

A Budapesti Békéltető Testület

5/2014. számú ajánlása

az elektronikus kereskedelmi szolgáltatások

igénybevétele során javasolt tudatos fogyasztói magatartásról

1. Felhívjuk a figyelmet arra, hogy a fogyasztók az interneten történő böngészés és vásárlás során mindig tudatosan, körültekintően hozzák meg döntéseiket. A bannerek, egyéb figyelemfelhívó reklámok és direkt-marketing esetében is mérlegeljék, hogy szükségük van-e az adott termékre vagy szolgáltatásra. Ne hagyják magukat a döntés során befolyásolni azzal, hogy az ajánlat csak egy bizonyos, rövid ideig érvényes, és azután már csak jelentősen kedvezőtlenebb feltételekkel, vagy egyáltalán nem juthatnak hozzá az adott termékhez vagy szolgáltatáshoz!

Minden esetben hasonlítsák össze az azonos vagy hasonló kategóriájú termékek vételárát és az egyéb szerződéses feltételeket is más forgalmazók ajánlataival, és csak ezt követően, valamennyi lényeges információ birtokában kössenek szerződést! Gondosan olvassák el a szerződési feltételeket - amelyeknek részét képezik az Általános Szerződési Feltételek és/vagy Felhasználási Feltételek is - és valamennyi kiegészítő tájékoztatást (például: GYIK, azaz Gyakran Ismételt Kérdések). Ne ikszeljenek automatikusan!

2. A vállalkozás köteles tájékoztatni a fogyasztót többek között a vállalkozás elnevezéséről, postacíméről, székhelyéről, elérhetőségéről és fogyasztói szerződés esetén a termék lényeges tulajdonságairól is: ezeket mindig ajánlott elolvasni. Azzal a vállalkozással pedig ne kössenek szerződést, amely nem tette közzé internetes honlapján legalább a fenti alapadatokat!

A fizetés és a kiszállítás pontos feltételeiről tájékozódni szükséges a fogyasztóknak a szerződéskötést megelőzően! Internetes vásárlás esetén ugyanis rendszerint kapcsolódik a szerződéshez szállítás, és esetenként többféle fizetési mód is lehetséges, amelyeknek különböző díjai lehetnek. Ne feledjék, hogy a vállalkozás az adott fizetési móddal összefüggésben az általa viselt költséget meghaladó díjat nem számíthat fel.

Amennyiben az eredeti vételáron felül a további költségek felmerülésének lehetőségéről nem kaptak a fogyasztók tájékoztatást, úgy ne fizessék ki a vállalkozás felhívására ezeket a járulékos díjakat! A teljes fizetendő vételárnak ugyanis minden megrendelt termék vagy szolgáltatás és a kapcsolódó szolgáltatások (fuvardíj vagy postaköltség, csomagolás, stb.) bruttó értékét is tartalmaznia kell. Ha ez előzetesen nem számítható ki, úgy a kereskedőnek kell a további költségek tényét és számítási módját előre jeleznie.

3. A fogyasztók minden esetben, még a szerződéskötés megkezdése előtt tisztázzák azt, hogy mi a szerződéskötés pontos menete, melyek a lépései, és meddig léphetnek vissza a szerződéstől jogkövetkezmények nélkül! Vegyék figyelembe, hogy a szerződés főszabály szerint már az ajánlat elfogadásával, azaz a megrendeléssel létrejön.

Ne feledjék, hogy a szerződő felek a fenti szabálytól eltérhetnek és a szerződés létrejöttének időpontja a megrendeléstől későbbi időpontban is meghatározható, sőt akár feltételhez is köthető. Ilyen feltétel lehet például a vállalkozás általi visszaigazolás megtörténte, vagy egy azt követő plusz „aktiválás”, például egy adott linkre történő kattintás. Mindezekről, azaz a szerződéskötés technikai lépéseiről a szolgáltató köteles tájékoztatást adni. A vállalkozás továbbá köteles jól láthatóan és egyértelműen feltüntetni a fizetési kötelezettséget keletkeztető nyilatkozat ebbéli minőségét, a teljes fizetendő vételár megjelölésével, a fogyasztók mindezen információk ismeretében kössék meg csak a szerződést.

4. Mindig győződjenek meg arról a fogyasztók a kuponos oldalakon rendelkezésre álló információk alapján, hogy ki az, akitől ténylegesen az adott terméket vagy szolgáltatást várhatják! Fontos, hogy tisztában legyenek vele, melyik vállalkozásnak mit kell teljesítenie, és mire vállal kötelezettséget.

Fontos tudni, hogy amennyiben egy adott weboldal üzemeltetője és az a vállalkozás, amelynek termékét, szolgáltatását az előbbi oldal az ajánlat közzétételével kínálja, eltér egymástól (ahogyan az például a „kuponos oldalak” esetében történik), úgy adott esetben a két különálló vállalkozás felelőssége is elválik.

Annak tudatában kössenek csak szerződést, hogy a weboldal üzemeltetője nem feltétlenül felel a főszolgáltatás, vagyis a megrendelt termék vagy szolgáltatás hibájáért. Az ugyanis elsősorban a szerződésnek az ajánlatban foglalt tartalommal történő létrejöttére vállal kötelezettséget. Azt követően, hogy a szerződés létrejött, az eset összes körülményei alapján dönthető el, hogy egy esetleges hibás teljesítésért a weboldalt üzemeltető vállalkozás, vagy a terméket, illetve szolgáltatást ténylegesen nyújtó vállalkozás felel-e. Ilyen lényeges körülmény különösen az, hogy a kupon kiállítását követően a fogyasztó melyik vállalkozással állt kapcsolatban, melyik vállalkozásnak fizetett, a fizetésről melyik vállalkozás állította ki a számlát, ténylegesen ki adta át a fogyasztó részére az adott terméket, a használati-kezelési útmutatót, vagy a jótállási jegyet.

5. A fogyasztók a későbbi viták elkerülése érdekében mindig írásban, igazolható módon gyakorolják az őket megillető 14 napos indokolás nélküli elállási jogot. Ne fogadják el továbbá a vállalkozások azon hivatkozását sem, ha azok a sértetlen, eredeti csomagolás meglétéhez vagy például kötbér megfizetéséhez kötik ennek érvényesítését!

Ne feledjék azt a fogyasztók, hogy az internetes kereskedelem keretében kötött szerződések esetében is megilleti őket a kellékszavatosság, jótállás és a termékszavatosság joga. Ezekről és a vonatkozó feltételekről a vállalkozás köteles tájékoztatást adni.

Még mindig vannak olyan internetes kereskedők, akik a "régi" szövegezésű, hivatkozású jótállási jegyet alkalmazzák, amelyben már hatályban nem lévő kormányrendeletre, az előző Polgári Törvénykönyvre és az abban szabályozott elállási időre hivatkoznak.

6. Fontos tudni, hogy a fogyasztó 14 naptári napon belül indokolás nélkül elállhat a szerződéstől, amely határidőt, a termék átvételétől kell számítani.

7. Amennyiben a szerződésből fakadóan jogvitájuk keletkezik a vállalkozással, azt a fogyasztók mindig írásban, a vállalkozás hivatalos elérhetőségén keresztül kíséreljék meg rendezni, ha pedig kifogásukat a vállalkozás elutasítja, vagy arra egyáltalán nem reagál, úgy forduljanak békéltető testülethez vitás ügyük ingyenes és gyors rendezése érdekében.

Indokolás:

A Budapesti Békéltető Testület (a továbbiakban: Testület) a **fogyasztók és kereskedők közötti jelentős problémákra vonatkozó információkat közzéteszi, egyúttal azokhoz ajánlásokat csatol** annak kapcsán, hogy ezek hogyan kerülhetők el vagy oldhatóak meg.

I. A Testület eljáró tanácsai által elbírált ügyekből jól látszik, hogy az interneten történő rendelések esetében - habár a fogyasztók rendelkezésére állna a megfelelő idő és technika a különböző forgalmazók hasonló ajánlatainak összehasonlításához -, mégis gyakori az ún. impulzusvásárlás esete, amely elsősorban a kifejezetten agresszív marketingnek és hirdetési tendenciának tudható be. Ez a módszer a keresőbe írt kifejezések alapján automatikusan olyan típusú termék hirdetését jeleníti meg a keresési találatok mellett, amely a keresésben szerepel. Ilyen módon a fogyasztók figyelmét elvonja és nagyon sok esetben az elsőként meglátott hirdetés mentén hozzák meg végleges döntésüket. Kifejezetten a fogyasztói mérlegelés keretének szűkítését jelenti az a típusú hirdetés, mely szerint az adott termék csak nagyon rövid ideig elérhető, és azonnali döntést követel a fogyasztótól. Ezek a hirdetések általában megtévesztőek, és sok bosszúságot kerülhetnek el a fogyasztók, ha nem hagyják befolyásolni magukat általuk.

Ahogy a hagyományos szerződéseket, úgy az **elektronikus úton kötött szerződéseket is kiemelten fontos gondosan áttanulmányozni**, minden esetben még a szerződéskötést megelőzően, hiszen éppen az tartalmazza azokat a feltételeket, amelyek mentén a különböző forgalmazók és szolgáltatók ajánlatai összehasonlíthatóak, vagyis amelyek alapján tudatos döntés hozható. Nagyon fontos, hogy ne csak az egyedi szerződést, de az általános szerződési feltételeket, illetve, ha van ilyen, a felhasználási feltételeket is olvassák el. Az ebben foglaltak a szerződés részét képezik, így éppolyan fontos az ismeretük, mint magáé a szerződésé.

Fontos információ a tudatos fogyasztók részére, hogy az elektronikus kereskedelmi szolgáltatások igénybevétele során az elektronikus kereskedelmi szolgáltatások, valamint az információs társadalommal összefüggő szolgáltatások egyes kérdéseiről szóló 2001. évi CVIII. törvény, valamint a fogyasztó és a vállalkozás közötti szerződések részletes szabályairól szóló 45/2014. (II. 26.) Kormányrendelet szabályai alkalmazandók.

II. Elengedhetetlen a szerződő partner ismerete - vagyis, hogy tudják, ki az, akitől a szerződés teljesítését várják, és kihez kell fordulniuk az esetleges kifogásukkal. Enélkül a fogyasztók nem tudják gyakorolni a szerződésből eredő jogaikat. A termék tulajdonságai közül **lényeges minden olyan ismeret, ami a termék használhatóságára, funkciójára vonatkozik**, illetve, hogy a konkrétan a szerződés tárgyát képező darab esetében például ahhoz milyen alkatrészek, tartozékok tartoznak, mi az, amit a kereskedő biztosít a vásárló számára és mi az, amit nem. A termék lényeges tulajdonságainak megjelölését megteheti a kereskedő a gyártó honlapjára mutató link, hivatkozás segítségével is, ez esetben azonban minden gyárilag a termékhez tartozó kiegészítő alkatrészt köteles biztosítani, vagy külön jeleznie kell azok hiányát. Lényeges továbbá minden olyan információ, amely befolyásolhatja a fogyasztó

döntését vagy a vételárat, így különösen, hogy az adott termék használt, vagy új, és az milyen állapotban van.

A **kiszállítás és a fizetés különböző lehetséges módjai és azok díja** szintén lényeges szerződéses elem, amelyekre különösen érdemes odafigyelni. Előfordulhat, hogy a kiszállítás időpontja nem befolyásolható, vagy csak külön díj ellenében; ebben az esetben az átvétel megoldása külön szervezést igényel. Lehetséges például, hogy az alacsonyabb szállítási díjjal dolgozó vállalkozás kizárólag munkaidőben vállal házhozszállítást, ekkor azonban a fogyasztó is dolgozik. Ebben az esetben külön kell gondoskodnia arról, hogy vagy tudja valaki fogadni a szállítót, vagy a munkahely címére történő rendelés után haza tudja vinni az árut. A fizetési mód, amennyiben választható, szintén különböző díjfizetési kötelezettségeket vonhat maga után, azonban nagyon fontos, hogy a vállalkozás az adott fizetési móddal kapcsolatosan felmerült és általa fizetett költségen kívül további díjat nem számíthat fel.

Előfordulhat, hogy bizonyos költség előre nem rögzíthető pontosan. Ebben az esetben, ha az adott költségtípus számítási módja állandó, akkor ezt a számítási módot köteles a vállalkozás megadni, ha pedig ez sem lehetséges, akkor fel kell tüntetni azt, hogy egyéb költség is felmerülhet, a lehető legpontosabban körülhatárolva. Előbbire példa a megrendelt termék tömegétől és/vagy a telephelytől számított távolságtól függő szállítási díj, amikor a díjszámítási metódust tartalmazó táblázatot kell a fogyasztó számára elérhetővé tenni, utóbbira pedig, szintén a kiszállítás témakörében, amennyiben a kért szállítási helyen parkolási költség merül fel, és azt a fogyasztóra terhelik, úgy ezt a tájékoztatást kell megadni. Amennyiben ez nem történik meg, úgy a felmerülő többletköltségeket a fogyasztó nem köteles megfizetni. Az előbbi alapján a fogyasztó ki tudja például számolni, hogy ha egy 30 kg tömegű bútort szeretne az áruház telephelyétől 11 km távolságban lévő otthonába szállítani, akkor az mennyibe fog kerülni. Az is lehetséges, de ennek ki kell tűnnie a tájékoztatásból, hogy például az emeleten történő átadásnak is külön díja van a szállítási díjon felül.

III. A „**véletlenül kötött szerződések**” elkerülése érdekében kiemelkedő jelentősége van annak, hogy még a szerződéskötés folyamatának megkezdése előtt tisztában legyenek a fogyasztók azzal, hogy a szerződéskötéshez pontosan milyen lépések vezetnek, és melyik az a pont, ahonnan még jogkövetkezmények nélkül visszaléphetnek, ahol a szerződés még nem jött létre. E tekintetben az elektronikus kereskedelemre vonatkozó jogszabály kétirányú kötelezettséget ró a vállalkozásokra.

Egyrészt világosan és közérthetően tájékoztatniuk kell a fogyasztót a szerződéskötés technikai lépéseiről, másrészt pedig amennyiben valamely gomb megnyomása, vagy hasonló cselekmény már kiváltja a fizetési kötelezettséget, ezt egyértelműen jelezniük kell. Ennek értelmében, például ha a „megrendelem” feliratú gombra kattintással a szerződés létrejön, úgy amellet jól láthatóan fel kell tüntetni, hogy a szállítással, csomagolással, minden egyéb felmerülő költséggel együtt ez a kattintás pontosan milyen fizetési kötelezettséget von maga után. Amennyiben a vállalkozás ezen kötelezettségének nem tett eleget, úgy a szerződés semmis, azaz úgy kell tekinteni, mintha a felek a szerződést meg sem kötötték volna.

A fogyasztó felelőssége azonban, hogy személyes adatai - beleértve felhasználó neve, regisztrációs jelszava - használatára másnak (pld.: rokonnak, ismerősnek) engedélyt ne adjon, illetve ezeknek az érzékeny adatoknak kezelésére gondot fordítson.

IV. A Testület előtti eljárásokból egyértelműen kirajzolódik az is, hogy amennyiben egy adott honlap, „kuponos oldal”, ajánlati gyűjtőoldal üzemeltetője, és a kínált terméket vagy szolgáltatást ténylegesen nyújtó vállalkozás nem egy és ugyanaz, akkor **a fogyasztók**

gyakran nem tudják szétválasztani, hogy melyik vállalkozással és pontosan mire szerződtek, illetve reklamáció esetén melyik vállalkozással szemben léphetnek fel.

A „kuponos cégek” elsősorban azért felelnek, hogy a saját weboldalukon kínált terméket a fogyasztó megkapja, a szolgáltatást igénybe tudja venni, azaz, hogy a kupon alapján az adott termékre vagy szolgáltatásra a fogyasztó a kuponos weboldalon korábban megismert feltételek szerint valóban jogosulttá váljon (a szerződés létrejöjjön). Így például, ha a fogyasztó a kuponos oldal számlaszámára utalta a szolgáltatás árát, és azt a tájékoztatást kapta, hogy a tényleges szolgáltatóval kell felvennie a kapcsolatot a termék átvétele érdekében, az állítólagos tényleges szolgáltató azonban sosem hallott a kuponos cégről, akkor a fogyasztó nyilvánvalóan a kuponos weboldalt üzemeltető vállalkozással szemben léphet fel az igényével. Szintén a kuponos céggel szemben kell fellépni, ha a tényleges szolgáltató ugyan valóban tett ajánlatot a kuponos oldalon, de a megjelent ajánlathoz képest más típusú termékre, vagy - ami még lényegesebb - attól eltérő, magasabb áron tette meg azt.

A fogyasztóknak a szerződés létrejöttét követően is különös figyelmet kell fordítaniuk arra, hogy panasz esetén melyik vállalkozással szemben léphetnek fel. Így például a tényleges szolgáltatóval szemben kell fellépni olyan termék hibája esetén, amit a fogyasztó a kuponos oldalon rendelt meg, de a terméket a kupon beváltásával már a tényleges szolgáltatótól vette át és a vételárról a számlát is a tényleges szolgáltató állította ki. Ugyanígy a tényleges szolgáltatóval szemben lehet fellépni, ha például a kuponnak megfelelő szállodában a fogyasztót a szállodai szolgáltatással összefüggő kellemetlenségek érik, ha a kuponnal kedvezményes áron elkészített, egyedi méretre gyártott lábbeli szorít, vagy ha a cukrászdával (mint tényleges szolgáltatóval) egyeztetett torta-díszítés végül nem nyeri el a fogyasztó tetszését. Amennyiben a kifogás alapja egyértelműen a megrendelt termék vagy szolgáltatás minősége, hibája, úgy azért általában a terméket vagy szolgáltatást ténylegesen nyújtó vállalkozás felel. Ez éppen olyan helyzet, mintha a fogyasztó hagyományos szerződés alapján érvényesítené szavatossági-, vagy jótállásból fakadó jogait. De a fogyasztók itt is legyenek figyelemmel arra, hogy a terméket vagy szolgáltatást ténylegesen nyújtó vállalkozással közvetlen jogviszonyba kerültek-e.

A szerződés teljesítése során tehát minden esetben **gondosan kell mérlegelni,** hogy a fogyasztó pontosan kivel áll jogviszonyban és az adott jogviszonynak mi a tartalma. Ebben azok a ténykérdések nyújtanak támpontot, miszerint kinek fizetett a fogyasztó, ha szükség volt személyes kapcsolattartásra, azt mely vállalkozás képviselőjével tette, ki adott számlát, ki volt jelen esetleg a teljesítésnél, született-e külön szerződés a tényleges szolgáltatóval, stb. Mivel tehát minden esetben az adott ügy összes lényeges körülményének vizsgálatával lehet eldönteni, hogy milyen panasz esetén melyik vállalkozással szemben lehet fellépni, ezért hangsúlyozni szükséges, hogy a fogyasztók minden esetben győződjenek meg arról még a szerződéskötést megelőzően, hogy mind a weboldal üzemeltetője, mind pedig a főszolgáltatás teljesítésére köteles vállalkozás elnevezése, postacíme, székhelyéről és egyéb elérhetősége a rendelkezésükre álljon.

V. Az elektronikus úton kötött szerződések esetében a hibás teljesítésre ugyanazok a szabályok vonatkoznak, mint a hagyományos szerződések esetében, vagyis a jogszabályi keretek között **megilleti a fogyasztót a szavatosság, jótállás és termékszavatosság joga,** aminek alapján elsősorban kijavítást vagy kicserélést, ha pedig ez nem vezet eredményre, vagy a vállalkozás nem vállalja, akkor vételár-leszállítást, a kijavíttatás költségeinek megtérítését, vagy a vételár visszatérítését kérheti. Ezen jogok mibenlétéről, határidejéről és esetleges egyéb feltételeiről a vállalkozás köteles tájékoztatni a fogyasztókat.

A jogszabály az interneten kötött fogyasztói szerződések esetében egy különleges többletjogosultságot, nevezetesen **indokolás nélküli elállási jogot** is biztosít, amely abból a felismerésből fakad, hogy mivel a fogyasztó a terméket valójában nem látja, illetve nem tudja kipróbálni, bármilyen körülmények között is, nincs abban a helyzetben, hogy teljes körűen megalapozott döntést hozzon.

Éppen ezért, 14 naptári napon belül a fogyasztó indokolás nélkül elállhat a szerződéstől, mely határidőt főszabály szerint a termék átvételétől kell számítani. Amennyiben a vállalkozás nem adja meg az erre az elállási jogra vonatkozó kötelező tájékoztatást, ez a határidő tizenkét hónappal meghosszabbodik, ha pedig a vállalkozás késedelmesen – tehát a szerződéskötés után –, de még a határidő lejártát követő egy éven belül adja meg a tájékoztatást, úgy a határidő ettől a naptól számított tizennegyedik napon jár le. Az **elállást mindenképpen a szerződés előírásainak megfelelően, de írásban célszerű megtenni** annak érdekében, hogy annak megtörténte a későbbiekben igazolható legyen. Nagyon sok esetben a fogyasztók telefonon vagy egyéb módon teszik meg elállási nyilatkozatukat, amelyet később nem tudnak igazolni, pedig ez az ő kötelezettségük.

Egyes termék- és szerződéstípusoknál az **elállás ilyen lehetősége kizárt**. Ilyen az az eset, ha a szerződés nem termék adásvételre, hanem valamely szolgáltatás igénybevételére – pl. javító-karbantartó munka elvégzésére – irányul, és a fogyasztó ez irányú kifejezett kérésére a szolgáltatás már teljes egészében megvalósult. Érthető, hogy nem lehet visszakérni a teljes kifizetett díjat akkor, ha a szerelő már megjavította a meghibásodott terméket, amiért kihívták. Termék átadására irányuló szerződéseknél a termék fajtája alapozhatja meg ugyanezt a szabályt, ilyen például az olyan egyedi termék, amely kifejezetten a fogyasztó kérésének megfelelően kerül legyártásra, a romlandó áru, az olyan, zárt csomagolású termék, ami egészségügyi vagy higiéniai okból nem küldhető vissza, illetve a lezárt csomagolású hang- illetve képfelvétel, valamint számítógépes szoftver a csomagolás kibontását követően. Az elállás a szerződést megszünteti, és egyfajta elszámolási kötelezettséget keletkeztet a fogyasztó és a vállalkozás között. A fogyasztó a nála lévő terméket - hacsak a vállalkozás annak költségét előzetesen át nem vállalta - saját költségén az elállási nyilatkozat közlésétől számított tizennégy napon belül köteles visszaküldeni, míg a vállalkozás az elállásról való tudomásszerzést követő tizennégy napon belül, de legkésőbb a termék visszaérkezésekor, vagy a termék feladásának igazolásakor köteles a vételár visszatérítésére. Még mindig gyakran előfordul az is, hogy egyes vállalkozások arra hivatkoznak, hogy a terméket csak bontatlan csomagolással veszik vissza, vagy egyéb módon igyekeznek korlátozni a fogyasztók indokolás nélküli elálláshoz való jogát. Ez a gyakorlat azonban jogszabályellenes. A vállalkozás köteles ugyanis elfogadni a fogyasztó határidőben megtett nyilatkozatát, és annak megfelelően intézkedni a szerződés megszűnése miatt.

Ugyanígy jogszabályellenes az a gyakorlat, ha amiatt utasítják el a fogyasztó elállási nyilatkozatát, mert a szerződéskötést követően személyesen az üzletben vette át a terméket a fogyasztó. Attól még, hogy nem futár szállította ki a terméket, hanem a fogyasztó maga ment be átvenni az üzletbe, nem hagyományos szerződésről beszélhetünk, hiszen a szerződéskötés teljes folyamata interneten történt, így ebben az esetben is megilleti az indokolás nélküli elállási jog a fogyasztót.

VI. Amennyiben a fogyasztónak a szerződés teljesítésével kapcsolatosan kifogása van, úgy azt minden esetben próbálja meg közvetlenül rendezni a vállalkozással. Ez a békéltető testületek előtti eljárás feltétele, és ahhoz, hogy a fogyasztó a vitás ügy rendezésének megkísérlését igazolni tudja, feltétlenül fontos, hogy **a kifogását, panaszát írásban tegye**

meg, lehetőleg ajánlott vagy tértivevényes levél útján. Ehhez elengedhetetlenül szükséges, hogy a vállalkozás elnevezése, székhelyének címe és hivatalos elérhetősége a rendelkezésére álljon. Minden esetben a vállalkozás hivatalos címét (a székhely címe, vagy a vállalkozás által igazolhatóan megadott postacím), illetve a szerződésben vagy a honlapon megadott e-mail címet használja, ellenkező esetben nem igazolható, hogy valóban a vállalkozással, illetve hogy a megfelelő vállalkozással lépett kapcsolatba. Előfordulnak esetek, amikor a vállalkozás a hivatalos e-mail cím helyett más címről válaszol, a fogyasztó használja ebben az esetben is a szerződésben rögzített elérhetőséget! Amennyiben a vállalkozással folytatott közvetlen egyeztetés nem vezetett eredményre, akár azért, mert a fogyasztó elutasító választ kapott, akár azért, mert egyáltalán nem kapott választ, a Budapesti Békéltető Testület és a megyei békéltető testületek gyors, ingyenes és egyszerű eljárásban döntenek a fogyasztók és vállalkozások közötti jogvitában.

A fenti problémák elkerülése érdekében a Testület azt javasolja a fogyasztók számára, hogy elektronikus csatornákon keresztül történő értékesítés esetében az 5/2014. számú ajánlásban foglaltakat figyelembe véve, körültekintően járjanak el.

Budapest, 2014. december 2.



Dr. Baranovszky György
elnök
Budapesti Békéltető Testület