

- mentis auxerunt, commentariis notisque illustraverunt Georgius Bónis, Geisa Érszegi, Susanna Teke. (Publicationes Archivi Nationalis Hungarici II/19.) (Akadémiai Kiadó. Bp., 1989. 210. p. 1. j.) Az országgyűlést valószínűleg nem tartották meg.
- ⁵⁹ U.o. 213–219. pp.
- ⁶⁰ Óváry Lipót: A Magyar Tud. Akadémia Történelmi Bizottságának oklevél – másolatai. I. füzet. (M. Tud. Akadémia Történelmi Bizottsága. Bp., 1890. 201. p. Nr. 854.)
- ⁶¹ Ártándira: Kubinyi András: Habsburg Mária királyné udvartartása és a politika 1521–1526. (In: Habsburg Mária im. 18. p.)
- ⁶² Gr. Corr. 8. fol. 81–83.
- ⁶³ ELTE Könyvtár Kézirattára. Litterae et epistolae originales. (A továbbiakban: LEO). Nr. 32.
- ⁶⁴ U.o. Nr. 16.
- ⁶⁵ Teleki: Hunyadiak kora im. X. k. 183 – 185. pp. – A magyar szöveg a Hunyadi által letett eskü lehetett, amelyet Kovachich: Supplementum im. Tom. II. 44. p. adott ki.
- ⁶⁶ Decreta regni Hungariae. Gesetze und Verordnungen Ungarns 1301–1457. Collectionem manuscritam Francisci Döry additamentis auxerunt, commentariis notisque illustraverunt Georgius Bónis, Vera Bácskai. (Publicationes Archivi Nationalis Hungarici II/11.) (Akadémiai Kiadó. Bp., 1976. 360–372. pp.)
- ⁶⁷ Knauz Nándor: Az Országos Tanács és országgyűlések története 1445–1452. (Eggenberger Ferdinánd. Pest, 1859. 64. p.)
- ⁶⁸ Ortway: im. 201. p. Nr. 854.
- ⁶⁹ Iványi Béla: A körmendi levéltár missilis levelei (I. rész. középkor, 1454–1526.) (Körmendi Füzetek 5. szám.) (A „Rábavidék nyomdájá”. Körmend, 1943. 28–29. pp. Nr. 143.)
- ⁷⁰ U.o. 29. p. Nr. 144.
- ⁷¹ Gr. Corr. 25. a. 10. 5. 1523. Andrea dal Burgo és Herberstein Ferdinándnak.
- ⁷² Gr. Corr. 25. a. 14. 5. 1523. Burgo Ferdinándnak.

- ⁷³ Gr. Corr. 25. b. 23. 5. 1523. Herberstein Salamancának.
- ⁷⁴ Gr. Corr. 25. a. 23. 5. 1523. Burgo Ferdinándnak.
- ⁷⁵ Relationes im. 188–195. pp.
- ⁷⁶ Ld. fenn, 15. j.
- ⁷⁷ Ld. fenn, 56. j.
- ⁷⁸ Relationes im. 172–176. pp.
- ⁷⁹ Ld. fenn, 53, 65. j.
- ⁸⁰ DI. 21250, 22559, 39331 – 39334, 46733, stb.
- ⁸¹ Wenzel Gusztáv: Marino Sanuto világkrónikájának Magyarországot illető tudósításai. II. In: Magyar Történelmi Tár 24 (1877) 195. p. (Pasqualigo velencei követ 1510. július 21-i tatai jelentése.)
- ⁸² Df. 216594. (1503. március 1.)
- ⁸³ Egy idézés birtokperben az országgyűlés elé: Szabó D.: Magyar országgyűlések im. 158. p.
- ⁸⁴ A pozsonyi követek jelentése 1447-ből: Knauz: im. 64. p.
- ⁸⁵ Ld. fenn, 75. j.
- ⁸⁶ DI. 21279.
- ⁸⁷ LEO 266. – Az ügyre: Kubinyi András: A királyi tanács köznevesi ülnökei a Jagelló-korban. In: Társadalom- és művelődéstörténeti tanulmányok. Mályusz Elemér Emlékkönyv. Szerk.: H. Balázs Éva, Fügedi Erik, Maksay Ferenc. (Akadémiai Kiadó. Bp., 1984. 262. p. Az ország négy részének térképe: u.o. 259. p.)
- ⁸⁸ Balogh István: Velencei diplomaták Magyarországról (1500 – 1526). Forrástanulmány. (A Szegedi Magy. Kir. Ferencz József – Tudományegyetem Közép- és Újkori Történeti Intézete. Szeged, 1929. XXXII. p.) Aluise Bon velencei követ jelentése.
- ⁸⁹ Ortway: im. 201. p. 854. sz.
- ⁹⁰ Acta Tomicianiana VII. k. 84–85. pp. (Andrzej Krzycki lengyel követ jelentése.)
- ⁹¹ Kovachich: Supplementum im. Tom. II. 341–342. pp.
- ⁹² Teke: im. 207–210. A Mátyás-kori állapot ismertetése.



1. A REKLÁMOKRA VONATKOZÓ JOGI SZABÁLYOZÁS ÁLTALÁNOS RENDSZERE ÉS FEJLŐDÉSTÖRTÉNETI VÁZLATA MAGYARORSZÁGON

A reklámokra vonatkozó jogi szabályozás módszere hagyományosan a reklámozási tevékenység megengedhetőségi kereteinek rögzítése. A kereteket a reklámokra vonatkozó tételes jogban lényegében a mai napig tilalmak és korlátozások alkotják, a szabályozás jellege alapvetően kogens. A ma hatályos szabályok nagy része előíró szabály, azaz a reklámokra vonatkozó rendelkezések a követendő magatartást írják elő vagy tiltásokat (korlátozásokat) fogalmaznak meg. A tilalmak egyébként jellemzően vagy a reklámüzenet tartalmát (vagy a közzététel módját), vagy a reklámozható áruk körét érintik.

A reklámok szabályozásának gyökerei Magyarországon – amennyiben az írott jogi forrásokhoz igazítjuk ezt – a XV. századra nyúlnak vissza.

A korabeli jogi szövegek összehasonlító vizsgálattal határozottan kimutatható a kialakított versenyjogi modell német-rokonsága, a megtévesztő reklámfogások a tisztességtelen verseny elleni jog fogyasztók megtévesztését tiltó tényállásai (reklámszédelgés, becsalogató hirdetés), a piaci konkurenciát sértő reklámok a versenytársi sérelmek alapján ítéltettek meg

Pázmándi Kinga:

A hirdetésre vonatkozó jogi szabályozás története

(klasszikus versenyjogi tényállások, hírnévsértés, befeketítés, szolgálai utánzás).

Ez az elméleti és tételes jogi kiinduló pontja a reklámokra vonatkozó általános jogi korlátozások (megtévesztő, burkolt – és összehasonlító reklám) ma hatályos rendszerének.

A reklám jogi szabályozásában történetileg megfigyelhető, hogy az először tisztán versenyjogi közelftés később fokozatosan egészül ki a fogyasztóvédelem szempontjaival. A magyar jogban a tisztességtelen versenyről szóló első átfogó törvény, az 1923. évi V. tv. – a tisztességtelen versenykezelmények általános tilalmán keresztül közvetetten, közvetlenül pedig a versenytársi sérelmek között elhelyezve a reklámszédelgés tényállását – tisztán versenyjogi szempontból ítélte meg a jogi elvárásokba ütköző reklámozást, illetve a fogyasztók megtévesztő tájékoztatását. Érdekes – a mai polgári jogrendszerek egyik-másikában még ma is megfigyelhető momentum, – hogy a kezdeti tisztességtelen verseny elleni jogban a versenytársi sérelmeknek sok esetben deliktuális megfelelője is

van, az 1923-as versenytörvény például a reklámszédelgést egy másik fejezetében vétségnek minősíti, így az alapesetben polgári jogi szankcióval, a cselekmény súlyosabb megítélést igénylő esetei pedig közjogi szankcióval voltak sújthatók. A nevesített tényállások esetein kívüli tiltott reklámfogásokat ebben az időben a versenyjog generálklauzulája alapján ítélték meg. A "hirdetések *csalafintasága*" például ténylegesen az árendeménnyről, vagy kiárusításról történt megtévesztő hirdetés, vagy a "vevőfogdosás" esete – mely jogilag mást jelent mint szemantikailag – a vevőnek az utcán vagy a forgalmazás helye felé vezető úton való közvetlen megszólítását fedi. Érdekes adalék, hogy mindkét jogsértés modern változatával a legutóbbi idők joggyakorlatában is találkozhatunk¹.

Az „eladásösztönzés” jogi szabályozása jóval később jelent meg, mint a kereskedelemre vonatkozó első jogi „előiratok²”. A magyar jogi szabályozásban a kereskedelem mikéntjére vonatkozó kezdeti szabályok zömmel a kereskedelem nemzeti korlátozását tükrözik. Az I. Jagelló Ulászló uralkodása idejéből származó 1439. évi IX. törvénycikk utalása szerint – *I. Anjou (Nagy) Lajos* idejében a kereskedelem kialakult szokásrendjét rendeleti úton megerősítve – a „*kereskedés, vásárlás és csereberélés czéljából*” kijelölt helyekre terelték a vásárokat. Az áruk hirdetése ez idő tájt nem vált külön magától az árusítástól, a mai reklámjogi fogalmak szerint kizárólag „*eladáshelyi reklámról*” beszélhetünk. Az áruk és szolgáltatások „*kínálására*”, népszerűsítésére” vonatkozó jogi megkötések a középkorban még nincsenek, a kereskedelem „*tisztessége*”, főként *etikai* kérdésként vetődik fel, a kereskedelmi szokásrend által meghatározott keretek között.

A kereskedelem mikéntje tehát alapvetően szokásjogi alapon rendeződik, ennek az írott jogban csak utalásszerű nyomait találjuk. Az „*áruk tukmálása*” az üzleti tisztesség körébe tartozó *szaketikai kérdés*, azonban itt is elválaszthatatlanul a kereskedelmi tevékenységhez kapcsolt fogalom.

2. TÖRTÉNELI GYÖKEREK A XV. SZÁZADTÓL AZ ELADÁSÖSZTÖNZÉS ELSŐ ÖNÁLLÓ JOGI SZABÁLYOZÁSÁIG

A hirdetésekkel kapcsolatos jogi szabályozás jogtörténeli fejlődésének felvázolása láthatóvá teszi, hogy a kereskedelemben alkalmazott „eladásösztönzés” – alapvetően az üzleti tisztességhez kötött – „szokásjogi etikettjéből” hogyan körvonalazódik a legújabb kori „reklámjog” fogyasztóvédelmi hangsúlyú jogi reklámfogalma.

A „kereskedelmi beszédben” – ahogyan a hirdetés kérdése az alkotmányos szabályozásban felmerült – „nincs új a nap alatt”. A hirdetésekkel, vagy tágabb értelemben az eladás ösztönzését szolgáló kereskedelmi módszerekkel elkötött jogsértések jellegüket

és lényegi tartalmukat tekintve jóval kevesebbet változtak, mint jogi megítélésük. Az első történeli források a hirdetésekkel nem kezelik külön magától a gazdasági tevékenységtől, melynek népszerűsítésére szolgálnak.

2.1. Az „eladásösztönzés” megjelenése a jogi szabályozásban – a történeli kezdetek

A szakirodalom a magyar jogi szabályozás első vonatkozó forrásaként a II. Ipartörvényt említi³, az első forrás azonban, melyben a szolgáltatás népszerűsítése önálló jogi kategóriaként jelenik meg, az V. Ferdinánd idejéből származó 1840. évi XIX. törvénycikk, mely a *kereskedői testületekről és az alkuszokról* szól.

A törvénycikk az olyan városokban vagy mezővárosokban, ahol több mint tíz kereskedő vagy egyéb mester tevékenykedik, nyílt tagságú kereskedői testület létrehozásának lehetőségét biztosította⁴, és ezen testületek jogkörébe utalta a *kereskedelmi alkuszok* tevékenységének szakmai felügyeletét. Az *alkusz* lényegében olyan kereskedelmi ügynök volt, aki – rendszerint meghatározott területen – közvetítői és bizományosi tevékenységet végzett. Az *alkuszi tevékenység* megkezdéséhez és folytatásának szándékát a kereskedői testülethez be kellett jelenteni⁵. Az „*esedező*” *alkusz* jelölt kereskedelmi készségeiről és ismereteiről a testület elnökéből és két kereskedő tagjából álló bizottság előtt szigorú számot adott⁶, és alkalmasságról a testület „*bizonyoságlevelet*” állított ki, mely alapján az *alkusz* a helybeli hatóság előtt tett esküvel vált *alkusszá*. Az *alkusz tevékenységét* tehát a „*hitletételt*” igazoló hatósági záradékkal és pecséttel ellátott alkalmassági bizonyítvány birtokában végezhetette. Az eladásösztönző tevékenységre utalás a törvénycikk 7. §-ában jelenik meg, mely az *alkuszi kötelelességeket* írja elő. A hivatkozott paragrafus b) pontja szerint az *alkusz köteles* volt a „*kereskedésekben, gyárakban s közkereseti társaságok írószobáiban (bureau) gyakran megjelenni, s szolgáltatit tolakodás nélkül ajánlani*”.

A törvényszöveg megfogalmazásából kitűnik, hogy az ösztönzés jogi értelemben is elismert és megengedett⁷, feltéve hogy – a túlzó, agresszív módszerek mellőzésével – a tisztességes befolyásolás keretein belül marad. Ez a rendelkezés az első olyan magyar jogtörténeli forrás, melyben egyidejűleg az a legújabb kori versenyjogi szempont is megjelenik, miszerint a fogyasztók döntéseinek befolyásolása során közvetlenül tilalmazott az „*agresszív üzleti módszerek*” alkalmazása.

A törvénycikk az áruk bemutatásának szabályozása körében tovább közelít a fogyasztók közvetlen védelmét szolgáló szempontok tételes jogi szabályozásához, amikor kifejezetten rögzíti, hogy „*Az eladandó áruk tulajdonságainak előadásánál igazságosan s részrehajlatlanul szolgálni, a valódi mustrákat megmutatni, s jót állni, hogy az áruk a mustráknak megfe-*

lelnek;” Az alkuszi tevékenységének önálló része az ügylet létrejöttének „szorgalmazása”, mely az eladás-ösztönzés klasszikus fogalmi eleme. Az áru tulajdonosságainak ismertetése, a „vevőtájékoztató” a jogtörténeti fejlődés során az ügyletkötés klasszikus polgári jogi kötelezettségéből a legújabb kori fogyasztóvédelmi jog alapvető kategóriájává nőtte ki magát⁸. A történeti gyökerek kétségkívül itt találhatóak, hiszen az alkusz az ügylet kötés során közvetítő, aki az előbb idézett jogszabályhely tanúsága szerint is „igazságosan” – azaz valóságosan – továbbá „részhajlatlanul” – azaz a megbízó fél javára illetve a vevő kárára való tisztességtelen befolyásolás nélkül –, de nyilvánvalóan ösztönzi az ügylet létrejöttét. A fogalmi értelmezés további erősítéseként a törvénycikk 16. §-ában sajátos rendelkezést találunk, mely szerint „Azon célból, hogy az alkusz az árukat becsök felett magasztalja, s így másokat csaljon, nagyobb alkuszdíjt kikötni tilos”. A rendelkezés közvetlenül az alkusz tisztességtelen „reklámtevékenységre” való motiválását tiltja, az „... árukat becsök felett magasztalja” kifejezés a későbbi „szédelgő feldícsérés” (azaz a túlzásaival megtévesztő reklámozás) versenyjogi tényállásának – minden lényeges elemét kimerítő – fogalmi megfelelője (különös tekintettel arra, hogy a megfogalmazásból egyértelműen kiderül a jogalkotói szándék, hogy a szabályozott eset szándékos, mi több, célzatos magatartást feltételez).

További igen lényeges tételes jogi összefüggésként emelném ki, hogy a tisztességtelen, jogellenes kereskedelmi tevékenység szokásos magánjogi következményein felül (semmisség, teljes körű kártérítési felelősség⁹) először jelenik meg a fogyasztóvédelemben gyakran tapasztalható azon kettősség, hogy a jogsértést párhuzamosan közjogi szankcióval, bírsággal – a XIX. század megfelelő terminus technicus-ával *büntetés*-sel – sújti¹⁰.

2.2. Az 1884-es magyar Ipartörvény reklámtörténeti jelentősége – „rabatt szabályok” megjelenése a magyar jogban és a megtévesztő reklámozás tételes jogi gyökerei

Az eladásösztönzés jogi szabályozásával kapcsolatos következő történeti emlék az I. Ferenc József uralkodásának idejéből származó 1884. évi XVII. törvénycikk (un. Ipartörvény), melyet Tisza Kálmán kormánya készített elő. Az Ipartörvényen már igen erősen érezhető az a német-osztrák hatás, mely a kereskedelem – és különösképpen a tisztességtelen piaci magatartás szabályozásának kezdetein – végig megfigyelhető. Az Ipartörvény esetében ez különösen azért szembetűnő, mert az abban található – német-osztrák mintájú – un. „rabatt” szabályozás ezzel a törvénycikkkel jelent meg a magyar jogi szabályozásban. Sajátos magyar jogtörténeti összefüggés, hogy a kereskedelmi hagyományokból kinövő rabatt szabályozás a magyar jogból eltűnt, annak maradványait elszórtan találjuk meg a legújabb kori verseny- és fogyasztóvédelmi szabályok között.

A *rabatt szabályok* lényegében tehát a „tömeges és gyors eladásra ingerlő” forgalmazás kereskedelmi szabályai. A rabatt törvények logikája a – szokványos kereskedelmi feltételekkel való forgalmazáshoz képest – lényegesen és esetleg tartósan eltérő kereskedelmi szituáció ellenőrzésének és – különösen a történeti kezdetekben – nagyrészt a versenytársakat védő közigazgatási korlátozás jogi feltételeinek a meghatározása. A szabályozás szempontjából rendszerint közömbös, hogy a kereskedő saját vagy mások áruját forgalmazza tartós kedvezménnyel, a lényeg, hogy a kiárulásban („végeladás”), vagy bármely más – az árucikkek széles skáláját vagy nagy tömegét érintően – alkalmazott engedmény az adott piacon előnybe hozhatja a kiárúsítót, hátrányba a többi kereskedőt (különösen, ha pl. a készletek felvásárlásával célzatosan teremt olyan helyzetet, ami a többiek piacról való kiszorítását eredményezheti). A rabatt kereskedés végeredményben *sajátos forgalmazási mód*, mint ilyen, nem közvetlen de mindenképpen közvetett eladásösztönzés, amelynek ráadásul fogalmi velejárója az „eladásra ingerlés”, azaz maga a reklám.

2.2.1. „Rabatt szabályozás”. Akciók és kiárulások a XIX. század magyar kereskedelmi szabályai között

Az Ipartörvény 51. §-a előírta, hogy saját vagy idegen árut „végeladás, árverés vagy más, a tömeges és gyors eladásra ingerlő módon eladni” csak iparhatósági engedély birtokában volt lehetséges. A végeladás – azaz a végkiárulás – korabeli fogalma a német rabatt szabályokban foglaltak szellemében nyervehetett értelmezést, azaz az árusítói hely, a vállalkozás vagy az árukészlet végső felszámolását kell érteni alatta. A megfogalmazás a szabályozás tárgyi hatályát kiterjeszti a kedvezményes – akciók – kiárulások minden további esetére is. A rabatt szabályozás lényege, hogy az ilyen tömeges, gyors eladásra ösztönző (azaz a szokásos forgalmi viszonyoktól eltérő) forgalmazási mód alkalmazhatóságát – határidős feltételt szabó – hatósági engedélyhez köti a jogalkotó. A korabeli magyar szabályozás maradéktalanul illeszkedik ehhez a – német jogban a mai napig élő¹¹ – tételes jogi megoldáshoz.

Az Iparhatósági engedélyt ennek megfelelően legfeljebb három hónapra adták ki, a község pénztárába fizetendő díj ellenében, melyet elsősorban az Ipartörvény 87. §-ában meghatározott ipari, másodsorban oktatási célokra fordítottak. Ugyanígy, az eladások befejeztével a befolyt összeg tizedrésze is ipari vagy oktatási célokra volt fordítandó. Az általános rabatt korlátozás alól az egykori szabályozás kivette a hagyaték „felszámolását” (azaz a hagyatéki árverés esetét), valamint a csődárverést¹².

Az árverés vagy végeladás – minden esetben – a tárgyak leltár szerinti értékesítésének szigorú iparhatósági ellenőrzése mellett zajlott, mely az engedélynek megfelelő forgalmazás feltétele is volt egyben.

2.2.2. A kereskedelmi kommunikáció eszköztárszere. Megtévészto „hírdetés” és a reklámozás egyéb eszközeinek megjelenése a tételes jogban

Az Ipartörvény rendelkezik először a megtévészto tájékoztatás tilalmáról is. Az Ipartörvény 58. §-a ugyanis előírta, hogy „egy iparos vagy kereskedő sem használhat czégén, nyomtatványain vagy hírdetéseiben oly jelzőket, jelvényeket vagy adatokat, melyek a tényleges üzleti viszonyoknak vagy a valóságnak meg nem felelnek”. A törvény „kihágásokról és ezek büntetéséről” szóló VI. Fejezete az iménti jogsértő megtévésztestet *kihágásnak* minősíti, és 20 forinttól 200 forintig terjedő büntetéssel rendeli sújtani¹³. A fogyasztó megtévésztese tehát ebben a történeti szakaszban *deliktualis jellegű*, közjogi szankcióval – pénzbüntetéssel – sújtott magatartás.

A jogi szabályozás itt már kifejezetten épít a kereskedelmi szokásokban már kialakult „hírdetés” fogalmára, és az üzleti kommunikáció számos eladásösztönzést segítő egyéb formáját is elismeri.

A kereskedő „*czége*” az ipargyakorlásra vonatkozó szabályok által előírt cégjelző, mely a vonatkozó szabályok szerint előírt – a kereskedőt és tevékenységét szabatosan és hűen tükröző – legfontosabb adatokat tartalmazta. A cégjelzőt – cégtábla formájában – a kereskedés bejáratához kötelező volt kifüggeszteni, de az utcai, alkalmi, vásári eladásoknál is közszemlére kellett tenni. A cégjelzőn – a tartalmi szabályok betartásával – a kereskedő természetesen egyéb grafikus, tipografikus jelzést (újkori szóval *logót*) is alkalmazhatott, amely tevékenysége elsődleges reklámjaként is szolgált. A jogszabálysöveg itt már közvetlen utalást tesz a „hírdetésre”, mely így, további differenciálás nélkül, a hírdetések minden alkalmazott változatát (sajtóhírdetés, szórólap, plakát, stb.) felöleli. Az előzőek azt is bizonyítják, hogy ebben a korban ismerik és elismerten reklámcélokra használják továbbá az üzletfeliratot, az üzleti levelezésben vagy ismertetésekben használt céges nyomtatványokat, a cég megismerését szolgáló logót, „védjegyet” és bizonyára valamilyen értelemben a szlogeneket is.

A megtévésztes mindkét klasszikus változata megjelenik már a korabeli szabályozásban. Ide sorolható a valóságtól eltérő (vagyis a valótlan állítás) illetve a tényleges üzleti viszonyoknak nem megfelelő közlés (a megtévésztesre alkalmas félrevezető közlés, mely valójában valós alapú is lehet). Ugyanakkor a jogszabályhely a tevőleges megtévésztesselel operál, tehát az adatok *elhallgatásával* megvalósuló *passzív megtévésztesse* közvetlen szabályozás formájában még nem jelenik meg.

2.2.3. A közvetlen eladásösztönzés korlátozása

Az Ipartörvényt módosító 1900. évi XXV. törvény-cikk („az 1884: XVII. tc. 50. §-ának a megrendelések gyűjtésére vonatkozó rendelkezései módosításáról”) hatályon kívül helyezte az Ipartörvény azon rendelkezését,

mely szerint minden iparosnak joga van a saját, és mások áruinak lakóhelyén, kívüli szabad bemutatására, és ezzel megrendelések gyűjtésére. Ennek helyébe olyan korlátozó rendelkezést iktattak, melynek értelmében a belföldi és külföldi iparosok, kereskedők vagy ezek megbízottjai, az iparos vagy kereskedő lakóhelyén kívül megrendeléseket csak olyan iparosoktól vagy kereskedőktől gyűjthettek, akik üzletszerűen, tevékenységük körében foglalkoztak az illető áru eladásával vagy felhasználásával. A házaló kereskedést, illetve a tágabb értelemben vett közvetlen eladásösztönzést az 1900-as években a szakmai fogyasztók körére korlátozzák, a laikus fogyasztó ilyen módszerekkel nem közelíthető.

A jogalkotói szándék azonban elsősorban versenyvédelmi motivációra utal, a korlátozás fogyasztóvédelmi hangsúlyra elenyésző. A korlátozás alóli kivétel is ezt sugallja, amely a tilalom alól az irodalmi és művészeti termékek megrendelésének gyűjtését mentesíti.

A kereskedelmi miniszter a tilalom ágazati – vagy egyes iparcikkek tekintetében gyakorolható – egyedi mentesítési jogkörrel rendelkezett, melynek kapcsán az Iparkamarákat meg kellett hallgatnia. Az ágazati és egyedi mentesítés kereskedelmi igazgatási hatáskörbe tartozott tehát, melyről évente egyszer a miniszter beszámolt a törvényhozásnak.

A jogsértés jellege ez esetben is kihágás, és pénzbüntetéssel, a minták elkobzásával illetve a tevékenységtől való határozott idejű eltiltással szankcionált. A létrejött ügylethez azonban a törvénycikk nem fűzte az érvénytelenség polgári jogi szankcióját, ennek negatív kimondása azonban szintén arról tanúskodik, hogy a tilalom versenyjogi célokat szolgál, hiszen a tisztességtelen verseny elleni jogi küzdelemben szokásosan használt szankció rendszert tekinti kiindulásnak.

3. A TISZTESSÉGTÉLEN VERSENY ELLENI JOG FEJLŐDÉSTÖRTÉNETE

A tisztességtelen verseny elleni törvénykezés gyökerei a magyar jogban elvi értelemben visszanyúlnak a „washingtoni egyezmény”-nek az 1913. évi VIII. törvénycikkkel való kihirdetéséig, melynek 10. b) cikke általános kötelezettséget rótt a szerződő államokra, hogy az Unió államait viszonyosan „a tisztességtelen verseny ellen hathatós oltalomban részesítsék”. A nemzetközi kereskedelmi szerződések megkötése alkalmával határozott előnyben részesült az az állam, amelynek jogrendje a kereskedelem érdekeit az egyezmény által előírtak szerint, hatékonyan védelmezték.

3.1. A tisztességtelen verseny elleni jogi szabályozás rendszere az 1923-as versenytörvény előtt

A korabeli versenyjog egyértelműen a versenytár-

sak egymás ellen biztosított jogi védelmének erkölcsi alapján állott, a tisztességtelen piaci magatartás társadalomra veszélyességét abban látta, hogy a „nemcsak a közvetlenül megtámadott versenytársnak személyiségi jogait és vagyoni érdekeit sérti, hanem hogy ezt magát és tisztességes versenytársait is választani kényszeríti a közt, hogy vagy tönkre menjenek, vagy hasonlóan tisztességtelen eszközökkel igyekezzenek céljukat elérni”¹⁴.

A versenyjog történeti fejlődése során fokozatosan alakult ki a versenyjogi szabályozás két alapvető területe, a tisztességtelen verseny elleni- és az ún. „antitrust” jog (azaz a versenykorlátozások elleni jog). Történetileg először a tisztességtelen verseny elleni jogi szabályok, ezen belül is – mint a magyar jogi szabályozásban ez tisztán megfigyelhető – az ún. „klasszikus versenyjogi”, azaz a versenytársak védelmét biztosító tényállások jelentek meg. A tisztességtelen verseny elleni jog másik iránya a „versenyjogi fogyasztóvédelem” a kezdeti időkben – az eddig leírtakkal is összecsengően – elsősorban – alapvetően a kereskedelmi igazgatás sajátos, kapcsolódó tényállásaiban – bukkant fel. Történetileg – a gazdasági viszonyok változásával párhuzamosan – születtek meg az antitröszt jog alapjai. Biztonsággal megállapítható, hogy gazdasági értelemben előbb helyeződött hangsúly a kartellek, a fúziók illetve az erőfölényes piaci pozíciók versenykorlátozó hatásának jogi korlátozására és a versenytársak védelmének igényére, mint a fogyasztók érdekeinek védelmére.

A versenyjogban a fogyasztók közvetlen piaci védelme már a legújabb kor terméke, és manapság Európában nemzeti jogonként eltérő szabályozási rendszert alkot. Magyarország történeti hagyományai alapján végül egységes versenyjogi szabályozást valósított meg, de az Európai államok körében többnyire a versenyjogi szabályozás (ami rendszerint az antitröszt jogot jelenti) külön vált a fogyasztók – államonként szintén szórását mutató - védelmétől¹⁵.

3.1.1. A megtévesztő tájékoztatás és atisztességtelen verseny a korabeli szabályozásban – út az 1923. évi V. törvénycikkig

A tisztességtelen verseny elleni 1923. évi V. törvénycikk megalkotásában történetileg az alábbi jelenségek váltak ismertté a magyar jogalkotó előtt:

a) a tisztességtelen verseny elleni küzdelem szokásjogi alapon – ideértve a bírói gyakorlatot is – nem nyújtott már megfelelő védelmet a piaci verseny tisztaságának megőrzéséhez;

b) a tisztességtelen versenycelemek típusos magatartásformái olyan szórását mutattak, hogy annak taxatív szabályozása technikailag lehetetlenné vált (a gazdasági élet dinamikussá válása ezen a területen a statikus jogi eszközök használatát nagyban elnehezítette);

c) összehasonlító jogi források alapján a tisztességtelen verseny elleni jogi küzdelemben a német jogcsoporthoz közeli államok az ún. „generálklauzulás”

modellt alkalmazták, és közvetlen szabályozási min-ták éltek a rabatt-szabályozásra¹⁶.

d) Szintén összehasonlító jogi összefüggés a magyar jogban is követett azon megoldás, hogy a tisztességtelen versenyről szóló törvények csak a szűkebb értelemben vett tisztességtelen verseny elleni szabályozásban gondolkodnak, a tág értelemben vett tisztességtelen verseny elleni szabályokat külön törvények tartalmazzák. A tág értelemben a tisztességtelen verseny körébe tartoztak a külön törvényben említett kereskedelmi csalások és visszaélések esetei, melyeknek célja és eredménye: a tisztességtelen piaci szereplő gazdasági helyzetének jogtalan megjavítása a tisztességes versenytársával szemben.

Az 1923. évi V. törvénycikk megszületése előtt a bírói gyakorlat az érvényesített magánjogi elvek alapján nem adta meg a tisztességtelen verseny ellen azt a magánjogi oltalmat, amit a francia, belga, svájci és angol bírói gyakorlat (ahol a jogalkalmazás szintén nem támaszkodhatott egységes tételes jogi alapra). Az osztrák és a régi német bírói gyakorlat mintáját követve¹⁷ a Kúria 1909. február hó 11-én 4333/1908. IV. p. t. szám alatt hozott határozata ezzel kapcsolatosan kimondta: „A tisztességtelen versenyzésből támasztható igények törvényhozásilag szabályozva nincsenek, ennélfogva a per elbírálásánál csakis azt lehet szem előtt tartani, hogy a versenyző versenytársával szemben követett-e el a fennálló törvények által tiltott olyan cselekményt, amely annak kárt okoz”.

A tisztességes piaci verseny védelme az 1923. évi versenyjog megalkotásáig csak a tételes jog alapján nyugodhatott, így ennek alapját több olyan speciális jogszabályban találhatjuk, amely részint közvetlenül, részint közvetve, védelmet adott a tisztességtelen verseny körébe tartozó számos tényállás esetére.

Közvetlen jogi szabályozást tartalmazott:

- az Ipartörvény (1884. évi XVII. törvénycikk) 58. §-a, és különösen a kereskedelemügyi minisztériumnak ezen az alapon kialakult joggyakorlata az ú. n. reklámszédelgések ellen;

- az Ipartörvény 51., 52. és 158. §-ai a tömeges véltelre ingerlő eladási módok (végeladás, árverés, kiadásítás¹⁸ stb.) tisztességtelen felhasználása ellen;

- az 1893. évi XXXIV. törvénycikk a csomagokban árukt cikkek mennyiség-tartalmának helytelen megjelölése ellen¹⁹;

- szűk körben a becsület védelméről szóló 1914. évi XXI. törvénycikk 24. §-ában szabályozott „hitelrontás vétségének” tényállásával²⁰.

Szűk értelemben véve ez utóbbi – még deliktuális – hitelrontás tekinthető az összehasonlító reklámozással kapcsolatos jogi szabályozás történelmi gyökerének abban az értelemben, hogy a jogellenes összehasonlító reklámozás alapvetően a klasszikus versenyjogi tényállásokon át, versenytársi sérelemként „öltött” testet, és hosszú fejlődési utat járt be, míg tartalmi korlátok közt Európa szerte legalísan alkalmazható nevesített reklámmódszerként láthatjuk viszont napjainkban.

Bizonyos értelemben közvetlen védelmi eszköznek volt tekinthető a törvényes²¹ és szerződéses versenytilalom, mely – analógia útján – közvetlen magánjogi oltalmat nyújtott a tisztességtelen versennyel szemben is.

Közvetett jogi védelmet nyújtottak ugyanakkor azok a szabályok, melyeknek elsődleges szabályozási tárgya nem a tisztességtelen verseny elleni küzdelem, de hatásirányuk a verseny tisztasága védelmének irányába hat. Ilyennek számítottak az ipari tulajdonjogra vonatkozó jogszabályok²²; a cégjog egyes rendelkezései²³; egyes sajátos áruk- és termékek forgalmazásáról szóló speciális törvények köre²⁴; és meghatározott körben a büntetőjog is²⁵.

3.2. A tisztességtelen versenycelekmények típusos tényállásainak csoportosítása

A tisztességtelen verseny típusos tényállásait a korabeli források két csoportba osztják. Az *első csoportba* osztott tényállások exemplifikatív felsorolásai az 1923. évi V. tc. általános tilalmi szabálya²⁶ által körülírt tisztességtelen versenynek. A generálklauzula szabályozási modelleknek megfelelően ez azt jelenti, hogy a példálózó tényállások esetében a törvényi szabályozás ipso iure védelmet nyújt, míg a generálklauzula általános tilalma alapján a fel nem sorolt versenysérelmek is a törvényben előírt szankcióval sújthatók. A jogellenesség megállapításához az adott magatartás veszélyeztető volta, és a gondatlanság is elégséges volt. A *másik csoportba* sajátos magatartásformákat absztraháló önálló tényállások tartoznak (mint például a „hólabda szerződés”).

A megtévesztő- és különösen az összehasonlító reklám fejlődéstörténete szempontjából a legjelentősebbek a *szédelgő feldicsérés*, a *bitorlás* és *utánzás*, valamint a *befekettetés* tényállásai, ez indokolja az elemzésen belüli külön kiemelésüket.

3.2.1. A szédelgő feldicsérés

A „szédelgő feldicsérés”²⁷ tényállásában szabályozott magatartás a versenytársakat legtöbbször csak közvetve veszélyeztette, azáltal, hogy a valóságnak nem megfelelő adatok és megjelölések használatával a megtévesztett vevőket a jogsértő elvonta a károsultól. A tényállásnak megfelelő magatartásformákat a gyakorlat a „szédelgő feldicsérés” 1923-as versenytörvényben való rögzítését megelőzően az 1884. évi XVII. törvény cikk 58. §-a alapján ítélte meg.

A törvény cikk 3. § kizárja annak lehetőségét, hogy a bíróság a 2. § tilalmát olyan származási helymegjelölésre is kiterjessze, amely a köztudatban már nem mint földrajzi vagy néprajzi megjelölés, hanem mint „minőségjelző” szerepel (eredetmegjelölés). A származási hely eredetmegjelölés jellegét – forgalmi többletjelentését – a bíróság, rendszerint az adott kérdésben hivatott szaktestület véleményének meghallgatása után, döntötte el.

A legújabb kori „túlzó reklámmal” való megtévesztés sajátos esetének történelmi gyökerét találhat-

juk az 1923-as versenytörvény 6. §-ában. Jelesül a vállalkozó (kereskedő, vagy gyártó) ismertségére vagy elismertségére vonatkozó túlzó vagy valótlan állításokkal való megtévesztést.

A korabeli gyakorlatban gyakran előforduló visszaélés volt, hogy ún. „zúgkiállítás”on, tényleges részvétel nélkül is korrupcióval szerzett „kiállítási kitüntetés”-eket (érmeket, okleveleket stb.), a cégtáblán, a kirakatban, az üzleti körlevelekben és hirdetésményekben, sőt esetleg magukon az árukon (vagy az azokra ragasztott címkéken) alkalmazták, vagy nem létező szakmai elismerésekre hivatkoztak.

A *védjegyekkel* kapcsolatos külön jogszabályi rendelkezések közül a Kt. 21. és 24. §-ában megállapított oltalmat a cégjegyzékben nem szereplő vállalkozók nem vehették igénybe, tekintettel arra, hogy a jogi védelem a Kt. alanyi hatálya szerint meghatározottan, a cégregiszterben cégnevükön szereplő vállalkozókat illette. A védjegy törvények a név, cég, címer és üzleti elnevezés jogosulatlan használata ellen csak árumegjelölésként való alkalmazásuk esetén lépnek fel, egyéb esetekre (körleveleken, hirdetésményekben, az üzletre vagy az üzletben alkalmazott feliratokon való szerepeltetés) azonban nem terjed ki az oltalom²⁸. A tisztességtelen verseny elleni törvény cikk a Kt.-ben és a védjegy törvényekben biztosított védelem alanyi és tárgyi hatályát terjesztette ki a szédelgő feldicsérés tényállásának az 5.- és 6. §-ában rögzített sajátos eseteinek rögzítésével. Említésre érdemes, hogy az a gyakorlati szempont, mely szerint a megtévesztésre alkalmasság elbírálásakor az áru külső megjelenéséről alkotott „összbenyomás” alapján kell eldönteni, első alkalommal ebben a jogszabályban jelenik meg²⁹.

Az 1923. évi V. tc. sajátos vonása, hogy a reklám-szédelgés és a bitorlás célzatos, súlyosabban minősülő eseteit a törvény cikk „büntető rendelkezéseket” magában foglaló III. fejezetében vétséggé minősíti. A szédelgő feldicsérés vétségének – a szédelgő feldicsérés törvényi tényállásához viszonyított – többlet tényállási elemei az alábbiak szerint összegezhetők:

- a tényállás szubszidiárius („amennyiben... súlyosabb büntető rendelkezés alá nem esik”)
- kifejezett fogalmi elem a célzat („aki abból a célból, hogy valamely áru (szolgáltatás) kelendőségét fokozza, vagy másnak üzleti közönségét elvonja”) valamint
- a nyilvánosság („...nyilvános hirdetésben, nyilvános ajánlatban vagy a személyek nagyobb körének szánt egyéb közleményben (írásban, előszóval vagy bármely más módon”) megkövetelése,
- a jogellenes magatartás szándékos („...*jobb tudomása ellenére*”), és
- a megtévesztésnek az áru lényeges tulajdonságára nézve kell megvalósulnia, melynek törvényi meghatározása a tényállás része.

Az áru lényeges tulajdonságainak köre közvetlen megfogalmazást tehát a szédelgő feldicsérés tényállása részeként nyert először. Az áru lényeges tulaj-

donságának minősült mindaz, ami az áru (szolgáltatás) minőségére, az „érték tekintetében mértékadó tulajdonságára”, szerkezetére vagy szabadalmazott voltára, előállítási módjára, a vállalkozás, az üzlet vagy az árukészlet nagyságára, az áru eredetére (származási helyére), a beszerzés forrására vagy módjára, az eladás módjára, annak alkalmi okára vagy céljára, a közzétett ár kialakítására, az üzleti vagy fizetési feltételekre, vagy a vállalat vagy tulajdonosa által elnyert kitüntetésre, vagy más személyi, üzemi vagy üzleti körülményre vonatkozott.

Látható, hogy a szédelgő feldicsérés törvényi szabályozása szabatos tételes jogi gyökere napjaink reklámszédelgésre vonatkozó jogának. A vétségi alakzat ötvözte a törvényi fogalom minden olyan tényállási elemét, amely a fogyasztók megtévesztésének versenyjogi- és a megtévesztő reklám reklámjogi alapját adja.

3.2.2. Bitorlás és utánzás esetei

A „Bitorlás és utánzás” körében az összetévesztetőségre alapozó tisztességtelen versenyelőnyt szankcionálta a jogalkotó. Ennek a gyakorlatban két alapvető megvalósulási formája képzelhető el; a tisztességtelen konkurens vagy magával a versenytárral, vagy annak árujával (szolgáltatásával) való összetévesztetőségre törekszik.

A vállalkozót meg nem illető névnek, cégnek, illetőleg címernek használata (a versenytárral való összetévesztetőség) tekintetében a törvénycikk alapvetően két további esetet különböztet meg.

Az egyik esetben a jogosult közvetlenül a cég, név vagy címer jogosulatlan használata révén szenved sérelmet, tekintet nélkül arra, hogy az összetévesztetőség veszélye fennforog-e vagy sem. A másik esetben a név, cég, címer jogosulatlan használata alkalmas arra, hogy összetévesztést eredményezzen a jogosult nevével, cégével vagy címerével, de tekintet nélkül arra, hogy ebből a jogosultnak közvetlen kára felmerült-e.

Különös jelentőséggel bírt a bitorlás versenyjogi szabályozása azzal, hogy a tisztességtelen verseny ellen való védelem a Kereskedelmi Törvény és az Ipartörvény alá nem eső vállalatokra is kiterjedt, így ez a jogi eszköz védelmet nyújtott az ipar gyakorlásán kívül eső, de a tisztességtelen bitorlásban érintett vállalatok számára is³⁰

Az összetévesztetőség tekintetében a cégregisztráció cégkizárólagosságra vonatkozó szabályai³¹ jelentették az első szűrőt a vállalatok összetévesztésének megakadályozásában, ez azonban a tisztességtelen versenyselekmények ellen nem nyújthatott védelmet. A bitorlás tényállásának lényege ugyanis éppen az összetévesztésből szerzhető jogtalan versenyelőny szerzésére irányuló szándék volt, és napjainkig az is maradt. Ez az elméleti különállás az alapja a mai napig a cégkizárólagosság elve által biztosított cégjogi, és a szolgai utánzás illetve a bitorlás által biztosított versenyvédelmi szempontoknak. Az elméleti különállás alapján a különböző szempontok szerint

nyerhető jogi védelem olyan élesen elválhat a gyakorlatban, hogy amit adott esetben a cégkizárólagosság nem tud biztosítani, azt versenyvédelmi alapon sikerrel érvényesítheti az érintett versenytárs. A cégkizárólagosság a regisztrációs elsőbbség elvén áll, azaz nem kizárt, hogy valaki a versenytársa által csak a forgalomban bevezetett üzleti elnevezést a cégnyilvántartásban elsőként regisztráltassa. A szolgai utánzás, vagy a névbitorlás versenyjogi szabályai alapján azonban az ilyen név használatával sértheti a deklarált versenyvédelmi szempontokat – és adott esetben – cégjogi értelemben jogszerűen választott cégneve megváltoztatására kényszerül. Ebbe a körbe tartozik a tisztán versenyből való névváltoztatás (vagy névválasztás) esete is, amire a miniszeri indoklás tanúsága szerint számos példa adódott a korabeli kereskedelmi gyakorlatban is³².

Az összetévesztetőségből jogtalanul szerzett versenyelőny másik tipikus formája az áru, vagy termék bevezetett felismerhetőségének tisztességtelen meglovalgása, mely ellen a törvénycikk bevezette az „utánzás” tényállását:

„Árút nem szabad olyan jellegzetes külsőben vagy olyan elnevezéssel forgalomba hozni, sem áru szállításánál vagy üzletfelek szerzésénél olyan segédeszközt vagy megjelölést (ideértve a nevet, céget, ismertető jelet, rajzot és védjegyet is) használni, amelyről a forgalomban már egy másik versenyvállalatot szoktak felismerni.”³³

A szolgai utánzás tilalma tehát magában foglalja az áru megjelenésének, elnevezésének utánzását, illetve minden olyan kereskedelmi eszköz használatát – ideértve az eladás ösztönzés bármely módját is – mely összetévesztésre adhat okot. A törvénycikk 9. §-ának második fordulója a szolgai utánzás tényállását közvetlenül kiterjesztette az üzleti ajánlattételnél használt hirdetésekre, árjegyzékekre, üzleti körlevelekre, mintalapokra is, és megfogalmazásából arra következtethetünk, hogy ez vonatkozik a kereskedelmi reklám céljára alkalmazott minden további eszközre.

A 12. § az áru értelmezésének kiterjesztő értelmet ad, ide értve a nyomtatott sajtótermékek és reklámhordozók akkoriban ismert minden változatára (könyvek, könyv alakú füzetek, folyóiratok és időszakos lapok címe, illetőleg neve, a sajtótermékek címlapjának, valamint árjegyzékek, katalógusok és falragaszok jellegzetes külső megjelenítése, a hirdetések ábrái és szövege) valamint a színművek, zeneművek és „mozgófényképészeti művek” címekre, illetőleg elnevezéseire irányuló utánzás eseteit is.

A bitorlás és az utánzás a korabeli gondolkodásban nyilvánvalóan és szorosan a polgári jogi személyiségi jogokhoz kötődött, amiről az is nyilvánvalóan tanúskodik, hogy az 1923. évi V. tc. a bitorlás és utánzás eseteire – rendszertanilag a tényállások mögött elhelyezve – a személyiségi jogvédelem szankcióit fűzi (jogsértő jellegtől való megfosztás, az eszközök elvonása és megsemmisítése).³⁴

A gyors és hathatós jogi védelem biztosítására a

korabeli szabályozás is tartalmazza már az ideiglenes intézkedés lehetőségét, melynek keretében a bíróság – akár előzetesen, akár a végrehajtás biztosítására utólag – zárlatot rendelhetett el, ha a kérelmező valószínűsítette, hogy a bitorlás vagy utánzás esete áll fenn, illetve ha azt megállapították, de az intézkedéseket még nem lehetett végrehajtani.

A bitorlásnak és az utánzásnak is megvoltak a deliktuális esetei. A bitorlás és az utánzás vétsége alakzatait³⁵ illetően analóg tételes jogi megoldást találunk, a tényállás itt is szubszidiárius, célzatos, szándékos és az elkövetési magatartás – az általánosítás következtében – széles cselekvési körben volt meghúzva.

A bitorlás vétségének tényállása kibővült a megvesztésre alkalmas névhasználat külön nevesített esetével, ami a valós kereskedelmi név vagy cég összetevésére alkalmas használatát is bitorlásként rendelte büntetni³⁶.

3.2.3. A befeketítés (dénigrement)

A „befeketítés (dénigrement)” ellen általában az elsődleges jogi védelmet a kezdetekben a büntetőjog szolgáltatta, a magyar szabályozásban ennek példáját a korábban már említett „*becsület védelméről*” szóló 1914. évi XLI. törvénycikk 24–26. §-aiban találjuk. A versenyszabályozás – ahogyan ezt a két tényállás megfogalmazásának összevetéséből leszűrhető – sajátos szempontja az – egyébként erős – jogvédelmet³⁷ alapvetően két irányban kívánta kiegészíteni:

a) a versenycélú hitelrontásra magánjogi következmények megállapítása

b) a hitelrontás büntetőjogi kategóriájának versenyszempontú kitágítása, mely

módot adhat hitelrontásra alkalmas minden további magatartásforma jogi szankcionálására is.

Míg a „hitelrontás vétségének” definiálásakor a jogalkotó az elkövetési magatartást „valótlan tény állításával vagy híreszteléssel, ... valamely tényre közvetlenül utaló valótlan kifejezés használatával” való elkövetésben határozza meg, addig a versenytörvénybár az elkövetési magatartás tekintetében és annak következményeiben a büntetőjogi szóhasználatot követi – jóval tágabban fogalmaz:

„Verseny céljára nem szabad oly valótlan tény állítani vagy híresztelni, valamely tényre közvetlenül utaló oly valótlan kifejezést használni, vagy az üzleti tisztességbe ütköző más oly cselekményt elkövetni, amely valamely versenyvállalat hitelét vagy jóhírnevét veszélyezteti vagy hitelképességét csökkenti.”³⁸

3.2.4. Deliktuális felelősség a tisztességtelen verseny elleni jogban

A büntető rendelkezések megsértése miatti felelősséget a törvénycikk 19. §-ának felelősség átviteli szabálya kiterjesztette a vállalat tulajdonosára (üzletvezetőjére) illetve a megbízóra, ha a hivatásának megfelelő körülményekben akár szándékos, akár gondatlan mulasztás terhelte.

A vétségek visszaesőként való újbóli elkövetése³⁹ büntetni alakzatot valósított meg, és rendkívül súlyos szankciót vont maga után⁴⁰. A többszörös visszaesés az iparűzéstől való általános – vagy meghatározott üzletágban – történő eltiltás mellékbüntetéssel egészítette ki az alapeset büntetési tételeit. A kereskedéstől vagy iparűzéstől eltiltott elvesztette iparigazolványát, iparendélyét, hatósági engedélyét, kizárólag őt megillető cégét a kereskedelmi cégjegyzékből törölték és az ítélet jogerőre emelkedésétől számított legfeljebb öt évig terjedhető ideig nem lehetett az ítéletben megjelölt minőségű kereskedelmi vagy ipari üzletet folytató közkereseti társaságnak tagja vagy betéti társaságnak beltagja, sem ilyen részvénytársaság vagy szövetkezet vezető tisztségviselője (igazgatója).

A reklámszédelgés valamint a bitorlás és utánzás vétségei miatt a bünvádi eljárás magánindítvány alapján indult, és a vétségi a magánindítványt tevő személy – főmagánvádlóként – képviselte a vádat is⁴¹. A magánindítvány tételére általánosan jogosult személyeken⁴² felül ezen vétségek és büntettek tekintetében az 1923. évi V. tc. speciális rendelkezése szerint tehettek magánindítványt az érintett versenytársak, valamint a cselekmény által érintett szakmabeli érdekek előmozdítására hivatott belföldi gazdasági testületek és szakegyesületek is (közérdekű keresetindítás joga). A szédelgő feldicsérés büntette vagy vétsége esetében áru elkobzásának csak akkor lehetett helye, ha a szédelgő feldicsérés céljára szolgáló megjelölést az áru állagsérelme nélkül nem lehetett arról eltávolítani⁴³. Az említett vétségek és büntető alakzataik eseteiben a magánindítványra jogosultnak a tárgyalás alatt kifejezett kívánságára a bíróság elrendelhetette, hogy az elítélt az ítéletet indokaival együtt a magánindítványra jogosult által meghatározott egy, az elítélt üzleti telepén, vagy a lakóhelyén megjelenő napilapban és egy, az elítélt szakmájába vágó kérdéseket tárgyaló szaklapban az elítélt költségére közlése tette. Ha az ügy felmentéssel zárult, a törvénycikk lehetőséget biztosított a – megvádolt vállalkozó morális elégtételére – a felmentő ítélet és indoklásának a magánindítványozó költségére történő közzétételére⁴⁴. Kihágásként minősült a korábban tárgyalt tényállások közül a kitüntetés jogosulatlan használata⁴⁵, a hólabdaszerződés megkötése vagy az erre való felhívás⁴⁶, a végeladás vagy árverés iparhatósági engedély nélküli vagy attól eltérő bonyolítása⁴⁷.

Említésre érdemesnek tartom, hogy a törvénycikk itt, a kihágásra vonatkozó rendelkezései között definiálja a „különösen előnyös vásárlás látszatát” keltő eladási módot, mely a végeladással egy tekintet alatt volt megítélendő⁴⁸.

1933-ra a hirdetésekre és a befolyásosztónzés egyéb eszközeire vonatkozó szabályozás elérkezett az első – közvetlen – reklámjogi forrásként felfogható jogi szabályig, az üzleti hirdetések korlátozásáról szóló 1933. évi XVII. törvénycikk megalkotásáig.

Jegyzetek

- ¹ Lásd például az 55/2000. VJ; 130/1999. VJ; 85/1999. VJ számú eseteket.
- ² Az „előírat” kifejezést a jogi előírás, jogi rendelkezés értelemben használok, tekintettel arra, hogy a korabeli jogi nyelv azok megfelelőjeként használja.
- ³ Lásd például Kajdine Suhajda, Zsuzsa – Kardos, Lea: *Reklámjogi és reklámetikai kézikönyv* 17. p.
- ⁴ A kereskedői testület nyilvánvalóan a területi alapon szerveződő szakmai kamara „őse”, előírt minimális taglétszámmal, közös szakmai ügyek intézésére és a szakmai felügyelet gyakorlására. A 1840. évi XIX. törvény cikk 1. §-a azt is előírja, hogy a testület által előírt feltételeket teljesíteni kész és képes bejegyzett kereskedő tagfelvételét megtagadni nem volt lehetséges, a „kamarai tagság” tehát már ebben a korban is nyitott.
- ⁵ 1840. évi XIX. törvény cikk 3. §.
- ⁶ 1840. évi XIX. törvény cikk 4. §.
- ⁷ Erre utal a 7. § d) pontjának megfogalmazása is, mely szerint az alkusz „a felvállalt ügynek eszközését szorgalmazni” tartozik.
- ⁸ Lásd erről Fazekas Judit: *Fogyasztói jogok – fogyasztóvédelem* Bp., KJK 101-124.p. *Boytha Györgyné: 'A fogyasztói döntések szabadsága a versenyjog tükrében'* In: Bánrévy Gábor-jubileum Bp., 2004. 56–63.pp. ; Csécsy György: 'A tanúsító védjegyek jelentősége a fogyasztók tájékoztatásában' In: *Környezetvédelmi szabályozás* (2003). 91–98.pp. ; Vida Sándor: 'A fogyasztó versenyjogi védelme a megvesztéssel szemben' In.: 11 (2000) *Magyar Jog* 661–666.pp.
- ⁹ 1840. évi XIX. törvény cikk 10.§, 17. §.
- ¹⁰ 1840. évi XIX. törvény cikk 16. § második bekezdés.
- ¹¹ Gesetz über Preisnachlässe (Rabattgesetz) 1933. november 25. (RGBI I. S 1011). Részletesen lásd erről Baumbach, A. – Hefermehl, W. *im.* 1632-1695. A rabatt törvény módosításairól részletesen ugyanott, 1633-1634. *RabattG. Széjlegysz. 6.: 7.*
- ¹² A hagyatéki árverés vagy végeladás esetében hosszabb határidőt szabhatott az Iparhatóság (az engedélyt hat hónapra adhatták, és indokolt esetben egy évre meghosszabbíthatták). A csődárverés esetén – a törvényi kivétel alapján - a rabatt szabályokat nem kellett alkalmazni
- ¹³ Ipartörvény 157. § d) pont.
- ¹⁴ Idézet a tisztességtelen versenyről szóló 1923. évi V. törvény cikk általános indoklásából.
- ¹⁵ Németországban például az *UWG. (Gesetz gegen unerlauteren Wettbewerb* 1909.) szabályozza a tisztességtelen verseny elleni jogot, az akciós értékesítésekkel kapcsolatos speciális szabályokat a *Rabatttörvény (RabattG., Rabattgesetz* 1933.) míg a versenykorlátozások elleni jogot a *GWB*-ben találjuk (*Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen* 1998.)
- ¹⁶ Lásd a német rabatt szabályozásra tett utalást a 2.2.1. ponthoz fűzött 45. sz. lábjegyzetben
- ¹⁷ A Reichsgericht Civiljogi Döntéseinek Hivatalos Gyűjteménye 3. Kötet 67. Lásd erről Baumbach-Hefermehl *im.* (széjlegysz. Allg./38) 78.
- ¹⁸ ezek az értékesítési módok esnek ténylegesen a „rabatt szabályozás” tárgyi hatálya alá.
- ¹⁹ Ez a mai „címkézés”-sel kapcsolatos szabályozás része
- ²⁰ „Vétséget követ el, aki akár valótlan tény állításával vagy híresztelésével, akár pedig valamely tényre közvetlenül utaló valótlan kifejezés használatával valakinek hitelét veszélyezteti vagy hitelképességét csökkenti.” 1914. évi XLI. tc 24. §.
- ²¹ 1875. évi XXXVII. törvény cikkbe iktatott Kereskedelmi Törvénykönyv (Kt.) 53., 74. és 134. §-ok
- ²² A találmányi szabadalmakról szóló 1895. évi XXXVII. törvény cikk, a védjegyek oltalmáról szóló 1890. évi II., 1895. évi XLI., az ezeket módosító 1913. évi XII. törvény cikk, az ipari minták és mustrák oltalmát szabályozó 1907. évi 107.709 számú kereskedelmiügyi miniszeri rendelet és a szerzői jogról szóló 1884. évi XVI. törvény cikk.
- ²³ A Kt. 17., 21. és 24. §-ai; az 1890. évi II. törvény cikk 10. és 1895. évi XLI. törvény cikk 9. §-ai, továbbá az ipartörvénynek 58. §-a is.
- ²⁴ A mesterséges borok készítésének és forgalomba hozásának tilalmazásáról szóló 1908. évi XLII. törvény cikk; a mezőgazdasági termények, termékek és cikkek hamisításának tilalmazásáról szóló 1895. évi LXVI. törvény cikk; az ország címerének használatát szabályozó 1883. évi XVIII. törvény cikk; a mértékekről, azok használatáról és ellenőrzéséről szóló 1907. évi V. törvény cikk.
- ²⁵ A büntettekről és vétségekről szóló 1878. évi V. törvény cikk (Btk.) és az azt módosító és kiegészítő törvényeknek néhány rendelkezése, így a Btk. 361. és 363. §-a, az 1908. évi XXXVI. törvény cikk 50. §-a, az 1914. évi XLI. törvény cikknek a becsületsértésre és rágalomra vonatkozó rendelkezései, továbbá a kihágásokról szóló büntetőtörvénykönyvnek 45., 59., 128., 136. és 139. §-ai.
- ²⁶ 1923. évi V. tc. 1.§.
- ²⁷ 1923. évi V. tc. 2. §.
- ²⁸ Lásd az 1890. évi II. törvény cikkben és az 1895. évi XLI. törvény cikkben foglalt védjegy törvények 10., illetve 9. §-ait és az 1921. évi XXII. törvény cikk 7. §-át.
- ²⁹ 1923. évi V. tc. 4. § második fordulata
- ³⁰ A törvény cikk részletes miniszeri indoklása példálózóan érinti ebben a körben például a gyógyfürdőket, gyógyintézeteket, magánkórházakat.
- ³¹ A Kt. 17. § második fordulata az azonos kereskedelmi név használatáról rendelkezve előírta, hogy „Ki a kereskedelmi cégjegyzékbe bevezetett valamely kereskedővel egyenlő nevet visel, köteles azt ezéül olykép használni, hogy az a már bejegyzett cégétől világosan megkülönböztethető legyen”.
- ³² Napjaink versenyjogi gyakorlatában is találunk azonos elvi alappal megítélt esetet. A BH 2001. 73 számú döntésben a Legfelsőbb Bíróság megállapította, hogy jósró az olyan cégnev használata (választása), amelyről a versenytársat szokták felismerni, függetlenül attól, hogy a versenytárs korábban a cégnevében, vagy csupán „üzletjelzőként” használta a kifogásolt nevet (*Legf. Bír. Pf. IV. 25.804/1999. sz.*)
- ³³ 1923. évi V. tc. 9. §
- ³⁴ 1923. évi V. tc. 10. §
- ³⁵ Az 1923. évi V. tc. 17- és 18. §-ai.
- ³⁶ „Az előbbi bekezdés szerint büntetendő az is, aki a 16. §-ban megjelölt célból nevét vagy cégét vállalatát körében úgy használja, hogy ennek folytán vállalatát azonos vagy hasonló nevet vagy céget jogosan használó más versenyvállalattal össze lehessen téveszteni.” 1923.évi V. tc. 17. § második fordulata
- ³⁷ Korábban már utaltam rá: a hitelrontás mielőtt versenyvédelmi megközelítésbe került, legelőször deliktualis tényállásként bukkant fel. Lásd a 1914. évi XLI. törvény cikk 24. §-ában szabályozott „hitelrontás vétségé”-vel kapcsolatban írtakhoz fűzöttet
- ³⁸ 1923. évi V. tc. 13. §
- ³⁹ Az 1923. évi V. tc 22. §-a visszaesés alatt az azonos vétség – az előző büntetés letöltésétől számított két éven belüli – ismételt elkövetését értette.
- ⁴⁰ A büntetés öt évig terjedhető börtön, valamint egy millió koronáig terjedhető pénzbüntetés. 1923. évi V. tc. 22. §
- ⁴¹ Az 1923. évi V. tc. 23. §-a és a Büntető Perrendtartás 41. §-a alapján.
- ⁴² Büntető Törvénykönyv 110. §
- ⁴³ 1923. évi V. tc. 25. §
- ⁴⁴ 1923. évi V. tc. 26. §
- ⁴⁵ Az 1923. évi V. tc. 6. §-a alapján megállapítva a 27. § által
- ⁴⁶ Az 1923. évi V. tc. 14. §-a alapján megállapítva a 28. § által
- ⁴⁷ Az 1884. évi XVII. tc. 51. §-ára és az 1888. évi XXII. tc. 2. §-ára hivatkozással megállapította az 1923. évi V. tc 29. §-a.
- ⁴⁸ „A végeladással egy tekintet alá esik az áruaktárnak vagy egy részének minden olyan értékesítési módja, mely a vevőközönségben azt a hitet keltheti, hogy különösen előnyös vásárlásra nyílik alkalma.” 1923. évi V. tc. 29. § második fordulata.