ne lenne alkalmazható a Csoportmentességi Rendelet. A Generali a Vj-51/2005. számú eljárásban nemzetközi szakirodalommal alátámasztva mutatta be, hogy a gyakorlat és a jogirodalom is egységes a tekintetben, hogy az ún. nem valódi ügynöki megállapodások a Tpv. 11. §-a alá tarozhatnak, és ezzel egyidejűleg bekerülhetnek a Csoportmentességi Rendelet hatálya alá is.
295. A Generali piaci részesedése a vizsgált időszakban nem érte el a 30%-os küszöböt és a Megállapodások nem tartalmazzak „feketelistás” kikötéseket sem. A Csoportmentességi Rendelet 1. § (1) bekezdésében foglalt feltétel mellett a Megállapodások a piaci részesedésre vonatkozó, a Csoportmentességi Rendelet 2. § (1) bekezdésében foglalt feltételt is teljesítik: a Generali piaci részesedése a vizsgálat tárgyát képező időszakban mindkét piacon mindvégig 22% (tehát jóval a Csoportmentességi Rendeletben meghatározott 30%-os küszöb) alatt maradt.
296. A Generali álláspontja szerint a Megállapodások abban a nem létező esetben is mentesülnének a Tpv. 11. §-ában foglalt tilalom alól, ha nem esnének a Csoportmentességi Rendelet hatálya alá, tekintettel arra, hogy teljesítik a Tpv. 17. §-ában foglalt egyedi mentesülési feltételeket is.
297. A Megállapodások hozzájárulnak a forgalmazás ésszerűbb megszervezéséhez. A Megállapodásokban szereplő céljutalékok tervezhetőbbé teszik az értékesítést és lehetővé teszik, hogy a Generali termékeiről részletes, széleskörű tájékoztatást, oktatást valamint folyamatos segítséget, támogatást nyújtson a Generalival együttműködő alkuszok számára.
298. A Megállapodásból származó előnyök méltányos része a fogyasztóhoz jut. A vizsgált időszakban a biztosítási díjak csökkenő tendenciát mutattak, mindamellett, hogy a biztosított gépjárműpark értéke fokozatosan nőtt a vizsgált időszakban, (azaz folyamatosan nőtt az az értékállomány, melyet a Generali biztosított) valamint folyamatosan nőtték a jogszabályi és gazdasági környezetből eredő költségek is (pl. a környezetvédelmi előírásoknak való megfelelés költsége, infláció, stb.). Mindez alátámasztja, hogy a Megállapodásból származó előnyök méltányos része a fogyasztóhoz jutott.

299. A gazdasági verseny velejáró korlátozása a gazdaságilag indokolt közös célok eléréséhez szükséges mértéket nem haladta meg. A Megállapodások az arányosság kritériumát is teljesítik. A Generali az MPM-mel kötött szerződésekben olyan célokat határozott meg, amelyek a Társaság gépjármű biztosítási piacokon fennálló pozíciója alapján ésszerűen, reálisan megvalósíthatók, anélkül, hogy a verseny megszűnését eredményeznék.
300. A Megállapodások nem teszik lehetővé a verseny kizárását. A vizsgált időszakban a gépjármű biztosítási piacokon kifejezetten a verseny élénkülése figyelhető meg. A biztosítási termékek értékesítésének számos más alternatívája van. Mindezekből következik, hogy a Megállapodások nem eredményezhették a verseny kizárását a gépjármű biztosítási piacokon.
301. A Generali hangsúlyozta, hogy a jelen eljárás nem terjed ki általánosságban a biztosítók valamennyi alkuszi megállapodására és nem valamiféle horizontális megállapodáshálózat részét képezik a vizsgált céljuttalék megállapodások, amelyek kétoldalú megállapodások, ezért az Allianz piaci helyzetét nem lehet a Generali esetében értékelni.
302. A Generali kiemelte továbbá, hogy a vizsgált időszakban más biztosítók is alkalmaztak hasonló típusú megállapodásokat, valamint több biztosító is alkalmazott a Generali által alkalmazottnál nagyobb jutalékkulcsot. Álláspontja szerint a magasabb mértékű alapjuttalék nagyobb ösztönzést jelent, mint egy alacsonyabb összegű alap+céljuttalék.
303. Az eljárás alá vont álláspontja szerint nem állapítható meg esetében sem a súlyos versenykorlátozás, sem a felrőhatóság, mivel a vizsgált időszakban a céljuttalék megállapodások megítélése nem volt tisztázott.
304. A Generali szerint az MPM nem tekinthető vállalkozások társulásának, mivel nem minősül társadalmi szervezetnek, illetőleg az egyesülési jog alapján létrehozott szervezetnek. Ezzel összefüggésben előadta, hogy az MPM által kötött szerződések kizárólag az MPM-re mint alkuszra vonatkoztak, és nem érintették a tag márkakereskedések jogait és kötelezettségeit, a márkakereskedésekkel az MPM külön megállapodásokban állapodott meg a jutalékokról. A Generali szerint az a körülmény, hogy az MPM egyetlen tagja sem tekinthető a vállalkozás irányítójának, nem helyezi át az egyesülési törvény hatálya alá. Ennek kapcsán megjegyezte, hogy a GVH gyakorlatában egyetlen alkalommal sem tekintett gazdasági társaságot vállalkozások társulásának. Továbbá a jelen eljárásban – a Mastercard üggyel ellentétben – nem horizontális megállapodás és nem vállalkozások társulása által hozott döntés képezi a vizsgálat tárgyát.
305. A Generali szerint a felek vélelmezett szándékára vonatkozó utalások nem alkalmasak annak alátámasztására, hogy a céljuttalék megállapodások cél szerinti jogsértésnek minősüljenek.
306. A Generali hivatkozása szerint a C-67/13 P. sz. Cartes Bancaires üggy alapján nem állapítható meg a jelen üggyben cél alapon a jogsértés, mivel a vizsgált megállapodások nem mutatnak elegendő károssági fokot ahhoz, hogy – tényleges versenykorlátozó hatások bizonyítottóságának hiányában – a versenyjogba ütközőnek lehessen őket tekinteni. Álláspontja szerint a vizsgált megállapodások még abban az esetben sem minősülnének céljuk szerint versenykorlátozónak, ha az MPM azt vállalta volna, hogy más biztosító termékeit sem értékesíti, azaz hogy kizárólag a Generalinak nyújt üggynöki szolgáltatást. Ennek kapcsán kiemelte, hogy az Európai Bíróság egyetlen esetben sem minősítette versenykorlátozó célúnak a vertikális versenytilalmi megállapodásokat. Az eljárás alá vont a C-234/89. sz. Delimitis üggyre, a C-224/99. sz. Neste üggyre, a CEPESA üggyre, a T-7/93. sz. Langlese-Iglo üggyre, a T-9/93. sz. Schöller üggyre és a T-65/98. sz.

- van den Bergh Foods ügyekre hivatkozott. Az eljárás alá vont szerint ezen ügyekben kifejtett bírósági jogértelmezés alapján a kizárólagossági megállapodások nem képezhetnek cél szerinti, legfeljebb tényleges hatás alapú jogsértést.
307. A Generali hangsúlyozta, hogy a vizsgált időszakban az alkuszoknak fizetendő jutalék a biztosítók közötti verseny egyik tényezője volt. Álláspontja szerint csak a biztosító erőfölényes helyzete esetén állítható, hogy a jutalék megállapodások a verseny korlátozására alkalmasak, amely a Generali esetében – piaci részesedésére tekintettel – kizárt.
308. Kiemelte, hogy a márkakereskedések jutaléka nem függött attól, hogy mely biztosítók termékeit közvetítették. Ennek kapcsán utalt [SZEMÉLYES ADAT] tanúvallomásában foglaltakra.
309. Álláspontja szerint a rendelkezésre álló bizonyítékok a versenykorlátozó hatás hiányát támasztják alá. Véleménye szerint az MPM 1,5%-os piaci részesedése is arra utal, hogy a vele kötött szerződések nem voltak alkalmasak piaclezáró hatás kiváltására, valamint a vizsgált megállapodásokban nem kötöttek ki kizárólagosságot, illetve más értékesítési csatornák is fontos szerepet játszottak, így a versenytárs biztosítók számára számos alternatív lehetőség volt a piacra lépésre. Hivatkozott továbbá a versenytárs biztosítók piacra lépésére, a Generali piaci részesedésének csökkenésére, a piaci koncentráció csökkenésére is.
310. Álláspontja szerint a Versenytanács nem vette figyelembe, hogy a meghallgatott tanúk egymástól függetlenül arról számoltak be, hogy a vizsgált időszakban élénk verseny volt a biztosítók között.
311. A Generali hangsúlyozta, hogy az MPM a biztosító valódi ügynökének minősült, mivel az MPM nem viselt szerződéshez kötődő valamint piachoz kötődő kockázatokat, mivel az alkusz nem „raktároz”, illetve a termékek népszerűsítését is a biztosító végzi, valamint a tarifáló programot is a biztosítók bocsátották az MPM rendelkezésére.
312. A Generali a felróhatósága hiányára hivatkozott, amely kapcsán utalt arra, hogy a szakirodalom sem foglalkozott az alkuszi jutalék megállapodások esetleges versenyjogi vonzataival, ágazati jogszabály rendelkezett úgy, hogy az alkuszok díjazását a biztosítók fizetik, a jutalékrendszert sem jogszabály, sem a felügyeleti szerv gyakorlata nem szabályozta és a piac más szereplői között is jöttek létre hasonló típusú megállapodások, valamint a Bizottság 2007-ben nyilvánosságra hozott ágazati vizsgálata sem igazolta, hogy a vizsgált megállapodások jogsértőek, valamint a VJ/51/2005. sz. ügyben a felülvizsgálatot végző bíróságok is eltérően ítélték meg a megállapodások jogi minősítését. Kérte, hogy a Versenytanács a jogi megítélés tisztázatlanságát a külső tényezők keretében a javára vegye figyelembe. Álláspontja szerint állami ráhatásként értékelhető, hogy jogszabály írta elő, hogy az alkuszok díjazását a biztosítók fizetik, ezáltal létrehozva a biztosítók közötti jutalékversenyt, amelyről egyébiránt a Felügyelet hivatalos tudomással rendelkezett és aggályokat nem fogalmazott meg.

VI.

Jogi háttér

313. A jelen – megismételt – eljárás szempontjából irányadó jogszabályi rendelkezések az alábbiak.
314. A Tptv. 1. §-a szerint a törvény hatálya kiterjed a természetes és a jogi személynek, valamint a jogi személyiség nélküli gazdasági társaságnak – ideértve a külföldi székhelyű

vállalkozás magyarországi fióktelepét is a VI. fejezetben szabályozott magatartások kivételével – (a továbbiakban az előzőek együtt: vállalkozás) a Magyar Köztársaság területén tanúsított piaci magatartására, kivéve, ha törvény eltérően rendelkezik.

315.A Tpvt. 11. §-a szerint tilos a vállalkozások közötti megállapodás és összehangolt magatartás, valamint a vállalkozások társadalmi szervezetének, a köztestületnek, az egyesülésnek és más hasonló szervezetnek a döntése (a továbbiakban együtt: megállapodás), amely a gazdasági verseny megakadályozását, korlátozását vagy torzítását célozza, vagy ilyen hatást fejthet, illetve fejt ki. Nem minősül ilyennek a megállapodás, ha egymástól nem független vállalkozások között jön létre. Ez a tilalom vonatkozik különösen:

a) a vételi vagy az eladási árak, valamint az egyéb üzleti feltételek közvetlen vagy közvetett meghatározására;

b) az előállítás, a forgalmazás, a műszaki fejlesztés vagy a befektetés korlátozására vagy ellenőrzés alatt tartására;

c) a beszerzési források felosztására, illetve a közülük való választás lehetőségének korlátozására, valamint a fogyasztók, üzletfelek meghatározott körének valamely áru beszerzéséből történő kizárására;

d) a piac felosztására, az értékesítésből történő kizárásra, az értékesítési lehetőségek közötti választás korlátozására;

e) [hatályát veszítette]

f) a piacra lépés akadályozására;

g) arra az esetre, ha azonos értékű vagy jellegű ügyletek tekintetében az üzletfeleket megkülönböztetik, ideértve olyan árak, fizetési határidők, megkülönböztető eladási vagy vételi feltételek vagy módszerek alkalmazását, amelyek egyes üzletfeleknek hátrányt okoznak a versenyben;

h) a szerződéskötés olyan kötelezettségek vállalásától történő függővé tételére, amelyek természetüknél fogva, illetve a szokásos szerződési gyakorlatra figyelemmel nem tartoznak a szerződés tárgyához.

316.A 2002. április 10-től 2011. október 21-ig hatályban volt, a vertikális megállapodások egyes csoportjainak a versenykorlátozás tilalma alól történő mentesítéséről szóló 55/2002. (III. 26.) Korm. rendelet (a továbbiakban: vertikális csoportmentességi rendelet) 1. § (1) bekezdése értelmében e rendelet alapján - a Tpvt. 17. §-ában meghatározott szempontokra figyelemmel - mentesül a gazdasági versenyt korlátozó megállapodásokra vonatkozó tilalom (Tpvt. 11. §) alól az a megállapodás, amelyben a résztvevő vállalkozások mindegyike a termelési vagy forgalmazási lánc egymástól eltérő szintjén működik, és amely azokra a feltételekre vonatkozik, amelyek mellett egyes áruknak vagy szolgáltatásoknak a felek általi vásárlása, értékesítése vagy viszonteladása történik (a továbbiakban: vertikális megállapodás). A (2) bekezdés értelmében az (1) bekezdésben meghatározott mentesülés a vállalkozások társulása és tagjai között vagy a társulás és szállítói között létrejött vertikális megállapodásra akkor terjed ki, ha a tagok mindegyike árukat értékesítő kiskereskedő, és a társulás egyetlen tagjának és a Tpvt. 26. §-ának (3) bekezdése szerint vele kapcsolatban álló vállalkozásoknak a teljes éves forgalma együttesen sem haladja meg a 4 milliárd forintot.

317.A vertikális csoportmentességi rendelet 2. § (1) bekezdése értelmében az 1. §-ban foglaltak nem alkalmazhatók, ha a szállító piaci részesedése az érintett piacon, ahol a vertikális megállapodás szerinti árukat vagy szolgáltatásokat értékesíti, a harminc százalékot meghaladja. A (2) bekezdés szerint kizárólagos szállítási kötelezettséget

- tartalmazó vertikális megállapodás esetében az 1. §-ban foglaltak nem alkalmazhatók, ha a vevő piaci részesedése az érintett piacon, ahol a megállapodás szerinti árukat vagy szolgáltatásokat beszerzi, a harminc százalékot meghaladja. A (3) bekezdés szerint a piaci részesedést a megállapodás szerinti áruk vagy szolgáltatások érintett piacán (Tpvt. 14. §) az előző naptári évben elért nettó árbevétel alapján kell kiszámítani. A (2) bekezdés alkalmazásában a piaci részesedés kiszámításához a beszerzés értékét kell figyelembe venni. Ha a nettó árbevételre vagy a beszerzés értékére vonatkozó adat nem áll rendelkezésre, azt más megbízható piaci információ alapján alapuló becslés alapján kell meghatározni. A (4) bekezdés szerint a piaci részesedésbe az (1) bekezdés alkalmazásában a szállítóhoz, a (2) bekezdés alkalmazásában a vevőhöz a Tpvt. 26. §-ának (3) bekezdése szerint kapcsolódó forgalmazók részére értékesítés céljából szállított valamennyi árut és szolgáltatást be kell számítani. Az (5) bekezdés szerint amennyiben a megállapodás hatálybalépését követően a piaci részesedés mértéke meghaladja az (1) vagy a (2) bekezdés szerinti mértéket, a megállapodásra az 1. § a következő naptári év június 30-áig alkalmazható.
- 318.A Tpvt. 13. §-a értelmében nem esik a tilalom alá a megállapodás, ha csekély jelentőségű. Csekély jelentőségű a megállapodás, ha a megállapodást kötő feleknek és az azoktól nem független vállalkozásoknak az együttes részesedése az érintett piacon a tíz százalékot nem haladja meg, kivéve, ha az
- a vételi vagy az eladási árak versenytársak közötti közvetlen vagy közvetett meghatározására, vagy
 - a piac versenytársak által történő felosztására vonatkozik.
- 319.A Tpvt. 2001. február 1-jétől hatályos 16/A. § (1) bekezdése alapján nem vonatkozik a versenykorlátozás tilalma alóli csoportos mentesülés a megállapodásra, ha a megállapodás és az érintett piacon érvényesülő további hasonló megállapodások együttes hatásaként a 17. § (1) bekezdésében foglaltak nem teljesülnek. A (2) bekezdés értelmében a Gazdasági Versenyhivatal eljárása során megállapíthatja, hogy az (1) bekezdésben foglaltakra tekintettel a csoportos mentesülés kedvezménye a jövőre nézve nem vonatkozik a megállapodásra. Ilyen esetben bírság kiszabásának nincs helye.
- 320.A Tpvt. 17. §-a szerint mentesül a 11. §-ban foglalt tilalom alól a megállapodás, ha
- a hozzájárul a termelés vagy a forgalmazás ésszerűbb megszervezéséhez, vagy a műszaki vagy a gazdasági fejlődés előmozdításához, vagy a környezetvédelmi helyzet vagy a versenyképesség javulásához;
 - a megállapodásból származó előnyök méltányos része a fogyasztóhoz, illetve az üzletfélhez jut;
 - a gazdasági verseny velejáró korlátozása vagy kizárása a gazdaságilag indokolt közös célok eléréséhez szükséges mértéket nem haladja meg; és
 - nem teszi lehetővé az érintett áruk jelentős részével kapcsolatban a verseny kizárását.
- 321.A Tpvt. 20. §-a szerint annak bizonyítása, hogy a megállapodás a tilalom alól a 16. § vagy a 17. § alapján mentesül, azt terheli, aki a mentesülésre hivatkozik.
- 322.A Tpvt. 75. § (1) bekezdése szerint ha a hivatalból indult versenyfelügyeleti eljárásban vizsgált magatartás tekintetében az ügyfél kötelezettséget vállal arra, hogy magatartását meghatározott módon összhangba hozza e törvény, illetve az EK-Szerződés 81–82. cikkének rendelkezéseivel, és a közérdek hatékony védelme e módon biztosítható, az eljáró versenytanács végzéssel – az eljárás egyidejű megszüntetésével – kötelezővé teheti a vállalat teljesítését, anélkül, hogy a végzésben a törvénysértés megvalósulását, vagy annak hiányát megállapítaná. A végzés ellen külön jogorvoslatnak van helye (82. §).

VII. Az előzetes álláspont

323. A 2016. augusztus 4-én kelt előzetes álláspont²⁰³ az alábbiakat helyezte kilátásba a vizsgált magatartás kapcsán.
324. Az előzetes álláspont megállapítani tervezte, hogy az eljárás alá vontak megállapodásaikban a gazdasági verseny korlátozását célzó és arra alkalmas magatartást tanúsítottak a céljutalékokra vonatkozó kikötések alkalmazásával. A vizsgált időszakban a sávos jutalékok kifizetését az eljárás alá vont biztosítók meghatározott értékesítési mennyiségek eléréséhez, egyes esetekben a biztosítók piaci részesedéséhez kötötték. Az Allianz és a Generali ezen magatartásának célja az MPM alkusz értékesítéseinek ösztönzése révén a gépjárműbiztosítási piacon elért piaci részesedések megtartása, a csökkenés megállítása, illetőleg lehetőség szerint növelése volt, azáltal, hogy alkusz az Allianz, illetve a Generali termékeit részesítse előnyben a többi versenytárs biztosítóval szemben, ily módon az alkusz magatartásának befolyásolása. Az előzetes álláspont szerint a rendelkezésre álló bizonyítékok igazolták, hogy a gyakorlatban a vizsgált időszakban ezen kikötések ténylegesen akként funkcionáltak, hogy az MPM csak a céljutalékot fizető eljárás alá vont biztosítók CASCO és kgfb termékeit ajánlotta az ügyfeleknek, függetlenül ezen biztosítási konstrukciók egyéb tulajdonságaitól. Ennek gyakorlati érvényesüléséhez az is hozzájárult, hogy a vizsgált időszakban mind a Generali, mind az Allianz a (leg)magasabb jutaléksáv alapján előlegként folyósította a céljutalékot az alkusz részére, amely által még inkább abba az irányba terelte a piaci magatartását, hogy a céljutalék megállapodásban foglalt darabszámokat teljesítse, hiszen ellenkező esetben az alkuszt visszafizetési kötelezettség terhelte az időszak végi elszámolások alapján.
325. Az előzetes álláspont hivatkozott a KGFB és CASCO termékek tekintetében az eljárás alá vont biztosítók magas piaci részesedésére, a(z al)piacok koncentráltságára, a biztosítási alkuszokon keresztül történő értékesítés fontosságára. Utalt továbbá a biztosítási alkusz különleges szerepére, amely azt eredményezi, hogy a biztosítási piacon a hozzáférők vonatkozásában mintegy ő hozza létre és működteti a piacon lévő versenyző termékek versenyét. Ennek megfelelően alkalmas a Tpv. megsértésére minden olyan magatartás, amely ezen verseny megakadályozását, korlátozását vagy torzítását célozza, vagy ilyen hatást fejthet, illetve fejt ki.
326. Az előzetes álláspont megállapítani tervezte továbbá, hogy a vizsgált megállapodások nem tartoznak a vertikális csoportmentességi rendelet hatálya alá, tekintettel arra, hogy az MPM – a tulajdonosi struktúrájára és a működésére tekintettel – a márkakereskedéseket tömörítő vállalkozások társulásának minősül, amely a vertikális csoportmentességi rendelet 1. §-ának (2) bekezdése alapján csak akkor mentesülhetne, ha a tagok mindegyike árukat értékesítő kiskereskedő, és a társulás egyetlen tagjának és a vele azonos vállalkozáscsoportba tartozó vállalkozásoknak a teljes éves forgalma együttesen sem haladja meg a 4 milliárd forintot, a jelen esetben azonban szolgáltatások értékesítéséről van szó, és a 4 milliárd forintos küszöb sem teljesül valamennyi tag vonatkozásában.

²⁰³ Betekinthető változat iratszám: VJ/32-103/2014.

327. Az előzetes álláspont emellett arra a következtetésre jutott, hogy az alkuszi együttműködési megállapodások, illetőleg céljuttalékra és célfeladatokra vonatkozó megállapodások, figyelemmel arra, hogy a biztosítási alkusz a fogyasztó érdekében (és megbízásából) jár el, nem ad-vesz terméket, hanem közvetít, nem tekinthetők valódi ügynöki megállapodásnak, így a biztosítók és az alkusz közötti megállapodásokra a Tpvt. 11. § hatálya kiterjed.
328. Az előzetes álláspont megállapította, hogy a csekély jelentőség feltételei az eljárás alá vontak piaci részesedéseire tekintettel nem teljesülnek, az eljárás alá vontak által felhozott, egyedi mentesüléssel kapcsolatos érveket pedig nem találta elégségesnek ahhoz, hogy azok a Tpvt. 17. §-ában foglalt feltételek teljesülését alátámasszák.
329. Mindezekre tekintettel az előzetes álláspont jogsértés megállapítását és bíróság kiszabását helyezte kilátásba.

VIII.

Jogi értékelés

VIII.1. Alkalmazandó jog

330. A jelen megismételt eljárás jogalapja – az alapügy és a bírósági felülvizsgálat által szabott keretek között – kizárólag a Tpvt. 11. §-a.
331. Mindazonáltal az eljárás alá vontak vizsgált magatartásának értékelése során – a Tpvt. 11. §-ának és az EUMSZ. 101. cikkének szövegszerű azonosságára és a Kúriának a Tpvt. és az EUMSZ. azonos célokat szolgáló rendelkezéseivel összefüggésben kifejtett álláspontjára,²⁰⁴ valamint az Európai Unió Bíróságának joggyakorlatára²⁰⁵ is tekintettel – az eljáró versenytanács a vonatkozó európai uniós joggyakorlatot is alapul veszi a jogi értékelés során.

VIII.2. Megállapodás

332. Versenyjogi szempontból nem akkor jön létre egy, a Tpvt. 11. §-ába ütköző megállapodás, ha azt a szerződő felek polgári jogi vagy társasági jogi alapon érvényesen aláírják, hanem akkor, amikor a megállapodásban rögzítettekkel vonatkozóan a felek közötti akarategyezés megállapítható. A versenyjogi értelemben tiltott megállapodáshoz nem szükséges feltétel az, hogy az polgári jogi vagy társasági jogi értelemben érvényes

²⁰⁴ „A Legfelsőbb Bíróság először is megállapítja, hogy a Tpvt. 11. §-a (1) bekezdésének szövege szinte teljesen megegyezik az EUMSZ. 101. cikk (1) bekezdésének szövegével, és a Tpvt. 11. §-ának értelmezése – amely rendelkezés a szóban forgó megállapodások tekintetében irányadó – a jövőben ugyancsak hatással lesz az EUMSZ. 101. cikk e tagállamban történő értelmezésére. E bíróság egyébiránt kiemeli, hogy nyilvánvaló érdek fűződik ahhoz, hogy az uniós jog rendelkezései vagy fogalmai egységes értelmezést kapjanak.”, ld. C-32/11. sz. Allianz Hungária Biztosító Zrt. és társai kontra Gazdasági Versenyhivatal ügyben 2013. március 14-én hozott ítélet [ECLI:EU:C:2013:160] 15. pont

²⁰⁵ „A Bíróság állandó ítélkezési gyakorlata értelmében egyértelmű európai uniós érdek, hogy a jövőbeli eltérő értelmezések elkerülése érdekében egységesen értelmezzék az uniós jogból vett rendelkezéseket vagy fogalmakat, függetlenül attól, hogy milyen körülmények között alkalmazzák őket (lásd különösen: 2013. március 14-i Allianz Hungária Biztosító és társai ítélet, C-32/11, EU:C:2013:160, 20. pont; 2014. december 4-i FNV Kunsten Informatie en Media ítélet, C-413/13, EU:C:2014:2411, 18. pont; 2015. november 26-i Maxima Latvija ítélet, C-345/14, EU:C:2015:784, 12. pont).” C-542/14. sz. SIA VM Remonts és társa kontra Lett Versenytanács ügy 17. pont

- legyen, illetve az sem, hogy az bármilyen írásbeli formát öltön. Szükséges és egyben elegendő feltétel, ha az érintett felek akarategyezsége megállapítható, vagy a felek megállapodásra utaló magatartást tanúsítanak.
333. A vertikális csoportmentességi rendelet értelmében vertikális megállapodás az olyan megállapodás vagy összehangolt magatartás, amelyben a résztvevő vállalkozások mindegyike a termelési vagy forgalmazási lánc egymástól eltérő szintjén működik, és amely azokra a feltételekre vonatkozik, amelyek mellett egyes áruknak vagy szolgáltatásoknak a felek általi vásárlása, értékesítése vagy viszonteladása történik.
334. Tekintettel arra, hogy a céljutalék megállapodásokat a felek írásos szerződésbe foglalták, azok versenyjogi szempontból kétségkívül megállapodásnak minősülnek.
335. A fentebb kifejtettek alapján megállapítható továbbá, hogy a biztosítók és az alkuszok a forgalmazási lánc eltérő szintjén működnek, s bár a biztosítók közvetlenül is értékesítenek biztosításokat a fogyasztóknak, az alkuszok csak a biztosítások közvetítésére jogosultak, maguk biztosítási szolgáltatásokat saját nevükben nem nyújthatnak, azaz nincsenek jelen a kereskedelemnek azon a szintjén, amelyen a megállapodás szerinti szolgáltatásokat beszerzik. Megállapítható emellett, hogy a vizsgált céljutalék megállapodások a KGFB és a CASCO biztosítások közvetítésére vonatkozó alkuszi együttműködési megállapodásokban részletezett feltételeket egészítik ki, ekként a biztosítási szolgáltatások értékesítésének feltételeire vonatkoznak.
336. Mindezek alapján a vizsgált céljutalék megállapodások vertikális megállapodásoknak minősülnek. Megjegyzi az eljáró versenytanács, hogy közvetve ez a következtetés olvasható ki az Európai Bíróság C-32/11. sz. Allianz Hungária Biztosító Zrt. és társai kontra Gazdasági Versenyhivatal ügyben 2013. március 14-én hozott ítéletének 46. pontjában foglaltakból is, amely szerint „[m]indazonáltal még a biztosítótársaságok közötti megállapodás vagy összehangolt magatartás hiányában is helyénvaló annak vizsgálata, hogy – figyelembe véve azt a gazdasági és jogi környezetet, amelybe az *alapeljárás tárgyát képező vertikális megállapodások* illeszkednek – e megállapodások a gépjármű biztosítási piacon fennálló verseny tekintetében elegendően károsak-e ahhoz, hogy „a verseny célzott korlátozásának” minősüljenek.”

VIII.3. Az MPM mint (valódi) ügynök

337. Versenyjogi szempontból jelentősége van annak, hogy az MPM tekinthető-e az eljárás alá vont biztosítók ügynökének. 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 vállalkozások. A versenyjog a (valódi) ügynök-megbízó kapcsolatot szabályozó szerződés „ügynök” szerepét betöltő tagját nem tekinti gazdaságilag autonóm piaci szereplőnek, megbízójától az adott termékek forgalmazása (vagy beszerzése) tekintetében gazdasági döntéseire nézve független vállalkozásnak, így az ilyen jogviszonyokra a Tpv. 11. §-a szerinti tilalom sem vonatkozik.
338. Az ügynök olyan jogi vagy természetes személy, akit hatáskörrel ruháztak fel, hogy egy másik személy (megbízó) megbízásából szerződésekről tárgyaljon és/vagy meg is kösse azokat saját nevében vagy a megbízó nevében az alábbi tárgyakra:
- áruk vagy szolgáltatások megbízó általi vásárlása, vagy
 - áruk vagy szolgáltatások megbízó általi értékesítése.

339. A jelen esetben vizsgált alkuszi együttműködési megállapodások, illetőleg céljuttaléokra és célfeladatokra vonatkozó megállapodások, figyelemmel arra, hogy a biztosítási alkusz nem a biztosító megbízásából, hanem a fogyasztó érdekében (és megbízásából) jár el, nem tekinthetők (valódi) ügynöki megállapodásnak, így a megbízó-ügynöki jogviszony a biztosítók és az alkuszok vonatkozásában nem áll fenn.
340. Megjegyzendő, hogy még ha a fentiekől eltérően az MPM és az eljárás alá vont biztosítók viszonyát ügynöki jogviszonynak is tekintenénk, az versenyjogi értelemben nem valódi ügynöki viszonnak minősülne. Ennek megítélése során a Bizottság vizsgált időszakban hatályos vertikális iránymutatása²⁰⁶ (a továbbiakban: Vertikális iránymutatás) 14. bekezdése szerint az a meghatározó tényező, hogy milyen pénzügyi vagy kereskedelmi kockázatot vállal az ügynök azon tevékenységek vonatkozásában, amelyekre ő a megbízótól ügynöki megbízást kapott. Az ügynöki megállapodások valódi voltának értékelése során a 81. cikk (1) bekezdése alapján kétfajta pénzügyi vagy kereskedelmi kockázat fennállása lehet lényeges szempont. Először is, vannak olyan kockázatok, amelyek közvetlenül kapcsolódnak az ügynök által a megbízó részére megkötött vagy megtárgyalt szerződésekhez – ilyen például a raktárkészletek finanszírozása. Másodsorban, vannak olyan kockázatok, amelyek egy adott piachoz kötődő beruházásra vonatkoznak. Ezek olyan beruházások, amelyek kifejezetten ahhoz a tevékenységfajta-hoz kötődnek, amelyre vonatkozóan a megbízó az ügynököt megbízta, azaz ahhoz szükségesek, hogy az ügynök képes legyen megkötni és/vagy megtárgyalni az adott típusú szerződést. Az ilyen beruházások általában nem térülnek meg, ha az adott tevékenységi területről való kivonulás után a beruházás nem használható fel más célokra, vagy a befektetést csak jelentős veszteséggel lehet értékesíteni.
341. A jelen esetben megállapítható, hogy az alkusz, illetve a márkakereskedések elsősorban személyzeti fejlesztéseket bizonyosan megvalósítottak, hiszen szükséges volt az értékesítők képzése az alaptevékenységtől eltérő jellegű biztosítási szolgáltatások bemutatása, ajánlása, a szerződéses nyomtatványok kitöltése, a szerződések megkötése érdekében, továbbá az alkuszt a vevő nem teljesítése esetén bizonyos mértékben felelősség terhelte, tekintve, hogy ha a fogyasztó a biztosítási díjat a biztosítónak nem fizette meg vagy ha a szerződést bizonyos időn belül felmondta, az alkusznak jutlékvisszafizetési kötelezettsége keletkezett (vö. 131., 136., 150. pontok).²⁰⁷

VIII.4. Vertikális megállapodások értékelésének keretei

342. A Vertikális iránymutatás a vertikális megállapodások elemzésére vonatkozóan egy négy lépésből álló módszertant vázolt fel,²⁰⁸ amelyet az eljáró versenytanács a szabályozási rendszer hasonlóságára tekintettel a Tpv. alapján történő értékelés szempontjából is irányadónak tart.
343. Elsőként meg kell határozni az érintett piacot annak érdekében, hogy megállapítható legyen – az adott vertikális korlátozástól függően – a szállító vagy a vevő piaci részesedése.

²⁰⁶ Bizottsági közlemény: A vertikális korlátozásokról szóló iránymutatás, HL 2000/C 291/01.

²⁰⁷ Vö. Vertikális iránymutatás 16. bekezdésének ötödik és hetedik francia bekezdése.

²⁰⁸ Vertikális iránymutatás 120. bekezdés.

344. Ha a piaci részesedés nem haladja meg a 30%-os küszöbértéket, akkor a vertikális megállapodásra vonatkozik a csoportmentesítési rendelet – a különösen súlyos korlátozások és a megállapodás feltételeinek figyelembevételével.
345. Ha a piaci részesedés meghaladja a 30%-os küszöbértéket, akkor értékelni kell, hogy a vertikális megállapodás a 81. cikk (1) bekezdésének hatálya alá tartozik-e. E körben a Vertikális iránymutatás 121. bekezdése értelmében az alábbi tényezőknek van kiemelt szerepe:
- a) a szállító piaci helyzete;
 - b) a versenytársak piaci helyzete;
 - c) a vevő piaci helyzete;
 - d) piacra lépési korlátok;
 - e) a piac érettsége;
 - f) a kereskedelem szintje;
 - g) a termék jellege;
 - h) egyéb tényezők.
346. Ha a vertikális megállapodás a 81. cikk (1) bekezdésének hatálya alá tartozik, akkor meg kell vizsgálni, hogy megfelel-e a 81. cikk (3) bekezdésében foglalt mentesítés feltételeinek.
347. Megjegyzendő ugyanakkor, hogy a Tpv. 2001. február 1-jétől hatályos 16/A. §-a értelmében – összhangban a Vertikális iránymutatás IV.1. fejezetében foglaltakkal – az egyébként a csoportmentességi rendeletben foglalt feltételeknek megfelelő megállapodás esetén is megvonható a kedvezmény (a jövőre vonatkozóan), ha a hasonló megállapodások hálózatának halmozott hatásaként a verseny az érintett piacon jelentős mértékben korlátozódik.

VIII.5. Csoportmentességi rendelet alkalmazhatósága

348. A jelen eljárás tárgyát képező megállapodások elsődlegesen a gépjárműbiztosításokat, azon belül a KGFB és a CASCO módozatokat egyaránt érintik. Az eljárás alá vont Allianz piaci részesedése mindkét szegmensben jelentősen meghaladta a 30%-os küszöbértéket, a Generali részesedése azonban mindkét szegmensben mindvégig ez alatt maradt. Megállapítható ugyanakkor, hogy a Generali piaci részesedése mind a KGFB, mind a CASCO tekintetében elég jelentős (15-20%) volt ahhoz, hogy – a céljuttalék megállapodások versenykorlátozó jellegének megállapíthatósága esetén – jelentős mértékben hozzájáruljon a halmozott hatások kialakulásához, különös tekintettel arra, hogy az eljárás alá vont biztosítók a rendelkezésre álló bizonyítékok szerint nemcsak az eljárás alá vont MPM-mel való viszonyukban alkalmazták a céljuttalék kiírásokat, hanem más alkuszok esetében is (ld. e tekintetben különösen a MOSZ és a Porsche esetét).
349. Az előzetes álláspont emellett arra a következtetésre jutott, hogy a csoportmentességi rendelet annak okán sem alkalmazható a jelen eljárás tárgyát képező megállapodásokra, mert az MPM vállalkozások társulásának minősül, amely nem teljesíti a vertikális csoportmentességi rendeletben foglalt feltételeket. Ezt a megállapítást az eljárás alá vontak az előzetes álláspontra tett észrevételeikben vitatták. Az eljáró versenytanács ugyanakkor az eljárás alá vontak kötelezettségvállalásának elfogadására tekintettel nem látta szükségesnek, hogy az MPM vállalkozások társulásakénti minősülése kérdésében véglegesen állást foglaljon.

VIII.6. A verseny korlátozása

VIII.6.1. A vizsgált céljutalék megállapodások releváns jellemzői

350. A régi Bit. rendelkezései között szerepelt, hogy a biztosítási alkuusz jutalékát a biztosító fizeti. Ugyan az új Bit. e vonatkozásban nem tartalmaz rendelkezéseket, a biztosítási szabályok és a kialakult gyakorlat értelmében a biztosítási alkuusz továbbra sem megbízójától, hanem a biztosítóktól kapja jutalékát. Az általános piaci gyakorlat szerint a biztosítók a szerződés megkötéséért szerződéskötési, a szerződés fenntartásáért fenntartási vagy folytatólagos jutalékot fizetnek. Az Allianz – MPM, Generali – MPM közötti alkuuszi együttműködési megállapodások is ezeket a jutaléktípusokat tartalmazzák.
351. Kétségtelen, hogy a jutalék mértéke egyes biztosítási alkuuszok számára meghatározó lehet biztosításközvetítői tevékenységük során. Bármely biztosító számára rendelkezésre áll a lehetőség, hogy az alkuusz számára kedvező jutalékot kínáljon.
352. Míg az alapjutalékok (jutalékok típusa, kifizetés feltételei) az alkuuszi együttműködési megállapodás részét képezték, a céljutalékokat az alkuuszi együttműködési megállapodáson túl, a biztosító és a biztosítási alkuusz közötti ún. kiegészítő megállapodásban vagy kifejezett – elnevezése szerint is – céljutalék megállapodásban szabályozták. Ezen kiegészítő illetve céljutalék megállapodásokat az alkuuszi együttműködési megállapodásokon felül, eseti jelleggel kötötték, gyakran az értékesítés szempontjából kiemelt időszakokhoz kötődően, pl. egy adott gépjárműmárkán belül új típus megjelenése, kampányidőszak, szolgáltatóváltás. Ugyanakkor voltak akár egy éves időtartamra szóló és/vagy ugyan csak rövidebb időszakot felölelő, de folyamatosan megújuló (lényegében folytatólagos) céljutalék megállapodások is.
353. Az alapjutalékok gyakorta fix mértékben lettek meghatározva (vö. Allianz alapjutalékai, bár itt is több kategória létezett, tehát az alkuuszok a teljesítményüktől és tárgyalási pozíciójuktól, alkuerejüktől függően eltérő mértékű jutalékokban részesülhettek), de léteztek olyan biztosítók is, akik az alapjutalékokat is sávós jellegűen alakították ki (vö. Generali). A kiegészítő, illetve céljutalék megállapodásokban rendszerint az alkuusz teljesítményétől függő sávós jutalékkulcsok kerültek megállapításra. A biztosítók a cél-, bónusz vagy kampányjutalék mértékét az alkuusz által a biztosítóhoz közvetített szerződések darabszámához, illetve állománydíjához (bruttó éves biztosítási díj) mérten sávósan állapították meg. Emellett előfordultak olyan célfeladat kiírások is, amikor a jutalékbónusz az új szerződések meghatározott részének adott biztosítóhoz történő közvetítése esetén járt.
354. A célfeladat kiírások körében az eljárás alá vont biztosítók rendszeresen előlegfizetéssel is éltek, amelyet a megállapodások szövege maga, a Generali jutalékelemzése, az MPM által becsatolt számlák valamint közvetve a MOSZ-Allianz levelezés is igazol. Ez azt jelentette, hogy a biztosító a (leg)magasabb jutaléksáv alapján előlegként folyósította a céljutalékot az alkuusz részére, amelyből adódó különbözetet azonban az alkuusznak nemteljesítés esetén az évvégi elszámolások alapján vissza kellett (volna) fizetnie.
355. A rendelkezésre álló bizonyítékok – különösen a biztosítók és az MPM közötti levelezés, illetve az MPM tényleges kötései – igazolják, hogy a gyakorlatban a vizsgált időszakban az MPM ügyfelei nagyrészt a céljutalékot fizető eljárás alá vont biztosítók CASCO és KGFB termékeit vették igénybe.

VIII.6.2. A vizsgált céljuttalék megállapodások versenykorlátozó jellege

356. Az eljáró versenytanács a vizsgált megállapodások versenykorlátozó jellegének vizsgálata során a Vertikális iránymutatás 121. bekezdésében foglalt tényezőket az alábbiak szerint értékelte.
357. A szállító piaci helyzetét elsősorban és leginkább az érintett termék- és földrajzi piacon való piaci részesedése határozza meg. Minél magasabb a piaci részesedése, valószínűsíthetően annál nagyobb a piaci ereje. A szállító piaci helyzetét tovább erősíti, ha versenytársaival szemben bizonyos költségelnyőkkel rendelkezik. Ezek a versenyelőnyök eredhetnek abból, hogy elsőként tett lépéseket a piacon (a legjobb helyen van stb.), főszabadalom birtokosa, magasabb szintű technológiával rendelkezik, márkavezető, illetve magasabb minőségű portfólióval rendelkezik.
358. A fentiek kapcsán megállapítható, hogy az Allianz mind a KGFB, mind a CASCO vonatkozásában piacvezetőnek minősült, részben történeti okokra tekintettel 50%-ot meghaladó részesedéssel rendelkezett. Piaci részesedése a KGFB szegmensen folyamatosan csökkent, a CASCO tekintetében azonban csak mérsékelt csökkenés volt megfigyelhető. A Generali esetében a 2000. évben fennálló, mindkét szegmensen 20% fölötti piaci részesedés a KGFB tekintetében a vizsgált időszakban folyamatosan erodálódott, a CASCO szegmensen azonban inkább stagnálás figyelhető meg.
359. A versenytársak piaci helyzete ugyanilyen jellemzőkkel – azaz a piaci részesedéssel és a lehetséges versenyelőnyökkel – írható le. Minél erősebbek a működő versenytársak és minél többen vannak, annál kisebb a kockázata annak, hogy a szóban forgó szállító vagy vevő képes lesz egyedül kizárni másokat a piacról, és annál kisebb a márkán belüli verseny csökkentésének kockázata. Ha viszont a versenytársak száma meglehetősen alacsony lesz és piaci helyzetük (méret, költségek, K + F képesség stb.) megközelítőleg hasonló, ez a piacszerkezet növelheti az összejátszások veszélyét. A hullámzó vagy gyorsan változó piaci részesedések általában az intenzív verseny jele.
360. Az Allianz és a Generali mindkét biztosítási típus esetében az első két piaci szereplő volt a vizsgált időszakban, bár kettejük piaci ereje között a fentiek értelmében számottevő különbség volt megfigyelhető. A versenytársaik közül „leszakadva”, különösen az Allianzhoz képest jóval kisebb részesedésre tudtak szert tenni, a KGFB tekintetében az Argosz (K&H), az Axa (Uniqua), az Aegon, az OTP Garancia és az Union ért el 5% körüli, vagy azt kicsit meghaladó részesedést, míg a CASCO szegmensen az Axa (Uniqua) és az OTP Garancia tudott 5-10%-nyi piaci részesedést kiszakítani. Mindkét szegmensről elmondható tehát, hogy rendkívül koncentrált volt, az Allianz jelentős túlsúlyával és a Generali stabil második helyével. Bár különösen a KGFB esetében kampányidőszakban kiéleződhetett a verseny, arra vonatkozóan az eljáró versenytanács nem rendelkezik információkkal, hogy az egyes években hogyan alakult a „megszerezhető” (azaz az újonnan megjelenő, szerződését megújító, illetőleg máshoz átszerződő) ügyfeleken belül az egyes biztosító társaságok részaránya. Az ugyanakkor ismert, hogy a KGFB kampányidőszakban [ÜZLETI TITOK].
361. A vásárlóerő a vevő piaci helyzetéből fakad. A vásárlóerő első mutatója a vevő piaci részesedése a vételi piacon. Ez a részesedés jelzi keresletének fontosságát a lehetséges szállítók számára. Más jellemzők a vevőnek a viszonteladási piacon elfoglalt piaci helyzetére vonatkoznak, így például az üzletei elhelyezkedésének széles földrajzi kiterjedtsége, a vevő/forgalmazó saját márkái és arculata a végső fogyasztók körében. A különböző vertikális korlátozások esetében eltérő a vásárlóerő hatása a versenyellenes

- következmények bekövetkezésének valószínűsége szempontjából. A vásárlóerő különösen erősítheti a negatív hatásokat a korlátozott forgalmazási és piacfelosztó csoportba tartozó korlátozások esetén, ilyenek például a kizárólagos értékesítés, a kizárólagos forgalmazás és a mennyiségi alapú szelektív forgalmazás.
362. Az alkuszok mint „vevők” a biztosító társaságok egyik legjelentősebb értékesítési csatornájává nőttek ki magukat, ezen belül is a márkakereskedések az új autó értékesítések révén a CASCO biztosítások közvetítésének fő letéteményeseinek számítottak. A jelen eljárás előzményét képező alapeljárásban vizsgált három alkusz (Porsche, MOSZ, MPM) együttesen az új személygépjármű értékesítések 35-40%-áért feleltek, az MPM ugyanakkor ezen belül csak 4-6%-ot képviselt. Ezzel összhangban az MPM mind az Allianz, mind a Generali esetében csak viszonylag kevés alkalommal került be a TOP 5 értékesítési partner közé. Az is megállapítható továbbá, hogy az MPM az Allianz értékesítésén belül összességében meglehetősen csekély ([ÜZLETI TITOK]% körüli) súlyt képviselt, de még az alkuszokon belüli súlya is viszonylag alacsonynak ([ÜZLETI TITOK]%) mondható. Sokkal jelentősebb egyedi részedést a többi alkusz sem tudott magának kivívni az Allianz-on belül, az új értékesítésekre, újrakötésekre, átszerződésekre vonatkozó adatok azonban e tekintetben sem állnak rendelkezésre.
363. A piacra lépési korlátok mértéke attól függ, hogy a piacon lévő vállalkozások mennyire tudják áraikat a versenyszint – általában a minimális átlagos összköltség – fölé emelni, és extraprofitot termelni anélkül, hogy más vállalkozások piacra lépésétől kellene tartaniuk. Piacra lépési korlátok hiányában más vállalkozások könnyű és gyors piacra lépése következtében megszűnne az ilyen nyereség. A piacra lépési korlátozások alacsonynak mondhatók, ha a tényleges piacra lépés, amely megelőzné vagy felmorzsolná az extraprofitot, feltehetően egy vagy két éven belül bekövetkezik. A piacra lépési korlátok sokféle tényezőtől eredhetnek, így nagyságrendi és kiterjedési előnyökből, kormányzati rendelkezésekből – különösen akkor, ha azok kizárólagos jogokat létesítenek, támogatást nyújtanak, importvámokat állapítanak meg – szellemi alkotásokra vonatkozó jogokból, erőforrások feletti rendelkezésből ott, ahol a kínálat korlátozott – például a természeti korlátok miatt –, lényeges kedvezményekből, az első lépés előnyéből, valamint az erőteljes reklámozással kialakított fogyasztói márkahűségéből. A vertikális korlátozások és a vertikális integráció szintén működhet piacra lépési korlátként azáltal, hogy nehezebbé teszi a piacra lépést és így a (potenciális) versenytársakat kizárhatja. A piacra lépési korlátok megjelenhetnek csak a szállító vagy a vevő szintjén, illetve mindkét szinten.
364. A fentiekkel összefüggésben megállapítható, hogy a piaci szereplők számossága jelzi, mind a biztosítók, mind az alkuszok esetében adott volt a piacra lépés lehetősége a megfelelő tőkével és szakértelemmel rendelkező személyek számára. A biztosítók vonatkozásában ez főként külföldi székhelyű biztosító társaságok hazai megtelepedésével valósulhatott meg, alkuszként azonban kisebb vállalkozások is sikerrel piacra tudtak lépni.
365. Az érett piac olyan piac, amely már egy ideje működik, ahol a használt technológia jól ismert, széles körben elterjedt és nem sokat változik, ahol nincsenek alapvető újdonságok a márkák tekintetében, és ahol a kereslet aránylag állandó, illetve csökkenő. Ilyen piacokon valószínűbbek a negatív hatások, mint a dinamikusabb piacokon.
366. Ami a piac érettségét illeti, mindkét szegmens bővülésen ment keresztül a vizsgált időszakban; mind a KGFB-üzletág, mind a CASCO díjbevétele közel megduplázódott 2000 és 2005 között. A forgalmazási csatornák tekintetében is jelentős változások történtek, az internet hozzáférési lehetőségek bővülésével megjelentek az online

- összehasonlító oldalak és szerződéskötési lehetőségek, melyek – különösen a vizsgált időszakot követően – egyre nagyobb szerephez jutottak.
367. A kereskedelem szintje a közbenső és végső áruk és szolgáltatások közötti különbségtételhez kapcsolható; a negatív hatások általában kevésbé valószínűek a közbenső áruk és részszolgáltatások szintjén.
368. A jelen eljárásban vizsgált megállapodások követlenül a kereskedelem biztosító és alkusz közötti szintjét érintették, azonban kihatottak a fogyasztók választására is: az értékesítés-ösztönzés célja az alkuszok befolyásolása volt annak érdekében, hogy azok az érintett biztosítótársaságok termékeinek értékesítését preferálják.
369. A termék jellege különösen a végtermékek esetében játszik szerepet mind a feltételezhető negatív, mind pozitív hatások értékelése során. A feltételezhető negatív hatások értékelése során fontos az, hogy a piacon lévő termékek inkább homogének vagy heterogének, drága-e a termék, a fogyasztó költségvetéséből nagy részt igényel-e vagy olcsó, valamint az, hogy a termék egyszeri és végső vásárlás tárgya vagy többszöri ismételt vásárlásé. Általában véve, ha a termék heterogénebb, olcsóbb és inkább egyszeri vásárlásra emlékeztet, akkor valószínűbb, hogy a vertikális korlátozás negatív hatásokkal fog járni.
370. A termék jellegével kapcsolatban az alábbi megállapítások tehetők. A biztosítási szolgáltatások nem tekinthetők homogén terméknek, sokkal inkább differenciáltak, a fogyasztók számára jellemzően viszonylag bonyolultak, összetettek, és az eltérő tartalom és fedezet, valamint a díjszerkezet, kedvezmények különbözőségei miatt nehezen is összehasonlíthatóak. Az alkuszok egyik funkciója éppen az (lett volna), hogy a fogyasztók számára az összehasonlíthatóságot, a választást megkönnyítsék. Mind a KGFB, mind a Casco termékek egy évre vonatkoztatva viszonylag jelentősebb értékűek, ugyanakkor a fedezet jellege és a kampányjellegű váltások miatt kielezettebb versenyhelyzet okán a KGFB a fogyasztók költségein belül kisebb súlyt képviselt. (Megjegyzendő ugyanakkor, hogy az autóvásárlás miatti szerződéskötések esetén a biztosítási díjak az autó értékéhez képest általában sokkal kisebb volumenűek.) Szintén az év végi biztosítótársasági kampányból kifolyólag a KGFB esetében jellemzőbbek voltak az ismételt vásárlások (a korábbi szerződés felmondásával), a CASCO esetében ezzel szemben kevésbé volt jellemző a szerződés felmondása és újrakötése, nagyobb arányban lehettek jelen az egyszeri vásárlások.
371. Az adott korlátozások értékelése során egyéb tényezőket is figyelembe kell venni. Ezen tényezők közé tartozik a halmozott hatás, vagyis az, ha a piacot hasonló megállapodások fedik le, valamint az „egyoldalú” megállapodás (főként az egyik felet terhelik a korlátozások vagy kötelezettségek) vagy „kölcsönös” megállapodás (mindkét felet kötnek kötelezettségek vagy korlátozások), a szabályozási környezet és magatartás, amely jelezheti vagy erősítheti az olyan összejátszást, mint az árdiktálás, előre bejelentett árváltozások és megállapodások a „megfelelő” árról, árszigorítás, mintegy válaszként többletkapacitásra, árdiszkrimináció és múltbeli összejátszó magatartás.
372. E körben kiemelendő, hogy bár a jelen versenyfelügyeleti eljárás tárgyát csak az Allianz és az MPM, illetve a Generali és az MPM közötti céljuttalék megállapodások képezték, mindkét biztosítótársaság kiterjedten alkalmazta az alkuszokkal fennálló jogviszonyában ezt az eszközt, s rajtuk kívül más biztosító társaságok is éltek ezzel a lehetőséggel. Ennek megfelelően az esetleges versenykorlátozás értékelése során nem lehet kizárólagosan az eljárás tárgyát képező megállapodásokra fókuszálni, hanem a piacon érvényesülő hasonló megállapodások halmozott hatása is vizsgálendő. Ezen hasonló megállapodások

feltételeit, körülményeit az eljárás során – részben az eltelt idő hosszára figyelemmel – csak részlegesen sikerült feltárni.

373. A szabályozási környezettel összefüggésben megállapítható, hogy az alkusz és a biztosító közötti kapcsolat nem tekinthető tipikus vertikális kapcsolatnak, hiszen a biztosító szolgáltatását értékesítő alkusz megbízója nem a biztosító, hanem az alkusszal e célból szerződést kötő fogyasztó, amely szerződéses kapcsolatban az alkusz speciális közvetítő szerepet játszik. Ehhez hozzájárul, hogy a régi Bit. 32. § (2) bekezdése tartalmazta azon előírást miszerint az alkusz jutalékát a biztosító fizeti, amely finanszírozási megoldás az eljárás alá vont biztosítók nyilatkozata szerint olyannyira piaci hagyománnyá vált, hogy a szabályozási változás ellenére sem változtattak rajta, miután a rendelkezés az új Bit.-ből már kimaradt.
374. Megjegyzendő továbbá, hogy a régi Bit. 32. § (4) bekezdése azt is előírta, hogy az alkusz köteles a biztosításszakmai szabályok betartására, majd az új Bit. 46. § (3) bekezdése előírta, hogy az alkusz a biztosítási szerződés megkötésének előkészítése során köteles kielégítő mennyiségű, a piacon hozzáférhető biztosítási szerződést elemezni, azonban a vizsgált időszakban hatályos régi és új Bit. sem tartalmazta, hogy hány darab ajánlatot kell az alkusznak a fogyasztó elé tárni a biztosítási szerződés megkötése előtt. Sőt a vizsgált időszakban az is szabályozási probléma volt, hogy az alkusz nem volt köteles a fogyasztó tudomására hozni, hogy mely biztosítók által kínált biztosítás tekintetében rendelkezik anyagi érdekeltséggel, amelybe a céljutalék megállapodás révén előálló addicionális érdekeltség is beletartozik. Ezen diszkrpanciát az Európai Bizottság is azonosította biztosítási ágazati vizsgálatának eredményeiről, következtetéseiről szóló közleményében.²⁰⁹

„19. Az alkuszok mind tanácsadást nyújtanak az ügyfelek számára, mind a biztosítók értékesítési csatornájaként funkcionálnak, ami gyakran párosul szerződés-aláírási és jegyzési jogkörrel. Ez a kettős szerep összeférhetlenség forrása lehet az ügyfeleknek adott tanács tárgyilagosságával és saját kereskedelmi szempontjaik között. Ilyen érdekellentét adódhat az alkuszok díjazásából, beleértve céljutalékokat.

20. A biztosításközvetítők tekintetében a piaci felmérések és nyilvános konzultációk kiemelik azt a tényt, hogy a jelenlegi piaci gyakorlatok – különösen a biztosítók általi díjazás spontán ismertetésének hiánya és más lehetséges érdekellentétek – olyan közeget hoznak létre, amely miatt a vállalati vagyonbiztosítás ügyfelei több esetben nem képesek kellően tájékozottan választani.

21. A gyakorlatok, amelyek ösztökélni kívánják az alkuszokat arra, hogy konkrét biztosítókkal kössenek ügyleteket, a biztosítási piacon alááshatják a tisztességes versenyt a fedezet feltételei, a szolgáltatás és a biztosítók pénzügyi ereje tekintetében. Az ilyen gyakorlatok azt eredményezhetik, hogy a biztosítók egymással versenyeznek az alkuszok díjazása tekintetében azért, hogy forgalmazási lehetőséget „vásároljanak”, illetve hogy legalább az alkusz döntését befolyásolják.

22. A közvetítők által felfedett vonatkozó információk, amelyek a biztosítók által fizetett díjazással és a biztosítóknak nyújtott szolgáltatásokkal kapcsolatosak, csökkenthetik az érdekellentéteket. Jelenleg, ha az információkat ismertetik is, nem biztos, hogy azok

²⁰⁹ COM(2007) 556 A BIZOTTSÁG KÖZLEMÉNYE AZ EURÓPAI PARLAMENTNEK, A TANÁCSNAK, AZ EURÓPAI GAZDASÁGI ÉS SZOCIÁLIS BIZOTTSÁGNAK ÉS A RÉGIÓK BIZOTTSÁGÁNAK Az 1/2003 rendelet 17. cikke szerinti ágazati vizsgálat a vállalati vagyonbiztosításról (végleges jelentés)

teljesek, világosak és egyértelműek az ügyfél számára. Az egyéb pénzügyi ágazatokban, különösen az értékpapírok és bankügyletek terén felmerülő hasonló helyzetek fényében kérdéses azonban, hogy az információk felfedése önmagában elégséges-e ahhoz, hogy az érdekellentétek csökkenjenek, különösképpen azon díjazási típusok esetében, amelyek kifejezetten az alkuszok és a biztosítók érdekeinek összehangolását célozzák.”

VIII.6.3. A vizsgált megállapodások versenyjogi szempontú minősítése

375. A Tpv. 11. § (1) bekezdése értelmében „tilos az a vállalkozások közötti megállapodás és összehangolt magatartás, amely a gazdasági verseny megakadályozását, korlátozását vagy torzítását célozza (első magatartás), vagy ilyen hatást fejthet ki (második magatartás), illetve fejt ki (harmadik magatartás). A törvény tehát egyaránt jogellenesnek minősíti a versenykorlátozás célzatát, az arra való alkalmasságot, vagyis a potenciális hatást, illetve a tényleges hatást is. Amennyiben a versenyfelügyeleti eljárás során megállapítást nyert, hogy a gazdasági szereplők megállapodtak, és ez a megállapodás a gazdasági verseny megakadályozását, korlátozását vagy torzítását akár csak célozza is, már megvalósul a versenyjogi jogsértés. Éppen ezért, [...] a jogsértés megállapításához a megállapodás tényleges piaci hatásának vizsgálata szükségtelen volt. Nem a jogsértés megállapítására, hanem esetleg a szankció, így a bírság mértékének megállapítására tartozó kérdés lehet az, hogy a versenytorzító célú, vagy erre alkalmas megállapodás konkrétan ki is fejtett-e ilyen hatást.”²¹⁰

376. Az állandó ítélkezési gyakorlat szerint annak értékeléséhez, hogy egy megállapodás versenykorlátozó célú-e, figyelembe kell venni a megállapodást, az általa elérni kívánt célokat és azokat a gazdasági és jogi összefüggéseket, amelyeknek részét képezi. Ezen túlmenően a joggyakorlat szerint valamely megállapodás versenykorlátozó célúnak tekinthető akkor is, ha célja nem csupán a verseny korlátozása, hanem más, jogszerű célokat is követ. Továbbá annak meghatározása érdekében, hogy a megállapodás az EKSz. 81. cikk értelmében véve versenykorlátozó célú-e, nem csupán a hivatkozott megállapodás kikötéseit kell figyelembe venni, hanem más tényezőket is, mint például a megállapodás által követett célok, tekintettel a gazdasági és jogi összefüggésekre.²¹¹ A joggyakorlat szerint valamely versenykorlátozó célú megállapodás felei szándékára vonatkozó bizonyíték nem szükséges elem annak meghatározásában, hogy e megállapodás célja versenykorlátozó volt-e. Ezzel szemben, még ha a felek szándéka nem is szükséges elem a megállapodás célja versenykorlátozó jellegének meghatározásában, a Bizottságot vagy a közösségi bíróságot semmi nem akadályozza abban, hogy tekintetbe vegyék e szándékot.²¹²

377. Egy megállapodás, összehangolt magatartás vagy döntés versenykorlátozó célúnak minősül, amennyiben jellege alapján a verseny korlátozására alkalmas. Valamely megállapodás versenykorlátozó jellegének mérlegelése során többek között e megállapodás rendelkezéseinek tartalmát és az általa elérni kívánt objektív

²¹⁰ A Fővárosi Ítéltábla 2.Kf.27.650/2010/7. sz. ítélete a VJ/26/2006. sz. ügyben.

²¹¹ C-551/03. P. sz. General Motors BV kontra Európai Közösségek Bizottsága ügyben 2006. április 6-án hozott ítélet [EBHT 2006., I-31-73. oldal]

²¹² C-551/03. P. sz. General Motors BV kontra Európai Közösségek Bizottsága ügyben 2006. április 6-án hozott ítélet [EBHT 2006., I-31-73. oldal] 77-78. pont, C-501/06., C-513/06., C-515/06. és C-519/06. sz. GlaxoSmithKline Services Unlimited kontra Európai Közösségek Bizottsága ügyben 2009. október 6-án hozott ítélet [EBHT 2009., I-9291] 58. pont

célkitűzéseket, valamint azt a jogi és gazdasági környezetet kell figyelembe venni, amelybe e megállapodás illeszkedik.

378. Amennyiben a megállapodás versenykorlátozó célzata nem nyer bizonyítást, annak versenykorlátozó hatása vagy ilyen hatás kifejtésére való alkalmassága vizsgálandó. A vertikális viszony egyáltalán nem zárja ki annak lehetőségét, hogy a megállapodás „a verseny célzott korlátozásának” minősüljön.

379. Ezt támasztja alá az Európai Bíróságnak a jelen eljárás alapeljárását képező versenyfelügyeleti eljárás bírósági felülvizsgálata során előterjesztett előzetes döntéshozatali kérelem kapcsán hozott C-32/2011. sz. ítélete is, amely szerint

„E tekintetben először is ki kell emelni, hogy – az Allianz és a Generali vélekedésével ellentétben – azon körülmény, hogy mindkét esetben vertikális kapcsolatokról van szó, egyáltalán nem zárja ki annak lehetőségét, hogy az alapeljárás tárgyát képező megállapodás „a verseny célzott korlátozásának” minősüljön. Ugyanis noha a vertikális megállapodások jellegüknél fogva sokszor sokkal kevésbé károsak a versenyre, mint a horizontális megállapodások, bizonyos körülmények között különösen magas lehet a potenciális korlátozás esélye. A Bíróság ezért több esetben is azt állapította meg, hogy a vertikális megállapodás versenykorlátozó célú volt (lásd a 56/64. és 58/64. sz., Consten és Grundig kontra Bizottság egyesített ügyekben 1966. július 13-án hozott ítéletet [EBHT 1966., 429. o.]; a 19/77. sz., Miller International Schallplatten kontra Bizottság ügyben 1978. február 1-jén hozott ítéletet [EBHT 1978., 131. o.]; a 243/83. sz. Binon-ügyben 1985. július 3-án hozott ítéletet [EBHT 1985., 2015. o.], valamint a fent hivatkozott Pierre Fabre Dermo-Cosmétique ügyben hozott ítéletet).

Ezenfelül az alapeljárás tárgyát képező megállapodások céljának a gépjármű-biztosítási piacon összefüggésben történő értékelése kapcsán meg kell állapítani, hogy az olyan biztosítótársaságoknak, mint az Allianz és a Generali, az a céljuk, hogy fenntartsák vagy növeljék a piaci részesedésüket.

[...]

Mindazonáltal még a biztosítótársaságok közötti megállapodás vagy összehangolt magatartás hiányában is helyénvaló annak vizsgálata, hogy – figyelembe véve azt a gazdasági és jogi környezetet, amelybe az alapeljárás tárgyát képező vertikális megállapodások illeszkednek – e megállapodások a gépjármű-biztosítási piacon fennálló verseny tekintetében elegendően károsak-e ahhoz, hogy „a verseny célzott korlátozásának” minősüljenek.

Különösen ez a helyzet áll fenn, amennyiben – amint arra a magyar kormány hivatkozik – a magyar jog által a gépjárműbiztosítást kínáló közvetítőként, illetve biztosítási alkuszként eljáró gépjármű-márkakereskedők tekintetében meghatározott szerep megköveteli e jogalanyoknak a biztosítótársaságokkal szembeni függetlenségét. A magyar kormány e tekintetben rámutat, hogy e gépjármű-márkakereskedők nem valamely biztosító, hanem a biztosítottak nevében járnak el, és feladatuk az, hogy a biztosítottaknak olyan biztosítást kínáljanak, amely az utóbbiaknak a különböző biztosítótársaságok ajánlatai közül a legjobban megfelel. A kérdést előterjesztő bíróság feladata annak vizsgálata, hogy e körülmények között és figyelemmel a szóban forgó biztosítottak elvárásaira, az alapeljárás tárgyát képező megállapodások a gépjármű-biztosítási piac megfelelő működését jelentősen megzavarhatják-e.

Ezenfelül e megállapodások abban az esetben is a verseny célzott korlátozásának minősülnek, ha a kérdést előterjesztő bíróság azt állapítja meg, hogy valószínű, hogy – figyelembe véve a gazdasági környezetet – a verseny a szóban forgó megállapodások

megkötésének következtében megszűnik vagy jelentősen gyengül az érintett piacon. E következmény kockázatának felmérése érdekében a kérdést előterjesztő bíróságnak különösen a piac szerkezetét, az alternatív értékesítési csatornák létezését és azok jelentőségét, valamint az érintett társaságok piaci erejét kell figyelembe vennie.”

380. Mivel a jelen eljárás tárgyát képező megállapodások nem minősülnek a Vertikális csoportmentességi rendelet értelmében vett különösen súlyos korlátozásnak,²¹³ a fentiek értelmében annak értékelése során, hogy ettől függetlenül e megállapodások cél szerinti versenykorlátozásnak minősülnek-e, az vizsgálendő, hogy – figyelembe véve azt a gazdasági és jogi környezetet, amelybe a megállapodások illeszkednek – a gépjármű-biztosítási piacon fennálló verseny tekintetében elegendően károsak-e, azaz a biztosítottak elvárásainak és az alkuszok biztosítók által teremtett ösztönzőinek a fényében jelentősen megzavarhatják-e a biztosítási piac megfelelő működését és/vagy a piac szerkezete, az alternatív értékesítési csatornák léte és jelentősége, valamint az érintett társaságok piaci ereje függvényében valószínűsíthetően megszüntetik-e vagy jelentősen gyengítik-e a versenyt az érintett piacon.
381. A gazdasági és jogi környezetet, a piac szerkezetét, az alternatív értékesítési csatornák létét és jelentőségét, valamint az érintett társaságok piaci erejét az eljáró versenytanács a fentiekben már részletesen elemezte, így az alábbiakban az alkuszok biztosítók által teremtett ösztönzőinek értékelésére kerül sor.
382. A biztosítási alkusz különleges szerepe, azaz az a körülmény, hogy bár díjazását a biztosítótól kapja, elsődlegesen azonban a fogyasztó megbízásából jár el, annak érdekeit kell szolgálnia, azt eredményezi, hogy a biztosítási piacon a hozzáfordulók vonatkozásában mintegy ő hozza létre és működteti a piacon lévő versenyző termékek versenyét. Alapvetően a biztosítási termék jellemzői és az ügyfél elvárásai azok, amelyek meghatározhatják, hogy a fogyasztó érdekeinek megfelelő termék kiválasztásához hány biztosítót / biztosítási ajánlatot kell ezen „versenyző termékek körébe” bevonni, milyen körben kell összehasonlítást végezni, amely követelménnyel ellentétben, ha az alkusz saját – a biztosítókkal megkötött céljuttalék megállapodások által befolyásolt – érdekei alapján hozza meg erre vonatkozó döntését.
383. Az eljáró versenytanács e tekintetben kiemeli, hogy a Generalitól rajtaütés során birtokba vett belső elemzés és kérdőíves kutatás hitelt érdemlően igazolja, hogy a fogyasztók számára az alkuszok csak elviekben biztosították, hogy több versengő ajánlat közül válasszanak, a gyakorlatban azonban csak viszonylag kevés számú ajánlat bemutatását végezték el. Az is ismert, hogy az MPM a vizsgált időszakban szerződéseinek túlnyomó többségét az Allianzhoz és a Generalihoz közvetítette. Az ugyanakkor nem nyert igazolást az eljárás során, hogy ezek a következmények a céljuttalék megállapodásokkal közvetlen és kizárólagos ok-okozati összefüggésben állnak. Különösen nem került feltárásra, hogy az alkuszok azon gyakorlata, hogy elsősorban az Allianz és a Generali termékeit ajánlják, mennyiben vezethető vissza a vizsgált céljuttalék megállapodásokra, és/vagy mennyiben tekinthető az alapeljárásban – jogerősen – jogsértőnek talált óradíj megállapodások következményének.
384. Mind az eljárás alá vont biztosítók, mind az MPM nyilatkozatai egybehangzóak tekintetben, hogy a vizsgált időszakban a céljuttalék, illetve az ezzel kapcsolatban létrejött megállapodások értékesítési ösztönzést jelentettek. Az eljáró versenytanács ezen következtetését támasztják alá a rendelkezésre álló bizonyítékok közül különösen a

²¹³ Lásd Vertikális iránymutatás 46-56. pontjai

Generalinál rajtaütés során birtokba vett jutalékelemzés, a Generali által végzetett kérdőíves kutatás eredményei, valamint az MPM biztosítókkal folytatott, rajtaütésen birtokba vett levelezése, továbbá több esetben maguk a célfeladat kiírást tartalmazó szerződések is.

385. Az Allianz esetében például a 2005. novemberi célfeladat kiírások szövegszerűen is tartalmazták, hogy a céljutalék kiírásának célja a biztosítási szerződések szerzési volumenének ösztönzése, míg a Generali esetében például a 2005. márciusi megállapodás szerint az kifejezetten az értékesítés fellendítése érdekében jött létre, továbbá a 2005. októberi céljutalék megállapodás is szövegszerűen tartalmazta, hogy a szerződő felek célja a biztosítások mennyiségének növelése. Ezen túlmenően [SZEMÉLYES ADAT] (MPM) Generalinak címzett 2004. október 14-ei levele is arról tanúskodik, hogy a jutalékok emelése a biztosító számára a piaci részesedés emelését eredményezheti.
386. Az eljáró versenytanács a szerződéskötési szándék vonatkozásában [SZEMÉLYES ADAT], [SZEMÉLYES ADAT] tanúvallomásaira is hivatkozik, amelyek szerint:
- [SZEMÉLYES ADAT] – az [SZEMÉLYES ADAT] – nyilatkozata szerint „*a becsatolt iratokban szereplő céljutalékok ösztönzési jutalékok voltak, célja a biztosítási szerzés ösztönzése volt.*”
 - [SZEMÉLYES ADAT] – az [SZEMÉLYES ADAT] – nyilatkozata szerint „*a céljutalékot akkor alkalmaztuk, ha kampányokban vettek részt, amely a biztosítás értékesítés szempontjából kiemelkedő időszakhoz kapcsolódott, amikor az ügyfelek részéről tömeges biztosítót váltás volt jellemző [...] az alkuszkokat a jutalék mozgatja, a jutalék növekedése versenyesszükség.*”
387. Az MPM vonatkozó e-mailjei, emlékeztetője azt is igazolják, hogy az Allianz által meghatározott céljutalék feltételek a gyakorlatban „garantált” vállalásként érvényesültek. Emellett a Generali rajtaütésen birtokba vett belső elemzése, az Allianz által becsatolt számlák, valamint közvetetten a MOSZ-Allianz levelezés is igazolja, hogy a biztosítók a céljutalékot előlegként, ráadásul a sávos jutalék (leg)magasabb sávja szerint, még az adott sávhoz tartozó teljesítmény elérése előtt fizették az MPM-nek (és a többi alkusznak is). A céljutalék magas sávjának előlegként fizetése még inkább arra motiválta az alkuszt, hogy a céljutalék megállapodás alapján vállalt mennyiséget, ezáltal az értékesítési részesedést mindenképpen teljesítse, hiszen ellenkező esetben az évvégi elszámolás alapján visszafizetési kötelezettsége keletkezett. Ennek hatását enyhíthette, erodálhatta azonban, hogy az MPM a márkakereskedők, azaz a biztosításokat a fogyasztók felé ténylegesen közvetítő szereplők vonatkozásában általában egységesen kezelte a biztosítókat a (cél)jutalékmértékek megállapítása során.
388. A versenyjogi gyakorlat értelmében a felek szándéka nem szükséges elem a megállapodás célja versenykorlátozó jellegének meghatározásához, a versenyhatóság elemzése során azonban figyelembe veheti e szándékot.²¹⁴ Az értékesítés ösztönzésére, a piaci részesedés növelésére, megtartására vagy csökkenésének megakadályozására, mérséklésére vonatkozó lépések ugyanakkor az eljáró versenytanács álláspontja szerint még egy erőfölényben lévő vállalkozás esetében is lehetnek jogszerűek, a piaci versenyben való helytállás eszközei, így önmagukban nem igazolják a versenykorlátozó

²¹⁴ C-551/03. P. sz. General Motors BV kontra Európai Közösségek Bizottsága ügyben 2006. április 6-án hozott ítélet [EBHT 2006., I-31-73. oldal] 77-78. pont, C-501/06., C-513/06., C-515/06. és C-519/06. sz. GlaxoSmithKline Services Unlimited kontra Európai Közösségek Bizottsága ügyben 2009. október 6-án hozott ítélet [EBHT 2009., I-9291] 58. pont

szándékot, célzatot. Versenykorlátozó jellegük csak annyiban állapítható meg, amennyiben érdemben hozzájárulnak a piac egy jelentős részének lezárásához.

VIII.6.4. Összegzés

389.A fentiekben részletesen kifejtettek tekintettel az eljáró versenytanács álláspontja szerint a versenykorlátozó célzat a vizsgált céljuttalék megállapodásokkal összefüggésben nem nyert igazolást, mivel bár az eljárás alá vont biztosítók, különösen is az Allianz jelentős piaci részesedések voltak, értékesítésükön belül az MPM által közvetített biztosítások igen csekély súlyt képviseltek. Noha a vizsgált időszakban az új autó értékesítések 2003-ig jelentős növekedést produkáltak, ami a dealer-alkuszok szerepét felértékelhette, ennek mértéke az eljárás során nem került részletesen feltárássra. Ugyancsak nem került teljes körűen feltárássra és értékelésre az eljárás alá vont biztosítók más alkuszokkal kötött céljuttalék megállapodásainak rendszere, illetve a versenytárs biztosítók hasonló gyakorlata. Az alkuszok ösztönzői kapcsán nem egyértelmű továbbá, hogy a céljuttalék megállapodások a bennük szereplő mértékeket és feltételeket tekintve valóban jelentős befolyásoló szerepet tölthettek-e be (s amennyiben igen, milyen viszonyban volt egymással az Allianz által kifejtett ösztönzés és a Generali gyakorlata jelentette ösztönzőség, nem teremtettek-e ezek egymással szemben is ellenérdekeltséget), valamint hogy ez elhatárolható-e az óradíjas megállapodások hatásától, amit a VJ/51/2005. sz. eljárás jogerősen jogsértőnek minősített.

390.Ennek megfelelően a versenykorlátozás megállapításához a versenykorlátozó hatás kifejtésének vagy az erre való alkalmasságnak a bizonyítása lenne szükséges. E körben részletesen vizsgálni kellene legalább az alábbi tényezőket:

- az alapjuttalékok mértéke %-osan és összegszerűségében az eljárás alá vont Allianz és Generali mellett a további versenytárs biztosító társaságoknál, alkuszonkénti bontásban a vizsgált időszakban,
- a céljuttalékok révén elérhető jutaléktöbblet mértéke, az alapjuttalékokkal együttes összege (%-osan és értékben) az eljárás alá vont biztosítóknál és versenytársaiknál a vizsgált időszakban, alkuszonkénti bontásban,
- a célfeladat kiírásokban szereplő mennyiségi feltételek teljesíthetősége az előző időszakok értékesítési adatai és az adott időszakra várható piaci fejlemények tükrében,
- az előzőek fényében az Allianz és a Generali által alkalmazott célfeladat kiírások és céljuttalék mértékek ösztönző ereje az alkuszok (így különösen az MPM) valamint az értékesítést ténylegesen végző márkakereskedések szintjén (az MPM és a márkakereskedések közti szerződéses és egyéb viszonyok elemzésével),
- az Allianz által alkalmazott eszközöknek az alkuszokra gyakorolt, a Generali felé történő értékesítésekre vonatkozó ellenösztönzőséget teremtő esetleges hatása és vice versa,
- a hasonló megállapodások halmozott hatása (biztosítónként külön-külön és együttesen is), a megállapodások által „szabadon hagyott” piacrész azonosítása,
- a céljuttalék megállapodások hiányában fennálló versenyhelyzet (ún. counterfactual) feltárássra, a VJ/51/2005. sz. eljárásban megállapított jogsértések által kiváltott hatásokon túli versenykorlátozó hatás(ok) azonosítása.

391.Az eljáró versenytanács ugyanakkor a fentiek elemzésétől – tekintettel annak további idő- és erőforrásigényére, a felhasználható bizonyítékok töredékességére, a vizsgált

magatartás elkövetésétől eltelt idő különös hosszúságára és az eljárás alá vontak kötelezettségvállalására – a jelen eljárás keretei között eltekintett.

VIII.7. Egyedi mentesülés

- 392.A Tpvt. 17. §-a szerint az egyedüli mentesülés feltételei konjunktívak, vagyis mind a négy feltételnek egyidejűleg kell teljesülnie, következésképpen egy feltétel nem teljesítése már a mentesülés hiányát eredményezi.²¹⁵
- 393.Mivel a jelen eljárásban a versenykorlátozó célzat nem nyert bizonyítást, a versenykorlátozó hatás illetve az ennek kifejtésére való alkalmasság részletes elemzésétől pedig az eljáró versenytanács a fentiek értelmében eltekintett, és elfogadta az eljárás alá vont vállalkozások kötelezettségvállalását, az egyedi mentesülés feltételeinek vizsgálata is okafogyottá vált.
- 394.Megjegyzi ugyanakkor az eljáró versenytanács, hogy az eljárás alá vontak által a mentesítés kapcsán felhozott, az általánosság szintjén maradó, bizonyítékokkal nem alátámasztott érvek kapcsán egyébként nem lenne igazolható a Tpvt. 17. §-ában szereplő feltételek teljesülése.

VIII.8. A csekély jelentőségű megállapodás hiánya

- 395.Csekély jelentőségű a megállapodás, ha a megállapodást kötő feleknek és az azoktól nem független vállalkozásoknak az együttes részesedése az érintett piacon a tíz százalékot nem haladja meg.
- 396.A rendelkezésre álló bizonyítékok alapján megállapítható, hogy a jelen vizsgálat tárgyát képező megállapodásokban részes felek, azaz egyrésről az Allianz és az MPM, másrésről pedig a Generali és az MPM együttes piaci részesedése bármely lehetséges piacdefiníció mellett – legyen az a gépjárműbiztosítási piac egésze, vagy annak KGFB illetve CASCO részpiacai – jelentősen meghaladja a 10 %-ot.
- 397.Erre tekintettel a Tpvt. 13. §-ának (2) bekezdése szerinti mentesség a jelen eljárásban nem alkalmazható.

VIII.9. Az eljárás alá vont vállalkozások kötelezettségvállalása

VIII.9.1. A kötelezettségvállalások tartalma

- 398.Bár a vizsgált céljuttalék megállapodások versenykorlátozó jellegét nem ismerték el, az eljárás lezárása, az előzetes álláspont által azonosított problémák jövőbeni megismétlődésének elkerülése érdekében az eljárás alá vontak kötelezettségvállalási indítványt terjesztettek elő.
- 399.Az Allianz – több ízben módosított, illetve kiegészített – kötelezettségvállalásában²¹⁶ vállalta, hogy további öt évig nem köt céljuttalék megállapodásokat a gépjármű biztosítások vonatkozásában. Emellett, a fogyasztói tudatosság növelése érdekében egy edukációs jellegű kampányt folytat le, amelyben a fogyasztókat tájékoztatja a gépjármű-biztosítások típusairól, a biztosításkötés folyamatáról, az értékesítési csatornák

²¹⁵ Legf. Bír. Kf.II. 40.072/2000/5., Vj-137/1999.

²¹⁶ VJ/32-158/2014. 2. sz. melléklet, VJ/32-201/2014., VJ/32-203/2014., VJ/32-204/2014.

jellemzőiről, az alkuszok szerepéről, az alkuszi és a közvetlen értékesítés közötti különbségekről. Végezetül, az Allianz az érvényes KGFB és CASCO biztosítással rendelkező ügyfelei részére – mintegy kompenzációs céllal – kiegészítő biztosítási fedezetet nyújt egy éves időtartamra, 500.000 Ft/fő/szerződés összegben, közlekedési balesetből eredő halál esetére vonatkozóan. Az Allianz bemutatta továbbá, hogy milyen módon kívánja igazolni a GVH felé e vállalások teljesítését. Az Allianz kötelezettségvállalását részleteiben a jelen végzés I. sz. melléklete tartalmazza.

400.A Generali – szintén több ízben módosított, illetve kiegészített – kötelezettségvállalásában²¹⁷ azt vállalta, hogy további három évig nem köt céljuttalék megállapodásokat a gépjármű biztosítások vonatkozásában. A Generali vállalta továbbá, hogy a fogyasztók kompenzálása keretében egy éves időtartamra vonatkozóan ingyenesen biztosítja a bennülők balesetbiztosítását 250.000 Ft-os biztosítási összegig. Azon fogyasztók számára, akik 2000 és 2005 között az MPM-en keresztül kötöttek gépjármű biztosítási szerződést a Generalival, a kompenzáció keretében biztosított balesetbiztosítási fedezet összege 1.000.000 Ft. Emellett, a Generali a fogyasztói tudatosság növelése érdekében egy kommunikációs kampányt folytat le, amelyben a fogyasztókat tájékoztatja a gépjármű biztosítási konstrukciók jellemzőiről, az értékesítési csatornákról, az alkuszi értékesítés jellemzőiről, a fogyasztói érdekérvényesítés módjairól, a biztosítási termékek összehasonlításának módjairól, a kiválasztás szempontjairól. A Generali a fentiek igazolása érdekében vállalta, hogy a kötelezettségvállalás időarányos teljesítéséről a GVH számára évente beszámol. A Generali kötelezettségvállalását részleteiben a jelen végzés II. sz. melléklete tartalmazza.

401.Az MPM kötelezettségvállalásában²¹⁸ vállalta, hogy további öt évig nem köt céljuttalék megállapodásokat a gépjármű biztosítások közvetítésére vonatkozóan. Emellett az MPM vállalta egy fogyasztói tudatosságot növelő kampány lebonyolítását, melynek keretében a következő témakörökben nyújt tájékoztatást a fogyasztók számára: mire valók a gépjármű biztosítások, kötelező gépjármű felelősségbiztosítás, CASCO biztosítás, gap biztosítás, alkuszok szerepe és jellegzetességei, biztosításváltás során figyelembe veendő szempontok. Az MPM bemutatta továbbá, hogy milyen módon kívánja igazolni a GVH felé e vállalások teljesítését. Az MPM kötelezettségvállalását részleteiben a jelen végzés III. sz. melléklete tartalmazza.

VIII.9.2. A kötelezettségvállalások értékelésének szempontjai

402.A Tptv. jelen eljárás szempontjából irányadó 75. §-ának (1) bekezdése szerint ha a hivatalból indult versenyfelügyeleti eljárásban vizsgált magatartás tekintetében az ügyfél kötelezettséget vállal arra, hogy magatartását meghatározott módon összhangba hozza a Tptv. rendelkezéseivel, és a közérdek hatékony védelme e módon biztosítható, az eljáró versenytanács végzéssel – az eljárás egyidejű megszüntetésével – kötelezővé teheti a vállalat teljesítését, anélkül, hogy a végzésben a törvénysértés megvalósulását, vagy annak hiányát megállapítaná.

403.Az eljáró versenytanács álláspontja szerint a magatartás érdemi értékelésének (jogsértés megállapíthatóságát vizsgáló) tesztje nem azonos a Tptv. 75. § (1) bekezdése szerinti tesztel. Sőt, az eljáró versenytanács a Tptv. 75. § szerinti vállalat teljesítését csak a

²¹⁷ VJ/32-158/2014. 1. sz. melléklet, VJ/32-179/2014., VJ/32-198/2014.

²¹⁸ VJ/32-158/2014. 3. sz. melléklet, VJ/32-194/2014., VJ/32-200/2014.

jogsértés vagy annak hiánya megállapítása nélkül írhatja elő („anélkül, hogy a végzésben a törvényt sértés megvalósulását, vagy annak hiányát megállapítaná”), így a kötelezettségvállalás elfogadásával záruló ügyekben nincs is lehetőség a jogsértés érdemi tesztjének elvégzésére, ami a tényállás teljes körű tisztázását és a magatartás alapos mérlegelését, értékelését igényelné. Mindez azonban nem jelenti azt, hogy az eljáró versenytanács – például a piaci szereplők orientálásának céljával – ügyzáró döntésében ne tehetne a magatartás(ok) érdemi értékelésének körébe tartozó megállapításokat.

404. ak hiányának megállapítása A Tptv. 75. § (1) bekezdése szerinti teszt keretében azt kell bemutatni, hogy az eljárás alá vont vállalása mellett a magatartás már összhangba kerül-e az alkalmazandó jogszabályi rendelkezésekkel, mégpedig a közérdek hatékony védelmét biztosító módon. Ugyanakkor az eljáró versenytanács szerint a kötelezettségvállalás mérlegelésekor rendelkezésre álló adatok alapján nyilvánvalóan nem jogsértő esetekben a kötelezettségvállalás alkalmazása nem lehet igazolható (szükséges és arányos) beavatkozás, vagyis a kötelezettségvállalás mérlegelésének időpontjában is még – a vállalás nélküli helyzetet feltételezve – valószínűsíthető kell legyen az eljárás indítására okot adó jogsértés (másképpen fogalmazva: a jogsértést egyértelműen kizáró bizonyítékok rendelkezésre állása esetén nincs helye a Tptv. 75. §-a szerinti kötelezettségvállalás elfogadásának, mert nem értelmezhető olyan állapot, amelyet összhangba kellene hozni az alkalmazandó jogszabályi rendelkezésekkel, és a közérdek védelme sem indokolhat beavatkozást).
405. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint az alkalmazandó jogszabályi rendelkezésekkel való összhang megteremtése legalább azt kell jelentse, hogy a vizsgálat indítására okot adó és a vizsgálat során feltárt bizonyítékok alapján egyértelműen továbbra sem kizárhatóan jogsértést valószínűsítő helyzethez képest a vállalás azt eredményezze, hogy annak teljesítésekor, előre tekintő jelleggel már ne lehessen jogsértést valószínűsíteni (vagy a jogsértés megvalósításának valószínűsége érdemben csökkenjen). Az esetlegesen jogsértő helyzet okozta fogyasztói kár, illetve versenyhátrány visszamenőleges kompenzálása azonban nem feltétlenül kell, hogy a vállalási csomag részét képezze, bár a vállalatok elfogadása melletti érdemi érv lehet, ha azok erre is kiterjednek.
406. A közérdek hatékony védelmének követelménye pedig az eljáró versenytanács álláspontja szerint két oldalról vizsgálható. Egyrészt a vállalás révén előálló magatartás a piac, illetve a fogyasztók számára általuk érzékelhető előnyt kell, hogy biztosítson. Emellett figyelembe vehető az is, ha az eljárás kötelezettségvállalással való lezárása a tényállás teljes feltárásához és értékeléséhez képest erőforrás-megtakarítást, illetve jogalkalmazási hatékonyság növekedést (mint az eljárás költség- és időigényének csökkentése, illetve a bizonyítási nehézségekből adódó bizonytalanság elkerülése, figyelembe véve a jelen eljárásban alkalmazandó, a közigazgatási hatósági eljárás és szolgáltatás általános szabályairól szóló 2004. évi CXL. törvény 7. §-ában foglalt elveket is) eredményez.
407. Végezetül, a kötelezettségvállalások elfogadásának feltételét képezi annak vizsgálata, hogy azok – figyelemmel a Tptv. jelen eljárásban irányadó 76. § (1) bekezdésének a) pontja szerinti utóvizsgálatra is – végrehajthatóak és ellenőrizhetőek-e.

VIII.9.3. Az eljárás alá vontak kötelezettségvállalásainak értékelése

408. Az eljáró versenytanács az eljárás alá vontak kötelezettségvállalási nyilatkozatával összefüggésben előljáróban arra mutat rá, hogy a törvény a GVH-nak széles mérlegelési

jogkört biztosít a kötelezettségvállalási nyilatkozat elbírálása (elfogadása vagy elvetése) tárgyában.²¹⁹ Kiemelendő, hogy a kötelezettségvállalás intézményének önmagában sem célja, sem hatása nem lehet pusztán az, hogy a vállalkozások mentesüljenek a versenyjogi felelősség alól, elkerüljék a bírságot. A töretlen bírói gyakorlat²²⁰ szerint a GVH-nak nem kötelezettsége az eljárás alá vont vállalkozás kötelezettségvállalásának elfogadása, azonban a kötelezettségvállalás mellőzését döntésében indokolnia kell. Konkrét jogszabályi kötelezettség hiányában a GVH-t nem terheli a kötelezettségvállalás pontosítására, kiegészítésére irányuló felhívás kibocsátásának kötelezettsége sem, és nem jogszabálysértő, ha a GVH elsőként érdemi határozatában értékeli az eljárás alá vont vállalkozás által tett vállalást.

409. Az eljáró versenytanács az eljárás alá vontak kötelezettségvállalásait a fenti VIII.9.2. fejezetben foglalt szempontok alapján az alábbiak szerint értékelte.
410. Ami a jogsértő jelleg egyértelmű kizárhatóságát vagy megállapíthatóságát illeti, az eljáró versenytanács fentebb részletesen kifejtett értékelése szerint a rendelkezésre álló bizonyítékok és elemzések alapján sem a jogsértés, sem pedig annak hiánya nem állapítható meg egyértelműen, ez további részletes vizsgálatot igényelne. Ennek megfelelően fennáll a kötelezettségvállalás mérlegelésének elvi lehetősége.
411. A törvény rendelkezéseivel való összhang vonatkozásában megállapítható, hogy az eljárás alá vontak egyhangúan akként nyilatkoztak, a VJ/51/2005. sz. ügyben született versenyhatósági döntést követően céljutalék-megállapodást nem kötöttek, ilyen megállapodásuk jelenleg sincs, s az Allianz és az MPM 5 évre, a Generali pedig 3 évre vállalta, hogy ilyen megállapodásokat a továbbiakban sem köt. Ez egyértelműen megteremti a törvény rendelkezéseivel való összhangot, mivel az eljárás tárgyát kifejezetten a céljutalék megállapodások képezték, az ügyindító végzésben megfogalmazott jogsértő gyakorlat gyanúja ezekre tekintettel merült fel, így ilyen megállapodások hiányában a jogsértés is kizárt. Az Allianz és a Generali vállalása értelmében a céljutalék megállapodások kötésétől való tartózkodásra vonatkozó előírás a belső szabályzatokban is rögzítésre kerül. Az eljárás alá vontak által vállalt 3, illetve 5 éves időtartamot az eljáró versenytanács – a vizsgált időszak óta eltelt idő alatt bekövetkezett piaci fejleményekre és a jövőbeni fogyasztói tudatosság növelését célzó vállalásokra is tekintettel – elegendő hosszúságúnak ítélte meg. A vállalás elfogadása melletti érvként értékelte továbbá az eljáró versenytanács, hogy a vállalások a jelen versenyfelügyeleti eljáráson abban az értelemben is túlmutatnak, hogy a céljutalékok alkalmazására nem csupán az Allianz-MPM és Generali-MPM viszonylatban nem kerül sor, hanem az eljárás alá vontak saját szerződéses kapcsolatainak összességét illetően.
412. A vállalt 3, illetve 5 éves időtartamon túl, amennyiben céljutalék megállapodások megkötésére ismételten sor kerülne, az esetleges jogsértés elkövetésének valószínűségét érdemben csökkenthetik az eljárás alá vontak fogyasztói tudatosság növelésére irányuló vállalásainak hatásai. A fogyasztók informáltságának jelentőségét az Európai Bizottság is elismerte a biztosítási ágazati vizsgálatának eredményeiről, következtetéseiről szóló közleményében, utalva ugyanakkor arra, hogy önmagában a jutalékfizetés módjának felfedése nem feltétlenül elégséges az érdekellentétek csökkentéséhez. Az eljáró

²¹⁹ Ld. Fővárosi Bíróság 2.K. 30.044/2008/18., illetve 3.K.30.200/2011/4.

²²⁰ Ld. Fővárosi Törvényszék. 2.K.30.044/2008/18. számú ítélet (VJ/73/2007. számú versenyfelügyeleti eljárás), Fővárosi Törvényszék 2.K.31.644/2012/15. számú ítélet (VJ/113/2009. számú eljárás), Fővárosi Bíróság 3.K.30.200/2011/4. számú ítélet (VJ/51/2010. számú eljárás)

versenytanács álláspontja szerint az a körülmény, hogy az eljárás alá vontak valamennyien egy-egy ennél szélesebb hatókörű, az alkusz szerepére, ezen értékesítési csatorna jellegzetességeire fókuszáló, de a gépjármű biztosításokkal kapcsolatos egyéb szempontokat is bemutató kampány lefolytatását vállalták, amelyek egymás hatásait is erősíthetik, hozzájárulhatnak a tudatosabb fogyasztói döntéshozatalhoz. Ezt támogatják a célcsoport és az alkalmazandó kommunikációs eszközök kiválasztásának szempontjai, továbbá a kampányok adott eljárás alá vonttól való függetlenségét, tárgyilagosságát, semlegességét szolgáló intézkedések. Ráadásul a kampányok a jelen eljárással érintett, biztosításait alkuszokon keresztül intéző fogyasztói körön túl valamennyi gépjármű biztosítással rendelkező vagy ilyen megkötését tervező fogyasztót elérhetnek, így az egyéb értékesítési csatornákat használó fogyasztók tudatosságát, informáltságát is erősíthetik.

413. Megjegyzi ugyanakkor az eljáró versenytanács, hogy az MPM által a kampányban bemutatni vállalt „miért a biztosítási alkusz a legtudatosabb döntés záloga?”²²¹ témakör kapcsán, részben éppen a jelen eljárás tárgyát képező magatartások folytán, nem volt meggyőződve annak kétséget kizáróan megalapozott voltáról, illetve függetlenségéről, tárgyilagosságáról, semlegességéről, így azt az MPM vállalásától eltérően a jelen végzésében kötelezettségként nem írta elő az MPM számára.
414. Az eljárás alá vont Allianz és Generali a fentiekben túlmenően fogyasztói kompenzáció nyújtását is vállalta. Az efféle kompenzációk főszabály szerint abban az esetben lehetnek alkalmasak a Tptv. 75. §-a értelmében a közérdek hatékony védelmének biztosítására, ha azon fogyasztói kört célozzák meg, akiket a vizsgált gyakorlat, az esetleges jogsértés érintett, és ha a kompenzáció az ezen fogyasztók által a vizsgált magatartás folytán elszenvedett hátrányt kompenzálja. A jelen esetben ugyanakkor – a vizsgált időszak óta eltelt idő különös hosszúságára tekintettel – az érintett fogyasztói kör beazonosítása aránytalanul nagy nehézségekbe ütközne, így a két biztosító által felajánlott kompenzációs jellegű vállalás elsősorban a meglévő, illetve potenciális ügyfelekre fókuszál, azzal, hogy a Generali felajánlotta az igazolhatóan az érintett fogyasztói körhöz tartozó fogyasztók magasabb szintű kompenzációját, továbbá kísérletet is tesz legalább egy részük azonosítására.
415. Mindezek az eljáró versenytanács álláspontja szerint a közérdek védelmét is megfelelően szolgálják, mivel mind a piac, mind a fogyasztók számára érzékelhető előnyöket hordoznak. A versenytársak számára a továbbiakban nem jelent „fenyegetést”, hogy a céljutalék megállapodások esetleges hatásaként az értékesítési csatornák egy részétől el lesznek zárva, míg a fogyasztók az edukációs kampányok és a kompenzációs elem révén is előnyökhöz juthatnak. Emellett a közérdek szempontjával összefüggésben figyelembe veendő az is, hogy a jelen versenyfelügyeleti eljárás kötelezettségvállalással való lezárása a tényállás teljes feltárásához és értékeléséhez (vö. 390. pont) képest erőforrás-megtakarítást, illetve jogalkalmazási hatékonyság növekedést eredményez. Mindez

²²¹ Az MPM ennek indokolása körében előadta, hogy a biztosítási alkusz jogállásából következik, hogy ő a legtudatosabb döntés záloga. Az alkusz ugyanis, minden más, biztosításközvetítéssel foglalkozó piaci szereplővel ellentétben, szigorúan az ügyfél oldalán áll. Az ügyféltől kap megbízást, az ügyfél érdekében és nevében jár el, az ügyfélnek bemutatott biztosítási lehetőségek közül kell ajánlania és az ajánlatáért szakmai felelősséggel tartozik. A függő ügynök, vagy többes ügynök pedig a biztosító partnere, az ő termékét értékesíti, a biztosító képviseletében jár el. Az az ügyfél tehát, aki valóban arra törekszik, hogy a piacról olyan képet kapjon, amely alapján valóban a neki legmegfelelőbbet tudja választani mindenféle ellenérdekek hatásától mentesen, az biztosítási alkuszt bíz meg.

független attól, hogy a kötelezettségvállalások benyújtására az eljárás viszonylag késői szakaszában, a versenytanács tárgyalásán került sor.

416. Az eljárás alá vontak mindegyike kötelezettségvállalásában a vállalások teljesítéséről szóló igazolások benyújtását is vállalta, ezáltal azok ellenőrizhetősége is biztosított.

417. Mindezek alapján az eljáró versenytanács az eljárás alá vontak kötelezettségvállalásait elfogadhatónak tartotta, így azokat a jelen végzés I.-III. sz. mellékleteiben foglalt tartalommal az eljárás alá vontak részére kötelezettségként előírta.

IX.

Egyéb kérdések

418. Az eljáró versenytanács felhívja a figyelmet, hogy a Tpv. 76. § (1) bekezdése a) pontja szerint a vizsgáló utóvizsgálatot tart a 75. § szerinti végzésben meghatározott kötelezettség teljesítésének ellenőrzése érdekében.

419. Az eljáró versenytanács felhívja továbbá a figyelmet arra is, hogy a Tpv. 75. §-ának (2) bekezdése szerint a Tpv. 75. § (1) bekezdés szerinti végzés meghozatala nem zárja ki azt, hogy az ügyben - a körülmények lényeges változása miatt, illetve akkor, ha a végzés a döntés meghozatala szempontjából fontos tény félrevezető közlésén alapult - újabb versenyfelügyeleti eljárás kerüljön megindításra. Az újabb versenyfelügyeleti eljárás során rendelkezni kell a korábban az (1) bekezdés alapján hozott végzésről.

420. A GVH hatáskörét a versenyfelügyeleti eljárásra a Tpv. 45. §-a, illetékességét a Tpv. 46. §-a állapítja meg.

421. A Tpv. 48. § (1) bekezdése szerint az eljáró versenytanács döntéseit háromtagú vagy öttagú tanácsban hozza meg. A (2) bekezdés értelmében, ha e törvény eljáró versenytanácsot említ, azon az (1) bekezdésben meghatározott tanácsot kell érteni. Egyéb esetekben a vizsgáló vagy az eljáró versenytanács tagja egyedül is eljárhat.

422. A jelen végzéssel szembeni jogorvoslati jog a Tpv. 75. § (1) bekezdésének utolsó mondatán és a Tpv. 82. §-án alapul.

423. A közigazgatási perrendtartásról szóló 2017. évi I. törvény (a továbbiakban: Kp.) 157. §-ának (7) bekezdése szerint, ha jogszabály bírósági felülvizsgálatot tesz lehetővé, azon 2018. január 1-jétől közigazgatási pert kell érteni. A közigazgatási per szabályait a Kp. határozza meg.

424. A Kp. 29. §-ának (1) bekezdése az elektronikus kapcsolattartásra a polgári perrendtartás szabályait rendeli megfelelően alkalmazni. A polgári perrendtartásról szóló 2016. évi CXXX. törvény 608. §-ának (1) bekezdése szerint az elektronikus ügyintézés és a bizalmi szolgáltatások általános szabályairól szóló 2015. évi CCXXII. törvény (a továbbiakban: E-ügyintézési tv.) alapján elektronikus úton történő kapcsolattartásra kötelezett minden beadványt kizárólag elektronikusan - az E-ügyintézési tv.-ben és végrehajtási rendeleteiben meghatározott módon - nyújthat be a bírósághoz.

425. Az E-ügyintézési tv. 9. §-ának (1) bekezdése alapján elektronikus ügyintézésre köteles az államigazgatási szerv feladat- és hatáskörébe tartozó ügyben ügyfélként eljáró gazdálkodó szervezet és annak jogi képviselője.

426. A Kp. 39. §-ának (6) bekezdése szerint - ha törvény eltérően nem rendelkezik - a keresetlevél benyújtásának a közigazgatási cselekmény hatályosulására halasztó hatálya nincs. Ugyanakkor a Kp. 50. §-a szabályozza az azonnali jogvédelem iránti kérelmet az alábbiak szerint. Akinek jogát, jogos érdekét a közigazgatási tevékenység vagy az azzal

előidézett helyzet fenntartása sérti, a közvetlenül fenyegető hátrány elhárítása, illetve a jogvitára okot adó állapot változatlan fenntartása érdekében a perre hatáskörrel és illetékességgel rendelkező bíróságtól az eljárás során bármikor azonnali jogvédelmet kérhet. Azonnali jogvédelem keretében kérhető a halasztó hatály elrendelése is. A kérelem benyújtható a keresetlevéllel együtt is. Ha nem a keresetlevéllel együtt nyújtják be, a kérelmet a bírósághoz kell benyújtani. A kérelemben részletesen meg kell jelölni azokat az indokokat, amelyek az azonnali jogvédelem szükségességét megalapozzák, és az ezek igazolására szolgáló okiratokat csatolni kell. A kérelmet megalapozó tényeket valószínűsíteni kell.

Budapest, 2018. január 18.

dr. Grimm Krisztina s.k.
versenytanácsstag

Váczai Nóra s.k.
előadó versenytanácsstag

dr. Kőhalmi Attila s.k.
versenytanácsstag

I. sz. melléklet: Allianz Hungária Biztosító Zrt. kötelezettségvállalása

1. Az Allianz a kötelezettségvállalást kötelezővé nyilvánító Versenytanácsi döntés kézhezvételétől számított 5 évig nem köt céljuttalék-megállapodásokat alkuszokkal és / vagy alkuszi vállalkozások társulásával gépjármű-biztosítások közvetítésére vonatkozóan.
2. Az Allianz vállalja egy önálló fogyasztói tájékoztató kampány (a továbbiakban „Kampány”) lebonyolítását.
 - 2.1. Az Allianz a Kampányt a kötelezettségvállalást kötelezővé nyilvánító Versenytanácsi döntés kézhezvételétől számított 90 napon belül elindítja, és az elindítástól számított két hónapon keresztül fenntartja.
 - 2.2. A Kampány költségkerete bruttó 35.000.000 Ft, amelyből 30.000.000 Ft médiára, 5.000.000 Ft pedig produkcióra (weboldal, videó és bannerek elkészítése, szövegírás) kerül elköltésre.
 - 2.3. A Kampánnyal elérni kívánt célcsoport a 25-60 év közötti gépjármű üzemben tartók, akik kötelesek gépjármű-felelősségbiztosítást kötni, és/vagy érdekeltek CASCO biztosítás megkötésében. Mivel a nem-élet biztosítások, köztük a gépjármű-felelősségbiztosításokkal és CASCO biztosításokkal kapcsolatos információszerzés legnagyobb része online, illetve call centeren keresztül történik, valamint a kötelező biztosítások kötésén belül folyamatosan növekszik az online és call centeres kötések aránya, a Kampányt az Allianz online felületeken keresztül tervezi megvalósítani.
 - 2.4. A Kampány a következő tartalommal valósul meg:
 - A gépjármű-biztosítások típusai
 - A biztosításkötés folyamata
 - Értékesítési csatornák jellemzői
 - Az alkuszok szerepe a biztosítási piacon
 - Alkusz vs. közvetlen értékesítés a biztosításkötéskor és biztosítóváltáskor
 - 2.5. Az Allianz edukációs videót készít a különböző értékesítési csatornák jellemzőiről. Az Allianz bannerek formájában hirdetéseket helyez el, továbbá tartalmi együttműködések, rovatszponzorációkat és PR cikkeket készít az alábbi témákban: értékesítési csatornák, szerződéskötés, biztosítóváltás jellemzői. Az Allianz elektronikus direktmarketing anyagokat küld a célcsoport számára a következő témákban: csatornák, biztosításkötés, biztosítóváltás. Az Allianz létrehoz a Kampány céljára egy önálló domain-en bejegyzett weboldalt, melynek címében nem jelenik meg az Allianz, és biztosítja, hogy a Kampányt követően a weboldal még 1 éven keresztül elérhető legyen. Az Allianz által javasolt média felületek a következők: autós oldalak (pl. totalcar.hu, hasznaltauto.hu, autoszektor.hu, autopult.hu stb.); autós témák iránt érdeklődők által látogatott egyéb hír- és tematikus oldalak; külső hírlevél adatbázisok, autós célcsoport számára (elektronikus direktmarketing anyagok kiküldéshez); Youtube (edukációs videó pre-roll) kampány; Facebook kampány. Minden hirdetésből az Allianz a látogatókat a Kampány céljára létrehozott weboldalra irányítja.
 - 2.6. A különböző eszközök egy, az Allianztól független, erre a Kampányra kidolgozott arculat szerint kerülnek megvalósításra. Az Allianz lógója a különböző hirdetésekben nem jelenik meg. Az Allianz, csak mint megbízó lesz megnevezve („készült az Allianz Hungária Zrt. megbízásából”), így a Kampány során sem az Allianz márkanév, sem pedig az Allianz termékek nem lesznek feltüntetve az egyes marketing eszközökön és hirdetési felületeken. Ezen felül, a GVH kötelezettségvállalást elfogadó döntésére való utalás elhelyezésre kerül a Kampány anyagaiban, a fogyasztók számára könnyen észlelhető és értelmezhető formában.

- 2.7. A Kampány hatékonyságát az Allianz a weboldal látogatóinak számával, a hirdetések megtekintésének értékével, az átkattintási aránnyal, és a megnyitási aránnyal (elektronikus direktmarketing anyagok esetén) méri.
- 2.8. A GVH kötelezettségvállalást elfogadó döntésére való utalás elhelyezésre kerül a Kampány céljából létrehozott honlapon és edukációs videóban: „Készült az Allianz Hungária Biztosító Zrt. megbízásából a Gazdasági Versenyhivatal VJ/32-..../2014. sz. döntésében foglalt kötelezettségvállalás szerint.”
3. Az Allianz kompenzáció nyújtását vállalja az alábbi feltételeknek megfelelően.
- 3.1. Az Allianz a kötelezettségvállalást kötelezővé nyilvánító Versenytanácsi döntés kézhezvételétől számított 90 napon belül azonosítja az érintett ügyfeleket, elkészíti a termék specifikus szerződési feltételeket, és értesíti az azonosított ügyfeleket a kompenzációról. A biztosítási fedezet a kötelezettségvállalást kötelezővé nyilvánító Versenytanácsi döntés kézhezvételétől számított 90 nap lejártát követő hónap első napjától él ingyenesen 1 éven keresztül, de legfeljebb a biztosítás fennállásának idejére. Eszerint ezen időtartamon belül az Allianz a kötelezettségvállalás Versenytanács általi kötelezővé nyilvánításának napján érvényes biztosítással rendelkező kötelező gépjármű-felelősségbiztosítás szerződője, illetve a CASCO biztosítás biztosítottja közlekedési balesetből eredő halála esetén 500.000 forint/fő/szerződés biztosítási összeget fizet ki az örökös részére.
- 3.2. A Versenytanács kötelezettségvállalást elfogadó határozatára való utalás elhelyezésre kerül a kompenzációs elemmel kapcsolatos tájékoztatás kapcsán is, az alábbi megfogalmazással: „Készült az Allianz megbízásából a Gazdasági Versenyhivatal Vj/32-.../2014. sz. döntésében foglalt kötelezettségvállalás szerint.”
4. Az Allianz a kötelezettségvállalás egyes elemei igazolását az alábbi dokumentumokkal kívánja biztosítani:
- nyilatkozat arra nézve, hogy az Allianz nem rendelkezik céljutalékot tartalmazó megállapodásokkal;
 - a kötelezettségvállalást kötelezővé nyilvánító Versenytanácsi döntés kézhezvételének napján hatályos szerződéseket tartalmazó szerződési lista átadásával (a Versenytanácsi döntés kézhezvételétől számított 90 napon belül);
 - a céljutalék-megállapodások tilalmára vonatkozó belső szabályzat bemutatásával (a Versenytanácsi döntés kézhezvételétől számított 90 napon belül);
 - a Kampány keretében készült marketing anyagok benyújtásával (a Versenytanácsi döntés kézhezvételétől számított 90 napon belül);
 - a Kampány keretében készült marketing anyagokhoz kötődő számlák és teljesítésigazolások másolatának benyújtásával (a Kampány lezárultát követő 90 napon belül)
 - a kompenzációs elem kapcsán az ügyfelek részére kiküldött értesítések és szerződési feltételek benyújtásával (a Versenytanácsi döntés kézhezvételétől számított 90 napon belül).

II. sz. melléklet: Generali Biztosító Zrt. kötelezettségvállalása

1. A kifogásolt gyakorlat önkéntes megszüntetése

- 1.1. A Generali vállalja, hogy a jelen Kötelezettségvállalás elfogadásától számított további 3 évig nem alkalmaz Céljutalékot (vagyis többlet-jutalék biztosítását arra az esetre, ha az alkusz által közvetített biztosítások egy bizonyos hányadát a Generali biztosítási termékei teszik ki) a gépjármű-biztosítási termékek tekintetében, egyetlen alkusszal fennálló üzleti kapcsolatában sem.
- 1.2. Annak érdekében, hogy - elfogadása esetén - a Generali jelen vállalásának teljesítése utólag megfelelően ellenőrizhető legyen, a Generali kész ismételt és a kötelezettségvállalás pontos tartalmát kodifikáló belső ügyvezetői utasításban rögzíteni a Céljutalékok alkalmazásának tilalmát, és vállalja, hogy az utasítás tartalmát az érintett munkavállalókkal a Generali vonatkozó irányelveinek megfelelően megismerteti. A Generali vállalja továbbá, hogy beszerzi az érintett munkavállalók arra vonatkozó nyilatkozatait, hogy az ügyvezetői utasítás tartalmát megismerték és megértették. Az ügyvezetői utasítást, valamint az érintett munkavállalók nyilatkozatait a Generali a 4.2. pontban jelzett Jelentések keretében bocsátja a Versenyhivatal rendelkezésére.
- 1.3. A Generali a fentiekben túl vállalja, hogy a jelen Kötelezettségvállalás elfogadásától számított 3 évig folyamatosan olyan nyilvántartást vezet, amelyben feltünteti a Generali által az adott időszakban bármely alkusszal gépjármű-biztosítási termékek kapcsán megkötött kiegészítő megállapodásokat, és megállapodásonként azok legfontosabb jellemzőit, ide értve az esetlegesen alkalmazott jutalék típusát. A Generali a 4.2. pontban jelzett Jelentések keretében a Versenyhivatal rendelkezésére bocsátja a nyilvántartás adattartalmát, ezzel igazolva, hogy ténylegesen nem kötött a Kötelezettségvállalás alkalmazási körébe eső Céljutalékot.

2. Fogyasztók kompenzálása

- 2.1. A Generali vállalja, hogy az egyéni szerződést kötő fogyasztóknak és egyéb ügyfeleknek (a továbbiakban együtt: Fogyasztók) a jelen versenyfelügyeleti eljárásra tekintettel, kompenzációként térítésmentesen pótlólagos szolgáltatást nyújt, amelynek keretében személygépkocsikra és legfeljebb 3,5 t össztömegű tehergépjárművekre 2018. július 1 napjától - de legkorábban a Versenytanácsnak a jelen kötelezettségvállalást kötelezően előíró döntése közlésétől számított 7. hónap elteltétől - számított²²² egy éven (azaz 365 naptári napon) belül megkezdett biztosítási év (a Releváns Időszak) tekintetében ingyenesen biztosítja a bennülők balesetbiztosítását, amely balesetbiztosítás kártérítést nyújt baleseti sérülés esetén a gépjármű vezetőjének és utasainak egyaránt, függetlenül attól, hogy a balesetet a biztosított okozta-e vagy sem (Kedvezmény).

Valamennyi Fogyasztóra kiterjedő Kompenzációs Kedvezmény

- 2.2. Új KGFB és CASCO szerződések esetében a Generali vállalja, hogy az első biztosítási évben ingyenesen nyújtja a bennülők balesetbiztosítását 250.000 Ft-os biztosítási összegig.

²²² A 7 hónapos felkészülési idő azon a naptári napon jár le, amely számánál fogva a határozat kézbesítése napjának megfelel.

2.3. A jelen kötelezettségvállalás 2.1. pont szerinti megkezdésének időpontjában fennálló KGFB és CASCO szerződések esetében a Generali vállalja, hogy a 2.1. pontban meghatározott időtartamba eső évfordulót követő biztosítási évben ingyenesen nyújtja csoportos biztosítás keretében 250.000 Ft-os biztosítási összegig a bennülők balesetbiztosítását.

A 2000-2005 között az MPM-en keresztül szerződött Fogyasztókra kiterjedő Kompenzációs Kedvezmény

2.4. A Generali vállalja, hogy azon fogyasztók részére, akik 2000 és 2005 között az MPM-en keresztül kötöttek CASCO vagy KGFB biztosítást a Generalinál (Kiemelt Fogyasztók) további 750 ezer forint, azaz összesen egymillió forint kárfedezetet nyújt ingyenesen a bennülők balesetbiztosítása keretében.

2.5. A Generali az ügyfél adatbázisában szereplő azon Kiemelt Fogyasztók részére, akik a 2.1. pont szerinti időszakra eső fordulónapon a 2000-2005 közötti, MPM-en keresztüli szerződéskötés óta folyamatosan (jogfolytonosan) a Generali ügyfelei KGFB vagy CASCO termékek tekintetében, a 2.4. pontban jelzett ingyenes Kompenzációs Kedvezményt automatikusan nyújtja, és erről az érintett Fogyasztókat - amennyiben azok jelenlegi elérhetősége rendelkezésre áll - igazolható módon értesíti. Az értesítésben a Generali vállalja feltüntetni, hogy a Kompenzációs Kedvezmény nyújtására a Versenytanács kötelezettségvállalást előíró döntése alapján került sor.

2.6. A Generali emellett vállalja, hogy 2019. június 30-ig a honlapján folyamatosan tájékoztatást tesz közzé arról, hogy a Kiemelt Fogyasztók - a Versenytanács kötelezettségvállalást előíró döntése alapján - Kompenzációs Kedvezményre lehetnek jogosultak. Amennyiben bármely fogyasztó KGFB vagy CASCO biztosítási szerződésnek a Releváns Időszakban történő megkötésekor a jogosultság feltételeit bármely módon, hitelt érdemlően igazolja, a 2.4. pontban jelzett megemelt mértékben veheti igénybe a Kompenzációs Kedvezményt.

2.7. A Generali vállalja, hogy a fenti vállalások ellenőrizhetősége érdekében nyilvántartja a Kompenzációs Kedvezménnyel érintett biztosítási szerződéseket, a Kompenzációs Kedvezmény körébe eső káreseményeket, valamint a vonatkozó kifizetések összegét. A nyilvántartás adatait a Generali vállalja a 4.2.pont szerint Jelentésekkel együtt a Versenyhivatal rendelkezésére bocsátani.

3. *Fogyasztói tudatosságot növelő kommunikációs kampány*

3.1. A Generali vállalja, hogy a fogyasztók tájékozottsági szintjét és tudatosságát növelő, az információs aszimmetriát csökkentő intenzív edukációs kampányt valósít meg a 2018. április 15. és 2018. július 31. közötti időszakban (Kampány). A Kampány ütemezését az indokolja, hogy a késő tavaszi / nyári időszakban jellemzően megnövekszik a gépkocsi-használat intenzitása, így a fogyasztók a gépjármű-biztosítási termékekkel kapcsolatban is nagyobb érdeklődést mutatnak, mely megkönnyíti a kampány üzenetének hatékony átadását. A Generali a Kampány keretében: (i) egy tájékoztató honlapot kíván létrehozni és 2018. április 15-től két évig folyamatosan fenntartani, valamint (ii) egy intenzív kommunikációs kampányt kíván megvalósítani 2018. április 15. és 2018. július 31. között.

3.2. A Generali vállalja, hogy a Kampány keretében tájékoztatást nyújt a fogyasztóknak különösen az alábbiakról:

- (i) az egyes gépjármű-biztosítási konstrukciók közötti eltérésekről, egyedi jellemzőiről, a fogyasztói igénypontokhoz kapcsolódó különböző szolgáltatásokról;
 - (ii) a gépjármű-biztosítási szerződések különböző értékesítési csatornáiról;
 - (iii) az alkuszi értékesítési csatorna és az alkuszok által nyújtott szolgáltatás jellemzőiről, ideértve azt a tény is, hogy az alkusz a biztosító-társaságoktól jutalékra lehet jogosult;
 - (iv) a fogyasztói érdekérvényesítés módjairól (több alkusz párhuzamos igénybe vétele, jutalék fizetése az alkusz részére a fogyasztó által, stb.);
 - (v) az egyes biztosítási termékek összehasonlításának lehetséges módjairól, a termék kiválasztása során figyelembe veendő szempontokról.
- 3.3. A Generali annak biztosítása érdekében, hogy a Kampány ne irányuljon a Generali és annak termékei népszerűsítésére, vállalja, hogy a Kampány keretében közzétett hirdetésekben nem tünteti fel a Generali ábrás védjegyét, és a Generali elnevezését is csupán a lenti 3.4. pontban jelzett tájékoztatás részeként - külön kiemelés nélkül - tünteti fel. A Generali a fentiekben is túl vállalja, hogy az általa a Kampány részeként közzétett hirdetések független és tárgyilagos módon tájékoztatják a fogyasztókat a 3.2. pontban foglalt témakörökben.
- 3.4. A Generali a Kampány keretében közzé tett hirdetésekben a fogyasztóknak könnyen észlelhető és értelmezhető formában tájékoztatást nyújt arról, hogy az adott hirdetésekre a Versenyhatóságnak a Generalival szemben kötelezettségvállalást kötelezően előíró döntésére tekintettel került sor.
- 3.5. A Kampány a következő elemekből fog állni:
- (i) a Generali vállalja, hogy 2018. április 15-ig önálló tájékoztató honlapot hoz létre (Dedikált Honlap) és tart fenn két évig, amelyen fogyasztói tájékoztató anyagokat, helyez el a fenti, 3.2. pontban foglalt témákban. A Generali vállalja továbbá, hogy a Dedikált Honlapra a Kampány részeként 3 kisfilm kerül legyártásra és feltöltésre, illetőleg, a Generali által lefolytatott Kampány a Dedikált Honlapra tereli a fogyasztókat. Egy év elteltével a Generali a honlap tartalmát frissíti: ennek keretében leköveti az időközben bekövetkezett szektor-specifikus jogszabályi változásokat és új tájékoztató anyagokat is közzétesz;
 - (ii) a Generali vállalja, hogy honlapján (www.general.hu) közvetlen és jól látható linkeket helyez el, amely a Dedikált Honlapra, illetve annak egyes tartalmaira viszi át az érdeklődő fogyasztót;
 - (iii) a Generali vállalja, hogy a fogyasztók minél szélesebb körű elérése érdekében a Dedikált Honlapon túl több egyéb kommunikációs csatornán is közvetíti a fenti 3.2. pontban foglalt tartalmakat; a Generali a kommunikációt olyan integrált médiahasználattal kívánja megvalósítani, ahol a kommunikációs csomag egyes megjelenési elemei - azok összehangolt időzítésére is tekintettel - egymást erősítik. A Generali vállalja, hogy a 2018. április 15. és 2018. július 31. közötti időszakban médiakampányt folytat, amely magában foglalja kisfilmek, közlemények, rádió- és televízió spot-ok, online hirdetések készítését és közzétételét;
 - (iv) a Generali vállalja, hogy közösségi média felületein tájékoztatást nyújt a Dedikált Honlapról;

(v) a Generali szintén vállalja, hogy honlapján a kötelezettségvállalási döntésre hivatkozó linket helyez el, továbbá a Dedikált Honlapon közzéteszi a kötelezettségvállalási döntés rendelkező részét és a döntés teljes szövegére linket helyez el.

- 3.6. A Generali vállalja, hogy a fenti Kampányra összesen bruttó 40.000.000 forint költségkeretet fog allokálni és a Kampánnyal ezt a költségkeretet teljes körűen ki is fogja meríteni. A Generali a költségkeret teljesülését az igénybe vett külső szolgáltatók (médiaügynökség, PR ügynökség, stb.) által kiállított számla, illetőleg a belső gyártási költségek kimutatása útján fogja igazolni.
- 3.7. Annak érdekében, hogy a Kampány hatása utólag visszakövethető legyen, a Generali vállalja, hogy a 4.2. pontban jelzett Jelentések részeként mind a Kampány marketing-anyagait, mind pedig annak tényleges elérési mutatóit a Versenyhivatal rendelkezésére bocsátja. Az elérési mutatók beszerzéséről a Generali a média-kampány megrendelése során gondoskodni fog.

4. Éves jelentések és záró jelentés készítése

- 4.1. A Generali végül vállalja, hogy a Versenytanácshoz a teljesített kötelezettségekről évente, az adott naptári évet követező 90 napon belül jelentést, a Kötelezettségvállalás végső időtartamát, azaz az annak elfogadásától számított három év leteltét követő 90 napon belül pedig részletes záró jelentést készít (Jelentések, önállóan: Jelentés).
- 4.2. A Jelentésekben a Generali összefoglalja az adott időszakban a Céljutalékok alkalmazásának megszüntetésével, a Kompenzációs Kedvezményel, valamint a Kampánnyal kapcsolatban megtett intézkedéseket, különösen az alábbi dokumentumok benyújtásával:
- (i) kiegészítő megállapodásokat nyilvántartó rendszer adattartalma;
 - (ii) a Kompenzációs Kedvezményel érintett szerződések listája;
 - (iii) a Kompenzációs Kedvezményel összefüggésben közvetlenül megkeresett, a Generali ügyfél-adatbázisában szereplő fogyasztók listája;
 - (iv) a Kompenzációs Kedvezmény körébe eső kifizetések kimutatása;
 - (v) a Kampány média-anyagai, költség-kimutatásai és tényleges elérési mutatói.

III. sz. melléklet: MPM Biztosítási Alkusz Kft. kötelezettségvállalása

1. Az MPM vállalja, hogy a kötelezettségvállalás Versenytanács általi kötelezővé nyilvánításától számított 5 évig nem köt céljutalék-megállapodást gépjármű-biztosítások közvetítésére vonatkozóan.
2. Az MPM vállalja egy önálló fogyasztói tájékoztató kampány (a továbbiakban: Kampány) lebonyolítását.
 - 2.1. A Kampány két felületen valósul meg:
 - Egyrészt online felületen, az MPM termékeihez és szolgáltatásaihoz nem köthető honlapon, úgynevezett árnyékdoldalon valósul meg. Az MPM az online felületet a kötelezettségvállalást kötelezővé nyilvánító Versenytanácsi döntés kézhezvételét követő 90 napon belül elindítja, és az elindítástól számított 1 éven keresztül fenntartja.
 - Másrészt az MPM 11 gépjármű-kereskedő partneréhez összesen 1500 db szórólap kerül kihelyezésre az online felületen is megtalálható tájékoztatással.
 - 2.2. Az MPM a Kampányt kötelezettségvállalást kötelezővé nyilvánító Versenytanácsi döntés kézhezvételétől számított 90 napon belül elindítja. A Kampány tervezett költségvetése 3.500.000 Ft.
 - 2.3. A Kampánnyal elérni kívánt célcsoport a biztosítás iránt érdeklődő és a biztosítással rendelkező személyek. Az online felület mindenki számára elérhető, továbbá az online Kampányt megvalósító honlap banner formájában fizetett hirdetésként meg fog jelenni a célcsoport által látogatott www.vezess.hu honlapon 2 héten keresztül. A fogyasztók a bannerre való kattintással eljuthatnak az MPM által a Kampány céljából létrehozott www.biztositastudatosan.hu honlapra.
 - 2.4. A Kampány a következő tartalommal valósul meg az alábbi pontokra kiterjedően:
 - i. Mire valók a gépjármű biztosítások?
 - Típusaik
 - Hazai Biztosító társaságok, melyek gépjármű biztosításokban érdekeltek
 - A kárrendezés működése az egyes módozatok esetében (pl. számla alapú rendezés, káregyezség stb.)
 - ii. Kötelező gépjármű felelősségbiztosítás
 - Típusa: felelősségbiztosítás
 - Szolgáltatása: a biztosított által másnak okozott károkat téríti meg
 - Szabályozási környezete
 - Tudnivalók, buktatók: törlési okok és következményeik, újraköthetőség, fedezetlenségi díj, B/M besorolás
 - iii. Casco biztosítás
 - Típusa: vagyonbiztosítás
 - Szolgáltatása: a biztosított saját vagyontárgyában keletkezett károkat téríti meg
 - Szabályozási környezet: termék feltételrendszere
 - Tudnivalók, buktatók: önrészek, avultatás, új érték-kárcori érték, díjszámítási alapok, kártérítés mértéke
 - iv. GAP biztosítás
 - Típusa: vagyonbiztosítás
 - Szolgáltatása: a biztosított saját vagyontárgyában keletkezett rés károkat téríti meg

- Szabályozási környezet: termék feltételrendszere
 - Tudnivalók, buktatók: listaár, beszerzési ár, számlaérték, könyvérték, lízingelt és magán gépjárművekre vonatkozó kártérítésű
- v. Alkuszok szerepe, jellegzetességei
- A biztosítási alkusz jogállása
 - A biztosítási alkusz tájékoztatási kötelezettsége
 - A biztosítási alkusz és többes ügynök közötti meghatározó különbségek
- vi. Biztosításváltás során figyelembe veendő szempontok
- Az adott biztosítási módozatot kínáló társaság adminisztratív szolgáltatásainak színvonala
 - Az adott biztosítási módozatot kínáló társaság kárrendezési szolgáltatásának színvonala
 - A társaság pénzügyi stabilitása

2.5. A Kampány nem az MPM és annak termékei promócióját szolgálja. Általános tájékoztatást valósít meg, nem tartalmaz utalást az MPM termékeire és szolgáltatásaira vonatkozóan, az MPM-et nem promótálja.

2.6. Az MPM vállalja, hogy a GVH kötelezettségvállalást elfogadó döntésére való utalás elhelyezésre kerül a Kampány céljából létrehozott honlapon és a szórólapokon: „Készült az MPM Biztosítási Alkusz Kft. megbízásából a Gazdasági Versenyhivatal VJ/32-.../2014. sz. döntésében foglalt kötelezettségvállalás szerint.”

3. Az MPM vállalja, hogy a kötelezettségvállalás egyes elemei igazolását az alábbi dokumentumokkal biztosítja:
- a kötelezettségvállalást kötelezővé nyilvánító Versenytanácsi döntés kézhezvételének napján hatályos szerződéseket tartalmazó lista átadásával (a Versenytanácsi döntés kézhezvételétől számított 90 napon belül);
 - a kötelezettségvállalást kötelezővé nyilvánító Versenytanácsi döntés kézhezvételét követően a céljuttalék-megállapodások tilalmára vonatkozóan kiadott belső vezetői utasítás csatolásával (a Versenytanácsi döntés kézhezvételétől számított 90 napon belül);
 - a kihelyezett szórólapok benyújtásával (a Versenytanácsi döntés kézhezvételétől számított 90 napon belül);
 - a Kampány céljából létrehozott honlap bemutatásával (a Versenytanácsi döntés kézhezvételétől számított 90 napon belül);
 - a Kampány céljából létrehozott honlap látogatottsági adatainak benyújtásával (a honlap fenntartására vállalt 1 éves időtartam lejártát követő 90 napon belül);
 - a Kampány tényleges költségeit igazoló számlák és teljesítésigazolások utólagos bemutatásával (a honlap fenntartására vállalt 1 éves időtartam lejártát követő 90 napon belül).