



PÁZMÁNY *1635*  
— *a l a p i t v a*

---

Pázmány Law Working Papers

2021/10

**Oroszi Fanni**

**A VERSENYJOG, A FOGYASZTÓVÉDELEM ÉS AZ  
ADATVÉDELEM LEHETSÉGES TALÁLKOZÁSI  
PONTJAI A DIGITALIZÁCIÓ KORÁBAN**

---

Pázmány Péter Katolikus Egyetem  
Pázmány Péter Catholic University Budapest

<http://www.plwp.eu>

# A versenyjog, a fogyasztóvédelem és az adatvédelem lehetséges találkozási pontjai a digitalizáció korában

dr. Oroszi Fanni

## AZ INNOVÁCIÓS ÉS TECHNOLÓGIAI MINISZTERIUM ÚNKP-20-3 KÓDSZÁMÚ ÚJ NEMZETI KIVÁLÓSÁG PROGRAMJÁNAK A NEMZETI KUTATÁSI, FEJLESZTÉSI ÉS INNOVÁCIÓS ALAPBÓL FINANSZÍROZOTT SZAKMAI TÁMOGATÁSÁVAL KÉSZÜLT.

### Absztrakt

A digitalizáció napjainkban életünk számos szegmensében szerepet játszik, amely azzal jár, hogy egyre több személyes adat kerül összegyűjtésre és felhasználásra nap mint nap. Ezek a személyes adatok egyfajta gazdasági értékkel is rendelkeznek, mely tényezőként szerepet játszhat különféle versenyjogi és fogyasztóvédelmi kérdésekben is. Mind a versenyjog, mind a fogyasztóvédelem új kihívások elé néz tehát az adatvédelem területén. Cikkemben vizsgálom mind az Európai Unió, mind a tagállami versenyhatóságok különböző területek ötvözésével hozott döntéseit és az akadémia által kínált megoldásokat a három terület gyakorlati találkozásából eredő kihívások megoldására.

### 1. Bevezetés

A globális társadalom átalakulóban van: a korábbi ipari korszakából az információs korszakba lép, mivel a gazdaság egyre inkább érzékenyebbé válik az információra.<sup>1</sup> 2009-ben KUNEVA, az Európai Bizottság akkori fogyasztóvédelmi biztosa így fogalmazott: „*A személyes adat az internet új olaja és a digitális világ új fizetőeszköze.*”<sup>2</sup> A személyes adatok fontossága, gazdasági értéke az azóta eltelt időben csak még inkább felerősödött. 2014 márciusában az akkori Európai Adatvédelmi Biztos, HUSTINX jelentésében felvetette a versenyjog, a fogyasztóvédelem és az adatvédelem közötti összjáték lehetőségét a digitális gazdaságban.<sup>3</sup> Jelentésében a Biztos kiemelte, hogy az Európai Unió (EU) adatvédelmi, versenyjogi és fogyasztóvédelmi alapelvei és szabályai, habár mind egy virágzó belső piac előmozdítása céljából és az egyének védelmére jöttek létre, ezen területek mégis inkább csak párhuzamosan fejlődtek anélkül, hogy az azonos problémákat egymás közti interakciók útján próbálták volna megoldani.<sup>4</sup> Ilyen közös probléma az úgynevezett 'big data economy', vagyis nagy adat gazdaság.<sup>5</sup> 2019-ben az új Európai Adatvédelmi Biztos, WIEWIÓROWSKI arra hívta fel a figyelmet, hogy az elmúlt két évtizedben óriási adatkoncentrációnak lehettünk tanúi, amelynek 'készpénzre váltható', pénzügyi értékkel bíró tudásalapja néhány, az Európai Unió területén

---

<sup>1</sup> MÁIHÁNIEMI, Beata: *Competition Law and Big Data*. Edward Elgar Publishing, Cheltenham, UK, 2020. 1. o.

<sup>2</sup> KUNEVA, Meglena, Keynote Speech, Roundtable on Online Data Collection, Targeting and Profiling. Brüsszel, 2009. március 31. Elérhető itt: [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/SPEECH\\_09\\_156](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/SPEECH_09_156)

<sup>3</sup> HUSTINX, Peter: *Preliminary Opinion of the European Data Protection Supervisor: Privacy and competitiveness in the age of big data: The interplay between data protection, competition law and consumer protection in the Digital Economy*. 2014. március.

<sup>4</sup> Preliminary Opinion of the European Data Protection Supervisor, 6. o.

<sup>5</sup> Preliminary Opinion of the European Data Protection Supervisor, 6. o.

kívül székhellyel rendelkező vállalkozás kezében összepontosul.<sup>6</sup> LYNSKEY szerint, mivel „*a versenyjog az egyetlen olyan eszköz a jog fegyvertárában, amely a magánvállalkozások erejének gyakorlását korlátozza, annak találkozása az adatvédelmi szabályokkal egy elkerülhetetlen kapcsolódási ponttá vált*”.<sup>7</sup> Azonban, ahogyan azt LYNSKEY is kiemeli, felmerülnek aggályok arra vonatkozóan, hogy a versenyjog ezáltal nem versenyjogi célok elérését szolgálja majd.<sup>8</sup>

## 2. A közös pont: a digitalizált gazdaság 'olaja'

A versenyjog, a fogyasztóvédelem és az adatvédelem osztoznak egy és ugyanazon a célon, a fogyasztók jólétének modern piacgazdaságban való védelmezésén.<sup>9</sup> Mindhárom jogterület szembesül egy és ugyanazon jelenséggel és az abból fakadóan felvetődő, új elméleti és gyakorlati kérdésekkel. Ez a jelenség, amely mára fogalommá vált, a 'big data', amely a korábbiakban már számos módon került definiálásra. Egy átfogó, több korábbi definícióra építő meghatározás szerint a „*big data az az információs eszköz, amelyet olyan nagy mennyiség, sebesség és változatosság jellemez, hogy annak értéké alakításához speciális technológiára és elemző módszerekre van szükség*”.<sup>10</sup> A big data közvetlen felhasználásra nem alkalmas és azt a különböző platformok felhasználói ingyenesen – vagyis nem pénzbeli ellenérték fejében – adják át.<sup>11</sup> Többek között a Google, a Facebook és az Amazon is a nagy mennyiségű big data összegyűjtésére építik üzleti modelljüket.<sup>12</sup> A big data problematikája szorosan kapcsolódik a magánélet védelmével kapcsolatos problémákhoz<sup>13</sup>, mely jelenségnek a felhasználók személyes adatainak birtoklása is a részét képezi.<sup>14</sup>

Az adatokat az alábbi közgazdasági jellemzőkkel szokták leírni: mindenütt jelen lévő, alacsony költségű és széleskörben elérhető.<sup>15</sup> Azonban STUCKE és GRUNES szerint az adat, ha szabadon elérhető lenne, mint a napsugarak, a vállalkozások nem költenének jelentős összegeket ingyenesen nyújtott szolgáltatásokra, hogy adatokra alapozott versenyelőnyüket azok összegyűjtésével és elemzésével fenntartsák.<sup>16</sup>

---

<sup>6</sup> WIEWIÓROWSKI, Wojciech, *Sharing is caring? That depends...* 2019. december 13. Elérhető:

[https://edps.europa.eu/press-publications/press-news/blog/sharing-caring-depends\\_en](https://edps.europa.eu/press-publications/press-news/blog/sharing-caring-depends_en)

<sup>7</sup> LYNSKEY, Orla: *At the crossroads of data protection and competition law: time to take stock*. International Data Privacy Law, 2018. Vol. 8. No. 3. 179. o. (Az idézet saját fordítás.)

<sup>8</sup> LYNSKEY: 179. o.

<sup>9</sup> BOTTA, Marco, WIEDERMANN, Klaus: *The interaction of EU Competition, Consumer, and Data Protection Law in the Digital Economy: The Regulatory Dilemma in the Facebook Odyssey*. In: The Antitrust Bulletin, 2019. március, 434. o.

<sup>10</sup> WASASTJERNA, Maria: *Competition, Data and Privacy in the Digital Economy. Towards a Privacy Dimension in Competition Policy?* Kluwer Law International, 2020. 36-7. o. (Az idézet saját fordítás.)

<sup>11</sup> MÄIHÄNIEMI: 37. o.

<sup>12</sup> MÄIHÄNIEMI: 36. o.

<sup>13</sup> MÄIHÄNIEMI: 41. o.

<sup>14</sup> MÄIHÄNIEMI: 37. o.

<sup>15</sup> STUCKE, Maurice E., GRUNES, Allen P.: *No Mistake About It: The Important Role of Antitrust in the Era of Big Data*. The Antitrust Source, 2015. április, 7. o.

<sup>16</sup> STUCKE, GRUNES: 7. o.

Magának az adatnak a fogalma is sokféle lehet. Tág értelemben az adat „*megőrzésre érdemes tény (információ)*.”<sup>17</sup> Az adatok azonban osztályozásuktól függően különbözők lehetnek. Elsősorban különbséget kell tennünk személyes és nem személyes adatok<sup>18</sup> között.<sup>19</sup> A személyes adatok a World Economic Forum osztályozása szerint olyan emberek által készített és emberekre vonatkozó adatok (és meta adatok), amelyek magukban foglalják az önkéntesen átadott, megfigyelésen alapuló és a következtetésen alapuló adatokat egyaránt.<sup>20</sup> Ez a megkülönböztetés tehát azt mutatja meg, hogy az adatokat milyen csatornán keresztül szerzik be.<sup>21</sup> Az önkéntesen átadott adatok olyanok, melyek egyénektől származnak és melyeket kifejezetten meg is osztottak (pl. közösségi hálókön található profilok).<sup>22</sup> A megfigyelésen alapuló adatok olyanok, melyek egyének cselekményeinek rögzítéséből erednek (pl. mobiltelefon használata során rögzített helyadatok).<sup>23</sup> A következtetésen alapuló adatok pedig olyan egyénekre vonatkozó adatok, amelyeket az önkéntesen megosztott vagy megfigyelésen alapuló adatok elemzésével hoznak létre (pl. hitel értékelések).<sup>24</sup>

### 3. Adatvédelem

Az adatvédelem egyének alapvető jogainak és szabadságainak megőrzésére törekszik, különös tekintettel természetesen a személyes adataik védelmére.<sup>25</sup> Az Európai Unió Alapjogi Chartájának 7. cikke a magán- és családi élet tiszteletben tartásáról, 8. cikke pedig a személyes adatok védelméről rendelkezik. A személyes adatok védelme harmadik generációs alapvető jognak tekinthető.<sup>26</sup> Az Európai Unió célja az adatvédelmi szabályok bevezetésével az adatok belső piacon belül történő szabad áramlásának biztosítása volt az egyének jogainak védelme mellett.<sup>27</sup> Kiemelendő, hogy ellentétben a versenyjoggal, az adatvédelem kérdésköre csak abban az esetben merül fel, amennyiben személyes adatok kezeléséről beszélhetünk.<sup>28</sup> Egyéb adatok ugyanis nem képezik fókuszát az adatvédelmi jogoknak.

---

<sup>17</sup> VERÓK Attila: *Bevezetés a könyvtár- és információtudományba*. 2011. 2.3.1. Fejezet, Az adat és az információ fogalma. Elérhető:

[https://regi.tankonyvtar.hu/hu/tartalom/tamop425/0005\\_02\\_bev\\_konyvtar\\_es\\_inf tudomany\\_s\\_corm\\_02/231\\_az\\_a\\_dat\\_s\\_az\\_informaci\\_fogalma.html](https://regi.tankonyvtar.hu/hu/tartalom/tamop425/0005_02_bev_konyvtar_es_inf tudomany_s_corm_02/231_az_a_dat_s_az_informaci_fogalma.html)

<sup>18</sup> A nem személyes adatok nem képezték elemzésem tárgyát a dolgozat megírása során.

<sup>19</sup> WASASTJERNA: p. 37.

<sup>20</sup> World Economic Forum: *Personal Data: The Emergence of a New Asset Class*. 2011. 7. o. Elérhető: [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_ITTC\\_PersonalDataNewAsset\\_Report\\_2011.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_ITTC_PersonalDataNewAsset_Report_2011.pdf)

<sup>21</sup> CRÉMER, Jacques, DE MONTJOYE, Yves-Alexandre, SCHWEITZER, Heike: *Competition policy for the digital era*. Luxembourg, Publications Office of the European Union, 2019. 24. o.

<sup>22</sup> World Economic Forum, 7. o.

<sup>23</sup> World Economic Forum, 7. o.

<sup>24</sup> World Economic Forum, 7. o.

<sup>25</sup> BOTTA, WIEDEMANN: 434-435. o.

<sup>26</sup> Oostveen, Manon, Irion, Kristina: *The Golden Age Of Personal Data: How To Regulate An Enabling Fundamental Right?* Amsterdam Law School Legal Studies Research Paper No. 2016-68, Institute for Information Law Research Paper No. 2016-06, 3. o.

<sup>27</sup> WIEWIÓROWSKI.

<sup>28</sup> BOTTA, WIEDEMANN: 435. o.

A szabályozási keret részét képezi az Általános Adatvédelmi Rendelet vagy GDPR<sup>29</sup> és az Elektronikus Hírközlési Adatvédelmi Irányelv vagy e-Privacy Irányelv<sup>30</sup>, továbbá a különböző tagállami jogalkotási aktusok is. Az új adatvédelmi rendelet (Általános Adatvédelmi Rendelet vagy GDPR) azonban GAL és ASIV szerint megnövelte az adatvédelem költségeit: egyrészt korlátozza a versenyt az adatpiacokon, ezáltal még koncentráltabb piaci struktúrákat létrehozva és a már egyébként is erős piaci szereplők helyzetét tovább erősítve, másrészt csökkenti az adat szinergiákat, megakadályozva esetlegesen az adatalapú tudás megalkotását.<sup>31</sup> RHOEN szerint már a GDPR-t megelőző európai uniós adatvédelmi rendelet is elősegítette az erőviszonyok eltolódását azáltal, hogy az adatok gyűjtését és felhasználását a fogyasztók beleegyezéséhez vagy ahhoz kötötte, hogy az szükséges legyen a szerződés végrehajtásához.<sup>32</sup> Ehhez hasonló rendelkezést a GDPR is tartalmaz, mely rendelkezésnek való megfelelés esetén az adatok az Európai Unión belül és néhány egyéb, bizonyos feltételeket teljesítő országokban szabadon mozgathatók.<sup>33</sup> Az erőviszonyokban való eltolódásnak, és az információs társadalommá alakulásunknak a leképeződése megtalálható a versenyjogban és a fogyasztóvédelemben is, mivel mind inkább tényezővé válik az adatok gyűjtése, felhasználása, és abból gazdasági érték teremtése a vállalatok életében.

### 3.1. Adatvédelem a versenyjogban

A versenyjog fő területei a tiltott megállapodások, összehangolt magatartások, az erőfölénnyel való visszaélés különböző esetei, a fúziókontroll, és az állami támogatásokkal kapcsolatos esetek. Az adatvédelem kérdésköre főként a versenyjog két területén merül fel a gyakorlatban: az összefonódások, felvásárlások versenyjogi szempontú ellenőrzése és az erőfölénnyel való visszaéléses ügyek vizsgálata során.

Az adatok, és így a személyes adatok is, a digitális vagy adatgazdaságban alapvető gazdasági eszközzé váltak, és ezáltal jelentős versenyelőnyt biztosítanak egyes vállalkozásoknak.<sup>34</sup> Azonban nem hagyható figyelmen kívül a személyes adatok emberi méltósághoz, önrendelkezéshez és magánélethez fűződő kapcsolata sem.<sup>35</sup> Ez ugyanis felvet olyan kérdéseket és kockázatokat is, melyek nem feltétlenül kerülnek megfontolásra egy esetleges üzleti terv megfogalmazása vagy üzleti döntés meghozatala során. WASASTJERNA szerint a személyes adatok kereskedelmi célra történő felhasználása során felmerülhet többek között a magánélet védelméhez fűződő jogok megsértése, amelynek kezelésére az adatvédelem és a

---

<sup>29</sup> Az Európai Parlament és a Tanács (Eu) 2016/679 Rendelete (2016. április 27.) a természetes személyeknek a személyes adatok kezelése tekintetében történő védelméről és az ilyen adatok szabad áramlásáról, valamint a 95/46/EK rendelet hatályon kívül helyezéséről (Általános Adatvédelmi Rendelet).

<sup>30</sup> AZ EURÓPAI PARLAMENT ÉS A TANÁCS 2002/58/EK IRÁNYELVE (2002. július 12.) az elektronikus hírközlési ágazatban a személyes adatok kezeléséről, feldolgozásáról és a magánélet védelméről (Elektronikus Hírközlési Adatvédelmi Irányelv)

<sup>31</sup> GAL, Michel S., AVIV, Oshrit: *The Competitive Effects of the GDPR*. Forthcoming, Journal of Competition Law and Economics, 2020. Elérhető: [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=3548444](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3548444)

<sup>32</sup> RHOEN, Michiel: *Beyond consent: improving data protection through consumer protection law*. Internet Policy Review, Journal on Internet Regulation. Volume 5, Issue 1. Leiden Law School, Leiden University, The Netherlands. 2016. március 31. 2. o.

<sup>33</sup> RHOEN: 2. o.a

<sup>34</sup> WASASTJERNA: p. 37.

<sup>35</sup> WASASTJERNA: p. 38.

fogyasztóvédelem lenne hivatott, és nem a versenyjog.<sup>36</sup> Azzal azonban, hogy az adatgazdaságban, a különböző digitális vállalkozások üzleti modelljében a személyes adatok gyűjtése és feldolgozása ekkora értékre tett szert, és számos versenyjogsértés esetén a felmerülő probléma oka a nagy mennyiségű adatok birtoklására és az azzal kapcsolatos, különböző vállalkozások közötti versenyre vezethető vissza, a személyes adatok bekerültek a különböző versenyhatóságok látókörébe is.<sup>37</sup>

PETIT szerint a különböző digitális nagyvállalatok a magánélet védelméhez való joggal ellentétes üzleti modelleket alkalmaznak, a felhasználóiknak bemutatott célzott hirdetések ugyanis több szinten is csökkentik a magánülethez való jog védelmét.<sup>38</sup> A célzott hirdetések mindenekelőtt a személyes adatok kinyerését követelik meg, befolyásolják a fogyasztói döntéseket (főként az Internetes vásárlások esetében), és mivel a technológiai óriások kikerülhetetlen platformokká nőttek ki magukat, a célzott hirdetések nehezen kerülhetők ki.<sup>39</sup> EZRACHI és STUCKE a ma online platformjaival kapcsolatosan aggodalmukat fejezik ki, mivel azok nem csupán a hír- és szórakozási forrásainkat befolyásolják, hanem végső soron magánéletünket, jólétünket és a demokráciánkat is.<sup>40</sup>

MÄIHÄNIEMI szerint a versenyhatóságoknak nagyobb figyelmet kell szentelniük a személyes adatok Internetes szolgáltatásokban játszott szerepének, azonban a big data fontosságát esetről esetre szükséges vizsgálni, mivel az akár elő is segítheti a versenyt (pl. a szolgáltatások minőségének javítására történő felhasználás esetén.)<sup>41</sup> MÄIHÄNIEMI kifejti, hogy a személyes adatok, mivel a fogyasztók hajlandóak azokat pénzbeli ellenérték nélkül átadni, különösen fontosak az érintett piacok meghatározása során digitális piacok esetében.<sup>42</sup> A viselkedésalapú hirdetések (és más, fogyasztók igényeire, preferenciáira szabott szolgáltatások), amelyek főként az online platformok által a fogyasztókról összegyűjtött adatokon alapulnak, a legnépszerűbb üzleti modell a digitális piacokon.<sup>43</sup> Ez azonban MÄIHÄNIEMI szerint még inkább elhomályosítja az érintett piacok között meghúzódó határvonalakat: ugyanis az információ közvetítés piaca egy az online keresés vagy online hirdetés piacától különböző, vagy annak csupán részét képező piacnak tekinthető.<sup>44</sup> Az esetleges problémát az okozza, hogy az online platformok esetében a különösen nagy mennyiségű big data birtoklása meggátolhatja más piaci szereplők piacra történő belépését, mivel ők nem rendelkeznek hozzáféréssel ehhez az adathalmazhoz, amely így az online platformok piaci erejének megerősödéséhez vezethet.<sup>45</sup> MÄIHÄNIEMI felveti, hogy az olyan online platformok, amelyek információközvetítőként működnek, egyben információ letéteményesnek is tekinthetők, amely az ügyfelek és hasznélvezőik irányába különleges gondossági, bizalmi és lojalitási követelményeket ró

---

<sup>36</sup> WASASTJERNA: 41. o.

<sup>37</sup> WASASTJERNA: 41. o.

<sup>38</sup> PETIT, Nicolas: *Big Tech and the Digital Economy. The Moligopoly Scenario*. Oxford University Press, 2020. 241. o.

<sup>39</sup> PETIT: 241. o.

<sup>40</sup> EZRACHI, Ariel, STUCKE, Maurice E.: *The fight over antitrust's soul*. Journal of European Competition Law and Practice, 2018, Vol. 9. No.1., 1. o.

<sup>41</sup> MÄIHÄNIEMI: 39. o.

<sup>42</sup> MÄIHÄNIEMI: 39. o.

<sup>43</sup> MÄIHÄNIEMI: 39. o.

<sup>44</sup> MÄIHÄNIEMI: 40. o.

<sup>45</sup> MÄIHÄNIEMI: 40. o.

rájuk.<sup>46</sup> Ezek a követelmények hasonlatosak lennének tehát az EUMSZ. 102. cikke szerinti, domináns vállalkozások esetén fennálló különleges felelősséghez.

PETIT azonban arra az álláspontra helyezkedik, hogy a magánélethez fűződő jogok sérülhetnek mind monopol, mind versenyhelyzetben egyaránt, sőt, a közösségi média hirdetések esetén a verseny erősödése a magánélet védelmének csökkenésével járhat.<sup>47</sup> Tehát nem feltétlenül a big data által biztosított piaci erő az a tényező, amely a problémát okozza.

KIMMELMAN, FELD és ROSSI kiemelik, hogy a versenyjog általánosságban nem a megfelelő eszköz az adatvédelmi problémák kezelésére, mert egyrészt a versenyjog politikai és időbeli ráfordítási költsége túl magas, másrészt nem kívánt következményekkel járhat megfelelő adatvédelmi szabályozás hiányában – ha tegyük fel egy meglévő, adatvédelmi szabályokat be nem tartó vállalkozást több kisebb szabálysértő vállalkozássá alakít –, harmadrészt a versenyjog nem képes kezelni azon jogsértéseket, amelyeket nem piaci erőfölénnyel rendelkező vállalkozások követnek el.<sup>48</sup> Amennyiben tehát a versenyjogra bízunk az adatvédelem problémakörének kérdésért, fennáll annak a veszélye, hogy egyes jogsértő magatartások kívül maradnak a hatóságok látókörén. Azonban egyetértve KIMMELMAN, FELD és ROSSI álláspontjával, jelen cikk szerzője szerint egy domináns platform felhasználóival vagy egy nem domináns, sőt egy kis- vagy közepes vállalkozás felhasználóival szemben elkövetett adatvédelmi jogsértés ugyanolyan *adatvédelmi* megítélés alá kell, hogy essen.<sup>49</sup>

### 3.2. Adatvédelem a fogyasztóvédelemben

Az Európai Unióban a magas szintű fogyasztóvédelemhez való jogot az Európai Unió Alapjogi Chartájának 38. cikke biztosítja. A fogyasztóvédelmet az Európai Unióban a fogyasztók jogairól szóló 2011/83/EU Irányelv, és a közelmúltban módosított tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló 2005/29/EK Irányelv szabályozza a Bizottság „*New Deal for Consumers*” kezdeményese keretében. A fogyasztóvédelem célja a fogyasztók szabad, tájékozott választási lehetőségeinek megőrzése és biztosítása.<sup>50</sup> A fogyasztóvédelem különbözik azonban a versenyjogtól abban, hogy az egyéni fogyasztói érdekeket védi, és nem a fogyasztói jólétet általában, továbbá nem érinti azon kérdéseket, melyek úgynevezett ’business-to-business’ ügyletekkel kapcsolatban merülnek fel, azonban nem foglalnak magukban fogyasztói érdeksérelmet.<sup>51</sup>

RHOEN szerint az adatkezelés alanyainak – amennyiben mint fogyasztók járnak el – a felruházása azzal a jogosultsággal, hogy beleegyezésüket ők adják meg adataik kezeléséhez azért nem jelent igazi hatalmat ezen döntés felett, mert fogyasztóként hiányzik a hatékony részvételük a piacon.<sup>52</sup> Ennek okai, hogy a fogyasztók lépten-nyomon, különböző helyzetekben adatvédelmi megállapodásokat kell, hogy elfogadjanak, továbbá az, hogy egy esetleges bírósági

---

<sup>46</sup> MÄIHÄNIEMI: 57. o.

<sup>47</sup> PETIT: 242-4. o.

<sup>48</sup> KIMMELMAN, Eugene, FELD, Harold, ROSSI, Augín: *The limits of anitrust in privacy protection*. International Data Privacy Law, 2018, Vol. 8, No. 3., 271. o.

<sup>49</sup> KIMMELMAN, FELD, ROSSI: 274. o.

<sup>50</sup> BOTTA, WIEDEMANN: 435. o.

<sup>51</sup> BOTTA, WIEDEMANN: 435. o.

<sup>52</sup> RHOEN: 2. o.

ügy esetében az adatvédelemhez, magánélet tiszteletben tartásához való alapvető jogaik érvényesítése során szembeállításra kerülnek egymással az egyéni alapjogok és más érdekek, azonban nincs egy olyan meghatározott védelmi szint, amelynek a be nem tartása biztos mércéül szolgálhatna egy adott vita eldöntése esetében.<sup>53</sup>

#### 4. A három jogterület metszetei a gyakorlatban

*Ügyek az Európai Unióban (Európai Bizottság, Európai Unió Bírósága)*

##### 4.1. Asnef-Equifax kontra Association de Usuarios de Servicios Bancarios<sup>54</sup>

Az egyik első olyan versenyjogi ügy, amelyben felmerült adatvédelem kérdése is, az Asnef-Equifax ügy volt 2006-ban, amelyben a spanyol Tribunal Supremo által benyújtott előzetes döntéshozatal iránti kérelemként került az Európai Unió Bírósága elé. Az ügyben kifogásolt magatartás egy a pénzügyi intézmények között az ügyfelek hitelképességére vonatkozó információk cseréje rendszerének létrehozása volt. Az ügyben a Bíróság kimondta, hogy **„mivel a személyes jellegű adatok érzékeny jellegével kapcsolatos esetleges kérdések önmagukban nem esnek a versenyjog hatálya alá, azokat a releváns adatvédelemre vonatkozó szabályok alapján kell eldönteni.”**<sup>55</sup>

##### 4.2. Google / DoubleClick<sup>56</sup>

Ezt követően 2008-ban a Google / DoubleClick ügyben az Európai Bizottság jóváhagyta a DoubleClick Google általi felvásárlását. Az Európai Bizottság a felvásárlást jóváhagyó döntésében kiemelte, hogy **bár a vállalkozások közötti összefonódások ellenőrzéséről szóló tanácsi rendeletben<sup>57</sup> található utalás az alapvető emberi jogok tiszteletben tartásának követelményére, a Bizottság döntését az egyéb, magánélet védelmére vonatkozó követelmények figyelembevétele nélkül hozta meg.**<sup>58</sup> Azonban fontos előrelépés volt a bizottsági döntéshozatali gyakorlatban, hogy az ügyben az a Google és a DoubleClick fogyasztók online magatartására vonatkozó adatbázisaira mint olyan *eszközre* hivatkozott a hatóság, amelyet a versenytársak nem tudnának megismételni.<sup>59</sup>

##### 4.3. Facebook / WhatsApp<sup>60</sup>

2014-ben az Európai Bizottság újabb adatvédelmet is érintő döntést hozott, amelyben engedélyezte, a WhatsApp Facebook általi felvásárlását. A tranzakció súlyát és a felvásárolt vállalkozás értékét jól mutatja, hogy a Facebook a felhasználók számára ingyenesen letölthető és ingyenesen használható applikációt 19 milliárd dollárért vásárolta meg. Az Európai Bizottság a felvásárlást jóváhagyta többek között arra hivatkozással, hogy a fogyasztók számára

---

<sup>53</sup> RHOEN: 2. o.

<sup>54</sup> C-238/05. sz. ügy - Asnef-Equifax, Servicios de Información sobre Solvencia y Crédito, SL kontra Administración del Estado kontra Asociación de Usuarios de Servicios Bancarios (Ausbanc)

<sup>55</sup> C-238/05. sz. ügy, 63. paragrafus.

<sup>56</sup> M.4731 sz. ügy - Google / DoubleClick.

<sup>57</sup> A Tanács 139/2004/EK Rendelete (2004. január 20.) a vállalkozások közötti összefonódások ellenőrzéséről.

<sup>58</sup> M.4731 sz. ügy - Google / DoubleClick, 368. paragrafus.

<sup>59</sup> M.4731 sz. ügy - Google / DoubleClick, 288. paragrafus és 141. lábjegyzet.

<sup>60</sup> M.7217. sz. Ügy - Facebook / WhatsApp



széles választék érhető el alternatív kommunikációs applikációkból, továbbá arra is kitért, hogy az érintett piac dinamikus, azon sok versenyző található, a belépési korlátok alacsonyak és jellemzi a felhasználókat a multi-homing (egyszerre több applikáció használata), mely alacsony hálózati hatásokat eredményez.<sup>61</sup> A Bizottság piaci elemzésének eredményeként arra a megállapításra jutott, hogy **az adatvédelem és a biztonság, habár felhasználóról felhasználóra változik annak fontossága, egyre nagyobb értékkel bír a fogyasztói kommunikációs applikációk célközönsége körében.**<sup>62</sup> Fontos azonban kiemelni, hogy a Bizottság külön kitért annak kimondására is, hogy **a magán- és családi élet védelme, az adatvédelem nem versenyjogi megítélés, hanem az európai uniós adatvédelmi szabályok kérdése.**<sup>63</sup>

#### 4.4. Microsoft / LinkedIn<sup>64</sup>

Az Európai Bizottság 2016-ban jóváhagyta a LinkedIn Microsoft általi felvásárlását azzal, hogy a Microsoft teljesíti a vállalt, adatokat is érintő kötelezettségvállalásokat. Ebben a jóváhagyó döntésben azonban elmozdulás látható a Bizottság részéről a két korábbi ügyszó képest: **továbbra sem képezi részét a versenyjognak a magánélet védelme, azonban, ha a fogyasztók számára ez egy fontos minőségi szempont, és a felek versenyeznek ezen a területen, a fúziós elemzés során figyelembe vehető lehet.**<sup>65</sup> A Bizottság egy korábbi, a Skype Microsoft általi felvásárlását jóváhagyó döntésében kimondta, hogy mivel a fogyasztók számára nyújtott kommunikációs szolgáltatások általánosságban ingyenes szolgáltatások, a fogyasztók más szempontoknak nagyobb jelentőséget tulajdonítanak, melynek okán **a minőség is a verseny jelentős paramétere.**<sup>66</sup> **Kiemeli továbbá a Bizottság, hogy a Facebook / WhatsApp ügyben tett megállapításaival egyezően a magán- és családi élet védelme fontos minőségi paramétere a versenynek.**<sup>67</sup>

#### 4.5. Google Search (Shopping)<sup>68</sup>

Az Európai Bizottság Google Search (Shopping) ügye az első olyan ügy volt, amelyben a hatóságnak algoritmikus manipulációt, mint esetlegesen versenyjog sértő magatartást kellett vizsgálnia.<sup>69</sup> 2010-ben az Európai Bizottság vizsgálatot indított a Google Inc. vállalkozással szemben, annak feltárása érdekében, hogy a vállalkozás visszaélt-e erőfölényes helyzetével az online keresés piacán, megsértve ezzel az EUMSZ. 102. cikkében foglaltakat. A vizsgálat megindítására online keresési szolgáltatást nyújtó vállalkozások által az Európai Bizottsághoz benyújtott panaszok alapján került sor, miszerint a Google a panaszosok szolgáltatásait kedvezőtlen bánásmódban részesíti az ingyenes és a szponzorált hirdetéseiben egyaránt, társítva

<sup>61</sup> M.7217. sz. ügy – Facebook / WhatsApp, 84-91. paragrafus.

<sup>62</sup> M.7217. sz. ügy – Facebook / WhatsApp, 87. paragrafus.

<sup>63</sup> M.7217. sz. ügy – Facebook / WhatsApp, 164. paragrafus.

<sup>64</sup> M.8124. sz. ügy – Microsoft / LinkedIn.

<sup>65</sup> European Commission: Mergers: Commission approves acquisition of LinkedIn by Microsoft, subject to conditions. 2016. december 06. Elérhető: [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP\\_16\\_4284](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP_16_4284)

<sup>66</sup> M.6281. sz. ügy – Microsoft / Skype, 81. paragrafus.

<sup>67</sup> M.8124. sz. ügy – Microsoft / LinkedIn, 330. lábjegyzet.

<sup>68</sup> AT.39740 - Google Search (Shopping)

<sup>69</sup> BANIA, Konstantina: *The European Commission's decision in Google Search. Exploring old and new frontiers of competition enforcement in the digital economy.* In ed. LUNDQVIST, Björn, GAL, Michel S.: *Competition Law for the Digital Economy*, Edward Elgar Publishing, UK, 2019, 264-301. o., 264. o.

ezt a saját szolgáltatásainak előnyben részesítésével.<sup>70</sup> Az Európai Bizottság döntését 2017-ben hozta meg a Google Search (Shopping) ügyben, melyben megállapította, hogy a vállalkozás erőfölényes helyzetével visszaélve biztosított kedvezőbb elhelyezést és bemutatást a Google általános keresési eredményeket megjelenítő oldalán saját összehasonlító szolgáltatása eredményeinek a versenytárs összehasonlító szolgáltatást nyújtókkal szemben. Az Európai Bizottság a vállalkozásra csaknem 2,5 milliárd euró bírságot szabott ki. A Google Inc. a döntést természetesen megtámadta, az azonban jelenleg is folyamatban van az Európai Unió Bíróságának Törvényszéke előtt<sup>71</sup>.

Az ügy adatokkal kapcsolatos relevanciája az Európai Bizottság által alkalmazott érintett piac definícióban található. Az Európai Bizottság ugyanis az általános keresési szolgáltatások piacának meghatározásakor kitér arra, hogy ezen szolgáltatások nyújtása miatt tekinthető gazdasági tevékenységnek.<sup>72</sup> Annak ellenére ugyanis, **hogy a felhasználók nem nyújtanak a szolgáltatásért cserébe pénzügyi ellenértéket, adataik átadásával mégis hozzájárulnak a Google Inc. bevételszerzéséhez.**<sup>73</sup> Az Európai Bizottság álláspontja szerint a felhasználók szerződéses viszonyba lépnek a Google Inc. vállalkozással, amikor elfogadják a keresési szolgáltatások általános szolgáltatási feltételeit azok igénybevételével, tehát egy keresés lefolytatásával.<sup>74</sup> Az Európai Bizottság kiemeli továbbá, hogy a Google Inc. vállalkozás adatvédelmi irányelvei szerint az a Google Inc. jogosult a keresésekkel kapcsolatos felhasználói adatok tárolására és újra felhasználására, mely **adatok a Google Inc.** – és más hasonló szolgáltatást nyújtó vállalkozások – **számára értékkel bírnak**, mivel azt a keresési eredmények és hirdetések felhasználó számára jelentett relevanciájának javítására használják.<sup>75</sup>

Kitér továbbá döntésében az Európai Bizottság arra, hogy egy adott szolgáltatás ingyenesként kínálása, különösen kétoldalú piacokon, előnyös üzleti stratégia lehet, mivel a két oldalon található felhasználók közül legalább az egyik oldal számára a platform értéke a másik oldalon található felhasználók számától függ.<sup>76</sup>

Kiemeli továbbá az Európai Bizottság, hogy habár az általános keresési szolgáltatást nyújtó vállalkozások nem folytatnak árversenyt (legalábbis nem a keresési szolgáltatást igénybe vevők oldalán), az általános keresési szolgáltatások piacán léteznek a versenynek más paraméterei is: az eredmények relevanciája, a keresés gyorsasága, a felhasználói felület kialakítása és az internet indexelésének mértéke.<sup>77</sup>

#### 4.6. Apple / Shazam<sup>78</sup>

---

<sup>70</sup> European Commission's Press Release, IP/10/1624, Antitrust: Commission probes allegations of antitrust violations by Google. Elérhető: [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP\\_10\\_1624](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP_10_1624)

<sup>71</sup> T-612/17. sz. ügy - Google and Alphabet v Commission.

<sup>72</sup> AT.39740 - Google Search (Shopping), 157-160. paragrafusok.

<sup>73</sup> AT.39740 - Google Search (Shopping), 157. paragrafus.

<sup>74</sup> AT.39740 - Google Search (Shopping), 158. paragrafus.

<sup>75</sup> AT.39740 - Google Search (Shopping), 158. paragrafus.

<sup>76</sup> AT.39740 - Google Search (Shopping), 159. paragrafus.

<sup>77</sup> AT.39740 sz. ügy - Google Search (Shopping), 160. paragrafus.

<sup>78</sup> M.8788. sz. ügy – Apple / Shazam

A Shazam Apple általi felvásárlása tagállamok (Ausztria, Franciaország, Izland, Olaszország, Norvégia, Spanyolország, Svédország) részéről benyújtott áttételi kérelem útján került az Európai Bizottság elé. A Bizottság jóváhagyó döntésében többek között kitért arra, hogy az olyan piacokon, ahol gyakori az új piaci szereplők belépése és az innovációs ciklusok rövidek, a piaci részesedés nem megfelelő mércéje a piaci erőnek.<sup>79</sup> **A Bizottság figyelembe vette döntésében a GDPR és az e-Privacy Irányelv szerepét is annak elemzése során, hogy a felvásárlást követően az Apple és a Shazam mennyiben lenne képes az adatokhoz köthetően versenyellenes magatartások elkövetésére, függetlenül természetesen az esetlegesen illetékes adatvédelmi hatóságok által folytatott vizsgálatoktól.**<sup>80</sup>

#### 4.7. Google / Fitbit<sup>81</sup>

2020 decemberében az Európai Bizottság jóváhagyta a Fitbit, egy viselhető eszközöket gyártó vállalat Google általi felvásárlását. A jóváhagyását a hatóság azonban a Google általi kötelezettségvállalások teljesítéséhez kötötte, melyeknek része volt többek között adatsilók létrehozása a Google és a Fitbit felhasználók adatainak elkülönítésére.<sup>82</sup> Annak ellenére azonban, hogy a Bizottság döntésében kifejezetten nagy jelentőséget tulajdonított a Google és a Fitbit adataira és azok egyesítésére vonatkozó elemzésnek, a hatóság kiemelte, hogy **a tranzakcióban részes feleknek meg kell felelniük a GDPR és az e-Privacy Irányelvek követelményeinek, azonban ezek be nem tartása nem a fúziókontrollra tartozó aggály, erre ugyanis rendelkezésre állnak egyéb megfelelő szabályozási eszközök.**<sup>83</sup>

*Tagállami ügyek*

#### 4.8. Facebook ügyek Magyarországon és Olaszországban

A Gazdasági Versenyhivatal 2019 decemberében 1,2 milliárd forint bírságot szabott ki a közösségi média óriás Facebookra, mivel az a hivatal szerint szolgáltatásának ingyenesként hirdetésével megtévesztette a fogyasztókat. A hivatal álláspontja szerint ugyanis a felhasználók, habár nem fizettek díjat a szolgáltatás igénybevételéért cserébe, de felhasználói aktivitásukkal és adataikkal üzleti hasznot hajtottak a Facebook számára, mely által fizettek a kapott szolgáltatásért.<sup>84</sup>

A Facebookkal szemben azonban nem csupán Magyarországon, hanem Olaszországban is folytattak tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokkal kapcsolatos eljárást a magyar eljárással egy időben. Az ügyben a vállalat 10 millió eurós bírságot kapott az olasz versenyhatóságtól, mivel a hatóság döntése szerint a közösségi média óriás megtévesztette a fogyasztókat az a

<sup>79</sup> M.8788. sz. ügy – Apple / Shazam, 162. paragrafus.

<sup>80</sup> DE VITA, Salvatore, OCELLA, Eleonora: *Apple/Shazam: A remix of your favourite tunes of data issues in merger control*. In: Competition Merger Brief 1/2019 – Article 1. 2019. július, 2. o. Elérhető: <https://ec.europa.eu/competition/publications/cmb/2019/kdal19001enn.pdf>

<sup>81</sup> M.9660. sz. Ügy – Google / Fitbit

<sup>82</sup> European Commission: Mergers: Commission clears acquisition of Fitbit by Google, subject to conditions. 2020. december 17. Elérhető: [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip\\_20\\_2484](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_20_2484)

<sup>83</sup> M.9660. sz. ügy – Google / Fitbit, 410. paragrafus.

<sup>84</sup> Gazdasági Versenyhivatal: 1,2 milliárd Ft bírságot szabott ki a Gazdasági Versenyhivatal a Facebook-ra. 2019. 12. 06. Elérhető: [https://www.gvh.hu/sajtoszoba/sajtkozlemenyek/2019\\_es\\_sajtkozlemenyek/12-milliard-ft-birsagot-szabott-ki-a-gazdasagi-versenyhivatal-a-facebook-ra](https://www.gvh.hu/sajtoszoba/sajtkozlemenyek/2019_es_sajtkozlemenyek/12-milliard-ft-birsagot-szabott-ki-a-gazdasagi-versenyhivatal-a-facebook-ra)

szolgáltatás ingyenesként kínálásával, továbbá agresszív kereskedelmi gyakorlatot is folytatott, amikor a felhasználók kifejezett és előzetes hozzájárulása nélkül (tehát anélkül, hogy arról a fogyasztók tudtak volna) automatikusan, kereskedelmi céllal megosztotta adataikat harmadik fél weboldalakkal és applikációkkal.<sup>85</sup> Kiemelendő, hogy az ügyben az olasz versenyhatóság elutasította a Facebook azon érvelését, hogy az online regisztrációjának feltételei nem voltak tisztességtelenek, mivel azt jóváhagyta az ír adatvédelmi hatóság.<sup>86</sup> Ez is jól szemlélteti ugyanis azt, hogy az egyik szabályozási rendszernek való megfelelés nem feltételezi a másik szabályozási rendszernek való megfelelést.<sup>87</sup>

A Facebook-ot tehát a két tagállami versenyhatóság, fogyasztóvédelmi hatáskörében eljárva részben azon tevékenységéért bírságolta meg, amelynek keretében **nem tette azt világossá felhasználói számára, hogy a nyújtott szolgáltatásokért cserébe aktivitásaikkal és adataikkal fizetnek.**

#### 4.9. Facebook ügy Németországban

A Facebook a német versenyhatóság, a Bundeskartellamt látókörébe is került már a magyar és olasz versenyhatóságok döntéseit megelőzően.<sup>88</sup> A Bundeskartellamt ugyanis 2019 februárjában azért bírságolta meg a vállalatot, mert a hatóság álláspontja szerint a Facebook az adatvédelmi szabályok megsértésével visszaélt erőfölényes helyzetével.<sup>89</sup> Az erőfölényes helyzet ugyanis lehetővé tette a Facebook számára, hogy olyan szerződéses feltételeket kényszerítsen felhasználóira, amelyeket a felhasználók abban az esetben, ha a Facebook nem lett volna erőfölényes helyzetben, nem fogadtak volna el.<sup>90</sup> Az ügyben jelenleg előzetes álláspont iránti kérelem van függőben az Európai Unió Bíróságán, melynek fő kérdése, hogy **lehetséges-e az adatvédelmi szabályok megsértését erőfölénnyel való visszaélésnek tekinteni.**<sup>91</sup>

A három fenti részletezett Facebook ügy különösen jól szemlélteti az úgynevezett *'szabályozási dilemmát'*, amely azon versenyhatóságok körében ütközik ki leginkább, amelyek jogosultak eljárni nem csak a versenyjog, hanem például a fogyasztóvédelem (Olaszország és Magyarország), vagy az adatvédelem (Németország) területén.<sup>92</sup>

#### 5. A megoldás keresése

---

<sup>85</sup> Autorita Garante Della Concorrenza e Del Mercato: Facebook fined 10 million Euros by the ICA for unfair commercial practices for using its subscribers' data for commercial purposes. Elérhető: <https://en.agcm.it/en/media/press-releases/2018/12/Facebook-fined-10-million-Euros-by-the-ICA-for-unfair-commercial-practices-for-using-its-subscribers%E2%80%99-data-for-commercial-purposes>

<sup>86</sup> BOTTA, WIEDEMANN: 444. o.

<sup>87</sup> BOTTA, WIEDEMANN: 444. o.

<sup>88</sup> Bundeskartellamt: Bundeskartellamt prohibits Facebook from combining user data from different sources. Elérhető:

[https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Meldung/EN/Pressemitteilungen/2019/07\\_02\\_2019\\_Facebook.html](https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Meldung/EN/Pressemitteilungen/2019/07_02_2019_Facebook.html)

<sup>89</sup> Bundeskartellamt: Bundeskartellamt prohibits Facebook from combining user data from different sources.

<sup>90</sup> Bundeskartellamt: Bundeskartellamt prohibits Facebook from combining user data from different sources.

<sup>91</sup> Competition Policy International: Dusseldorf Court Asks ECJ To Review Facebook Data Case. Elérhető: <https://www.competitionpolicyinternational.com/dusseldorf-court-asks-ecj-to-review-facebook-data-case/>

<sup>92</sup> BOTTA, WIEDEMANN: 445. o.

ESAYAS a vagy-vagy megközelítés helyett holisztikus megközelítést javasol, amely egyszerre több szabályozási perspektívát is magában foglal: amennyiben a magánélethez fűződő jog sérülése piaci erőhöz köthető és az nem ellensúlyozható más jóléti előnnyel, a versenyjog kiegészítheti az adatvédelmi jogot a magánélet védelméhez fűződő jog minőségi (tehát nem árazási) kritériumként történő figyelembevételével.<sup>93</sup>

LUNDQVIST álláspontja szerint azonban az *ex post* versenyjogi szabályozást legyőzhetik az *ex ante* speciális szabályozási aktusok, amennyiben a versenyjog nem tudja bizonyítani, hogy képes megbirkózni a digitális gazdaság adta kihívásokkal.<sup>94</sup> LUNDQVIST szerint nehéz jól működő doktrínákat kialakítani a meglévő versenyjogi környezetben (többek között a piaci erő alátámasztására alkalmazott piaci részesedés teszt alkalmatlansága miatt), ezzel szemben az *ex ante* szektor specifikus szabályozási aktusok könnyebben alakíthatók és azonnali eredményeket hozhatnak.<sup>95</sup> Ez azonban fragmentált szektorspecifikus szabályozási környezetet eredményezhet.<sup>96</sup>

BANIA álláspontja szerint a versenyjog nem vákuumban létezik.<sup>97</sup> Mivel a digitális technológiák a fogyasztók életében növekvő fontosságot nyernek, az Európai Bizottságnak még inkább hozzá kell igazítania a vizsgálatait során alkalmazott megközelítését, hogy az megfelelően tükrözze a digitalizált piacok komplexitását.<sup>98</sup>

EZRACHI és STUCKE amellett érvelnek, hogy a versenyjog soha nem volt mentes a normatív politikai, társadalmi és gazdasági értékektől, mivel az végső soron azon értékeken alapul, amelyeket erősíteni akarunk és magán a versenyről kialakított meggyőződésünkön.<sup>99</sup> Habár a versenyjog nem gyógyír minden problémára – bizonyos esetekben helyénvalóbb az adatvédelmi vagy más szabályokra támaszkodni a digitalizáció adta problémákkal kapcsolatosan – azonban látható, hogy számos esetben a versenyjog céljai és jogi sztenderdjei különböző kompromisszumokon alapulnak.<sup>100</sup> Ez pedig magában hordozza azt, hogy a versenyjog 'tisztasága' nem létezik, ugyanis a versenyjog az adott társadalom céljait hivatott szolgálni.<sup>101</sup>

PETIT ezzel ellentétben felveti, hogy a verseny lehet, hogy nem segíti elő a magánélethez való jog védelmét, és kiemeli, hogy amennyiben a magánélet védelme társadalmi preferencia, erre vonatkozóan külön szabályozás kialakítása jobb megközelítés lehet a versenyjognál.<sup>102</sup> Ezen megállapításának alátámasztásaként hivatkozik a fent részletezett Asnef-Equifax ügyben az Európai Unió Bíróságának azon megállapítására, miszerint a személyes adatok

---

<sup>93</sup> ESAYAS, Y. Samson: *Privacy-as-a-quality parameter of competition*. In: LUNDQVIST, Björn, GAL, Michal S., *Competition Law for the Digital Economy*. Edwards Elgar Publishing, Cheltenham, UK, 2019. 171. o.

<sup>94</sup> LUNDQVIST, Björn: *Regulating Competition and Property in the Digital Economy – The Interface Between Data, Privacy, Intellectual Property, Fairness and Competition Law*. Stockholm Faculty of Law Research Paper Series no 54., 52. o.

<sup>95</sup> LUNDQVIST: 52. o.

<sup>96</sup> LUNDQVIST: 52. o.

<sup>97</sup> BANIA, 301. o.

<sup>98</sup> BANIA, 301. o.

<sup>99</sup> EZRACHI, STUCKE: 2. o.

<sup>100</sup> EZRACHI, STUCKE: 2. o.

<sup>101</sup> EZRACHI, STUCKE: 2. o.

<sup>102</sup> PETIT: 246. o.

érzékenységevel kapcsolatos bármilyen probléma nem a versenyjogra, hanem az adatvédelmi szabályok megfelelő rendelkezéseire tartozó kérdés.<sup>103</sup> PETIT hangsúlyozza, hogy az állítólagosan a big tech-nek betudható újszerű káros versenyhatások nem köthetők monopol hatalomhoz, és a szabályozás, különösen a fogyasztóvédelmi szabályozás jobb megközelítést jelenthet a felmerülő problémákra, mint a versenyszellemű közüzemi szabályozás vagy a bevételmegeosztás által vezérelt kiskereskedelmi szabályozás.<sup>104</sup>

KIMMELMAN, FELD és ROSSI arra a következtetésre jutnak, hogy a versenyjog önmagában nem elegendő az adatvédelmi problémák kezelésére, azonban szükséges, hogy részéve tegyék azon gondosan összeválogatott eszköztárnak, amelyet az online platformok adta régi és új kihívások megoldására tartunk fenn.<sup>105</sup>

BOTTA és WIEDEMANN arra az álláspontra helyezkednek, hogy azokban az esetekben, amikor egy hatóság két jogterületen is jogosult eljárni (például adatvédelem és versenyjog, fogyasztóvédelem és versenyjog), nem azt az utat kell választani, amelynek köszönhetően egyszerűbben tudja megállapítani adott esetben a jogsértést, hanem azt, amely a legelrettetőbb hatással bír.<sup>106</sup> Hozzáteszik, hogy a versenyjogi jogsértések esetében kiszabható bírságok általában jóval magasabbak, mint az adatvédelmi vagy fogyasztóvédelmi bírságok, és a versenyjogi szankciók és kötelezettségvállalások olyan szabályozási aszimmetriát hozhatnak létre, amely elő is segítheti a versenyt: a domináns vállalkozásokkal szembeni szigorúbb követelmények ugyanis elősegíthetik új piaci szereplők belépését.<sup>107</sup> Ezzel szemben az adatvédelem és a fogyasztóvédelem nem tesz különbséget domináns és esetleges új belépők között.<sup>108</sup>

## 6. Konklúzió

A cikk szerzője szerint a versenyjogban szükség van a piacmeghatározás és piaci erő kérdésének megváltozott körülményekhez igazítására, amely, ahogyan azt a fentebb bemutatott gyakorlati példák is szemléltették, már elindult: az adatok szerepét a hatóságok felismerték és több esetben is elemzésük részévé tették. A jövőben az adatok és a felhasználók által egy-egy terméknek vagy szolgáltatásnak tanúsított figyelem nem lesznek elhanyagolható tényezők a különböző versenyjogi és fogyasztóvédelmi kérdések eldöntése, elemzése esetében. Azonban a gyakorlat szükség van a különböző jogterületek és hatóságok közötti szorosabb együttműködésre, mivel a felmerülő problémák egy része nem oldható meg csak az egyik vagy a másik jogterület keretei között: ez ugyanis a konkrét körülményektől függően I. és II. típusú hibákhoz vezethet. A versenyjog, a fogyasztóvédelem, és az adatvédelem, habár bizonyos kérdésekben metszik egymást, egyes esetekben olyan párhuzamos vonalnak tekinthetők, amelyek a végtelenben sem találkoznak: a versenyjogban az erőfölénnyel visszaélés magatartások megállapításának alapköve az erőfölény maga, a fogyasztóvédelem csupán akkor lép színre, ha fogyasztói érdekek sérülnek, az adatvédelem kérdése pedig a személyes adatok

---

<sup>103</sup> PETIT: 246. o.

<sup>104</sup> PETIT: 256. o.

<sup>105</sup> KIMMELMAN, FELD, ROSSI: 276. o.

<sup>106</sup> BOTTA, WIEDEMANN: 445. o.

<sup>107</sup> BOTTA, WIEDEMANN: 445. o.

<sup>108</sup> BOTTA, WIEDEMANN: 445. o.

kezelése esetén merülhet csak fel. E cikk szerzője szerint a megoldást egy olyan, európai uniós szinten tenne lehetővé szorosabb együttműködést mind az uniós, mind a tagállami hatóságok között annak elősegítése érdekében, hogy a komplex kérdéseket komplex, esetlegesen több jogterületet is felölelő megoldásokkal lehessen megválaszolni.