



1054 Budapest, Alkotmány u. 5.

**Levélcím:** 1391 Budapest 62. Pf.: 211.

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

**Ügyszám:** Vj/104/2015.

**Iktatószám:** Vj/104-111/2015.

### Betekinthető változat!

A Gazdasági Versenyhivatal eljáró versenytanácsa a dr. B. V. osztályvezető által képviselt **Magyar Telekom Nyrt.** (1013 Budapest, Krisztina krt. 55.) eljárás alá vont vállalkozás ellen fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának és jogellenes összehasonlító reklám tilalmának feltételezett megsértése miatt indított versenyfelügyeleti eljárásban – nyilvános tárgyalást követően - meghozta az alábbi

### **h a t á r o z a t á t .**

- I. Az eljáró versenytanács megállapítja, hogy a Magyar Telekom Nyrt.
  - a 2014. október 18-tól 2015. június 30-ig lebonyolított „legnagyobb 4G hálózat” szlogenű hat kampánya keretében nem tárgyilagosan hasonlította össze a saját és versenytársai 4G mobilinternet hálózatainak nagyságát;
  - a 2014. október 18. és 2014. december 31. között lebonyolított két kampánya során („Legnagyobb 4G kampány”, „4G rollout tél kampány”) egyes kommunikációs eszközein a fogyasztók megtévesztésére alkalmas módon használta a 4G mobilinternet hálózatából való letöltéssel kapcsolatban az „akár 150 MBit/s sebességgel”, illetve az „akár 150 MBit maximális sebességgel” állításokat.
- II. Az eljáró versenytanács a fentiekben leírt jogsértések miatt kötelezi az eljárás alá vontat 600.000.000,- (azaz hatszázmillió) forint bírság megfizetésére, amelyet a határozat kézbesítésétől számított harminc napon belül köteles megfizetni a Gazdasági Versenyhivatal 10032000-01037557-00000000 számú bírságbevételi számlájára. Befizetéskor a közlemény rovatban feltüntetendő: az eljárás alá vont neve, a versenyfelügyeleti eljárás száma, a befizetés jogcíme (bírság). Ha a kötelezett a bírságfizetési kötelezettségének határidőben nem tesz eleget, késedelmi pótlékot köteles fizetni. A késedelmi pótlék mértéke minden naptári nap után a felszámítás időpontjában érvényes jegybanki alapkamat kétszeresének 365-öd része. A bírság és a késedelmi pótlék meg nem fizetése esetén a Gazdasági Versenyhivatal megindítja a határozat végrehajtását.

A határozat felülvizsgálatát a kézhezvételtől számított 30 napon belül a Fővárosi Közigazgatási és Munkaügyi Bírósághoz címzett, de a Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsánál benyújtott vagy ajánlott küldeményként postára adott keresettel lehet kérni. A Fővárosi Közigazgatási és Munkaügyi Bíróság a pert tárgyaláson kívül bírálja el, a felek bármelyikének kérelmére azonban tárgyalást tart, mely kérelmet az ügyfél a keresetlevelében terjesztheti elő.

### **INDOKOLÁS**

## I.

### Az eljárás tárgya

- 1) A Gazdasági Versenyhivatal (a továbbiakban: GVH) észlelte, hogy a Magyar Telekom Nyrt. a 2014. október 18-tól megvalósított „Magyarország legnagyobb 4G hálózata” szlogennel ellátott kampánya során közzétett kereskedelmi kommunikációi során valószínűsíthetően nem tárgyilagosan hasonlította össze a Magyarország területén szolgáltatást nyújtó mobilszolgáltatók 4G hálózatát és ezzel valószínűsíthetően megsértette a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény (a továbbiakban: Tpv.) 10. § b) pontját. Az ügyindító végzés<sup>1</sup> szerint a 2015. október 26-án megindult versenyfelügyeleti eljárás kiterjedt az eljárás alá vont 2014. október 18-tól megvalósított „Magyarország legnagyobb 4G hálózata” szlogennel ellátott kampánya során közzétett kereskedelmi kommunikációira.”
- 2) A versenyfelügyeleti eljárás megindítását követően a GVH észlelte, hogy fent említett kampány során az eljárás alá vont az „akár 150 Mbit/s sebesség”, illetve „akár 150 Mbit/s maximum sebességgel” tájékoztatásokat is alkalmazta. E kifogásolt kommunikáció feltehetően összefügg az eljárást megindító végzésben megjelölt kommunikációval, mivel a kifogásolt állítások a vizsgált kampány keretében kerültek közzétételre. Ezért a GVH, a 2016. július 26-án kelt, Vj/104-54/2015. számú végzésével a vizsgálatot kiterjesztette annak vizsgálatára, „hogy a Magyar Telekom Nyrt. a versenyfelügyeleti eljárást megindító végzésben megjelölt „Magyarország legnagyobb 4G hálózata” szlogennel ellátott kampányának egyes reklámeszközein olvasható „akár 150 Mbit/s sebesség”, illetve „akár 150 Mbit/s maximum sebességgel” tájékoztatásokkal az eljárás alá vont megvalósította-e a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvény (továbbiakban: Fttv.) 6. § (1) bekezdés b) pontjában foglaltakat, miáltal valószínűsíthetően megsértette az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdésében előírt tilalmat.
- 3) A GVH, a 2016. augusztus 5-én kelt, Vj/104-68/2015. számú végzésében a vizsgálatot kiterjesztette annak vizsgálatára, hogy a Magyar Telekom Nyrt. a versenyfelügyeleti eljárást megindító végzésben megjelölt „Magyarország legnagyobb 4G hálózata” szlogennel ellátott reklámkampányai során közzétett összehasonlításokat a 4G hálózat ellenőrizhető tulajdonságra vonatkoztatta-e, és ezzel megsértette-e a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény (a továbbiakban: Tpv.) 10. § b) pontját.
- 4) A vizsgálók 2016. szeptember 9-én, Vj/10-91-93/2015. sz. alatt iktatták, majd az ügy irataival együtt megküldték a Versenytanácsnak a vizsgálati jelentést, ezáltal az eljárás versenytanácsi szakba került. Az eljáró versenytanács 2016. október 4-i dátummal megküldte az eljárás alá vontnak a Vj/104-95,96/2015. sz. alatt iktatott előzetes álláspontját, majd ezt követően 2016. november 9-én nyilvános tárgyalásra került sor. Az eljáró versenytanács 2016. december 20-i dátummal, Vj/104-103,104/2015. iktatószámán új előzetes álláspontot adott ki, amelyet megküldött az eljárás alá vontnak. Az új előzetes

---

<sup>1</sup> Vj/104/2015.

álláspontra az eljárás alá vont megküldte a GVH-nak az észrevételeit, amely 2017. január 11-én érkezett és Vj/104-106/2015. sz. alatt került iktatásra.

## **II.**

### **Az eljárás alá vont**

- 5) A Magyar Telekom Nyrt. elsődleges tevékenységeként vezetékes és mobil távközlési szolgáltatásokat nyújt lakossági és üzleti ügyfelei számára. A mobil szolgáltatások keretén belül hangalapú, nem hangalapú (SMS, MMS, internet, adatszolgáltatásokat, tartalomszolgáltatásokat) szolgáltatásokat, a vezetékes szolgáltatásokon belül hang, adat és internet szolgáltatásokat, valamint TV szolgáltatásokat nyújt. Ezen kívül a vállalkozás vezetékes és mobil szolgáltatások igénybevételéhez szükséges eszközöket is (telefon, táblagépek, notebook, TV készülékek, stb.) értékesít.
- 6) A Magyar Telekom Nyrt. (a továbbiakban: Telekom vagy eljárás alá vont) alaptőkéje 2014. december 31-én 104.274.254.300 Ft volt, amely 1 042 742 543 db egyenként 100 Ft névértékű "A" sorozatú névre szóló törzsrészcégből áll.<sup>2</sup>
- 7) A Telekom 2015. évi értékesítés nettó árbevétele: 502.275.000.000 Ft<sup>3</sup>. A 2016. évi nettó árbevételei adatok a döntéshozatal időpontjában még nem álltak rendelkezésre.

## **III.**

### **Az érintett termék/szolgáltatás**

- 8) Jelen versenyfelügyeleti eljárásban közvetlenül érintett termék a 4G hálózat, illetve a 4G mobil távközlési technológia.
- 9) A jelenleg Magyarországon használt legfontosabb mobil távközlési technológiákat következőképpen lehet csoportosítani:<sup>4</sup>
  - 2G (második generációs) technológiák: különösen a GSM (hang, SMS, MMS) és EDGE, GPRS (adatátviteli) technológiák;
  - 3G (harmadik generációs technológiák): UMTS, HSPA és kapcsolódó technológiák, amelyek mind hang- és kép- (SMS, MMS), mind adatátvitelre alkalmasak;
  - 4G (negyedik generációs) technológiák: LTE (csak adatátvitel).
- 10) A mobil szolgáltatások céljára használt technológiák fejlődése jelenleg a negyedik generációnak (4G-nek) nevezett szinten tart. Pillanatnyilag ez az előfizetők számára elérhető, legjobb mobil adatátviteli rendszer, amely a többi adatátviteli technológiához képest lényegesen nagyobb le- és feltöltési sebesség elérésére képes.<sup>5</sup>

---

<sup>2</sup> Vj/104-4/2015.

<sup>3</sup> Vj/104-23/2015. eredménykimutatás

<sup>4</sup> Vj/104-10/2015., Vj/18-17/2015.

<sup>5</sup> Vj/104-11/2015., B/663-11/2015.

- 11) A 3G és a 4G technológiákat a széles sávú internet technológiák körébe sorolják. A Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság (a továbbiakban: NMHH) által üzemeltetett [www.szelessav.net](http://www.szelessav.net) weboldalon megtalálható információk alapján a széles sávú internet az olyan információátviteli kapcsolatok gyűjtőneve, amelyek alkalmasak arra, hogy hálózatba kapcsolt számítógépek között továbbítsanak nagyobb adatállományokat, adatsomagok formájában. Így lehetővé teszik például a hang- és képanyagok valós idejű átvitelét. A széles sávú kapcsolatnál a minimum sebességet régebben 64 kbit/s, jelenleg már 1-2 Mbit/s jelenti, habár nincs semmilyen hivatalos szabály, amely kimondja, hogy mit lehet széles sávúnak nevezni. Az Európai Digitális Menetrend célja, hogy 2020-ig az uniós tagállamokban a szolgáltatóknak – széles sávú internet esetén – minimum 30 Mbit/s adatátviteli sebességet kell biztosítaniuk.<sup>6</sup>
- 12) A 2001-ben megjelenő harmadik generációs (3G) hálózat az UMTS volt. Az UMTS (Universal Mobile Telecommunications System, azaz univerzális mobil távközlési rendszer) elérhető maximális adatátviteli sebessége már megközelítheti az elméleti 2Mbit/s-ot is. Ezekben a rendszerekben a felhasználók közötti erőforrások kiosztása sokkal rugalmasabban kezelhető, és a technológia fejlesztésével jelentős adatátviteli sebességnövekedésre lehet szert tenni. Emiatt később megjelentek az UMTS-rendszerek fejlesztései: a HSUPA és a HSDPA, összefoglaló nevén HSPA, amelyek a feltöltési irány, valamint a letöltési irány adatátviteli sebességét jelentősen megnövelték. Kezdetben az elméleti 3,6 Mbit/s-ot 7,2 Mbit/s-ra, majd 14,4-re ezt követően 28,8-re (HSPA+), végül a fejlesztések csúcsát jelentő 42 Mbit/s-ra emelték. Az utóbbi rendszereket összefoglalóan már 3,5G-s rendszereknek nevezik, de elterjedt a 42 Mbit/s adatátvitelű hálózatra a 3,75G elnevezés is.<sup>7</sup>
- 13) A 4G esetében multimédiás szolgáltatásokkal (például nagy felbontású mobil televíziózás, 3D-s televíziózás) bővül ki a mobil széles sávú rendszer. A 4G-s rendszerek Mobile WiMAX és LTE (Long Term Evolution) szabvány szerint működnek. A 4G-s vezeték nélküli rendszerekkel nagy sebességű utazásnál (vonaton, autóban) 100 M/s, séta közben vagy álló helyzetben pedig akár 1 Gbit/s sebesség is elérhető.<sup>8</sup>
- 14) A Telekom beadványában előadta, hogy a 3G és a 4G technológia egymástól jól elkülöníthető, a sáv szélességet illetően a fizikai réteg szintjén nagyságrendnyi különbséget is tartalmazó technológiák – ennek megfelelően a 4G hálózat jelentősen magasabb szintű fogyasztói élmény biztosítására képes. A 3G szolgáltatásnak (fizikai réteg szinten) 42Mbps az elméleti maximális letöltési sebessége. Ez a mennyiség mérhető össze a 4G hálózatok kapcsán kommunikált 150Mbps vagy 300Mbps elméleti sebességekkel. Azaz a 3G maximális elméleti sebessége messze elmarad a 4G hálózatok maximális elméleti sebességétől.<sup>9</sup>
- 15) A 4G alapú adatszolgáltatás igénybe vételéhez az alábbiakra van szükség: a) a szolgáltató által használt sávokat támogató 4G-képes eszköz (készülék), b) SIM kártya, c) 4G hálózati lefedettség, és d) 4G képes díjcsomag.

<sup>6</sup> <http://szelessav.net/hu/tudta-e/a/szeles/savrol/es/a/savszelessegrol/mi/a/szeles/savu/internet/#szocikk45>

<sup>7</sup> <http://szelessav.net/hu/tudta-e/a/szeles/savrol/es/a/savszelessegrol/melyik/technologiaval/milyen/savszelesseg/erheto/el/#szocikk50> Vj/104-62/2015.

<sup>8</sup> <http://szelessav.net/hu/tudta-e/a/szeles/savrol/es/a/savszelessegrol/melyik/technologiaval/milyen/savszelesseg/erheto/el/#szocikk50> Vj/104-62/2015.

<sup>9</sup> Vj/104-57/2015.

## *A 4G hálózat jellemzői*

- 16) A 4G a negyedik generációs mobil távközlési szabványok összefoglaló neve, amelyből a legfontosabb Magyarországon az LTE.<sup>10</sup> Az LTE egy negyedik generációs mobil távközlési szabvány.<sup>11</sup>
- 17) A 4G megjelölés a szolgáltatók kommunikációs gyakorlatában alapvetően marketing elnevezés, és gyakran társítják az LTE technológiával 4G/LTE összetételben. Ez azonban műszaki szempontból nem pontos, mert azt, hogy mi nevezhető 4G technológiának a Nemzetközi Távközlési Egyesület (ITU) határozta meg még 2008-ban, és az LTE nem teljesít minden követelményt ehhez. A valódi 4G-nek való megfelelést a szakmai körben LTE - Advanced néven ismert szabványnak megfelelő rendszerek valósítják majd meg. A 4G tehát egy elnevezés, az LTE pedig önmagában nem szolgáltatás, hanem rádiófrekvenciát használó adatátviteli technológia, aminek segítségével szolgáltatás nyújtható.<sup>12</sup>
- 18) A 4G hálózat IP alapú, csomagkapcsolt adatátviteli rendszer, amely változtatható sávszélességgel bír, vagyis a hálózaton több sávszélesség is szabványosított a hatékonyabb frekvenciahasználat érdekében (1.4MHz-től 20MHz sávszélességig). A Telekom 4G hálózatában jelenleg 10MHz, illetve 20MHz sávszélességet használ.<sup>13</sup> A 4G hálózatban elérhető elvi maximum letöltési adatsebességek: 10MHz esetén 75Mbps, 20MHz esetén 150Mbps.<sup>14</sup>
- 19) A Telekom 4G hálózata az adatszolgáltatás időpontjában (2015. július 1.) és jelenleg is az alábbi frekvenciasávokban üzemel: 800MHz, 1800MHz, 2600MHz.<sup>15</sup> A lefedett területeken eltér, hogy mely sávokon érhető el szolgáltatás. Általában a sűrűbben lakott, nagyobb lélekszámú településeket az 1800-as és 2600-as sávval szolgálják ki. A kisebb települések és a települések közti területek, közutak lefedése a 800-as 4G sávon valósul meg.<sup>16</sup>

## *A frekvenciasávok közötti különbség<sup>17</sup>*

- 20) Az 1000 MHz-nél alacsonyabb frekvenciák (így a 800 és 900 MHz-es) a fizikai törvényszerűségek okán jobban terjednek, mint az ezeknél magasabb frekvenciák. Ez alapvetően két következménnyel jár:
- Előnyök ritkán lakott területek lefedésében. Az adóállomástól az 1000 MHz alatti frekvencián kisugárzott jelek sokkal messzebb is foghatók, mint pl. egy 1800 MHz frekvencián kisugárzott jel. Ennek következtében egy bázisállomás 1000 MHz alatti frekvenciákkal nagyobb területet tud besugározni, mint pl. 2100 MHz-es frekvenciával. Ennek következtében egy adott nagyságú területet kevesebb 1000 MHz alatti frekvencián működő bázisállomással lehet lefedni, mint ha ugyanezt a területet magasabb frekvencián (pl. 1800, 2100 stb) működő bázisállomással kívánnánk lefedni. Ez adja ezen frekvenciák előnyét a vidéki, ritkábban lakott

<sup>10</sup> Vj/104-10/2015., Vj/18-17/2015. 1. számú melléklet

<sup>11</sup> Vj/104-10/2015., Vj/18-17/2015. 1. számú melléklet

<sup>12</sup> Vj/104-11/2015., B/663-11/2015.

<sup>13</sup> Vj/104-11/2015., B/663-8/2015.

<sup>14</sup> Vj/104-11/2015., B/663-8/2015.

<sup>15</sup> Vj/104-11/2015., B/663-8/2015.

<sup>16</sup> Vj/104-22/2015.

<sup>17</sup> Vj/104-10/2015., Vj/18-17/2015.

területeken, ahol költséghatékonyan használhatók használhatóak a lefedettség növelésére.

- Előnyök sűrűn lakott területeken. Az 1000 MHz alatti frekvenciák másik jelentős előnye, hogy az épületek belsejében is mélyebbre tudnak hatolni, mint a magasabb (pl. 1800, 2100 stb.) frekvenciák. Ezen tulajdonságuk a sűrűn lakott városi területeken is érvényesül.

21) Az 1000 MHz- (1 GigaHerz)-nél magasabb frekvenciák (1800, 2100, 2600 MHz). Mivel ezen frekvenciák kevésbé terjednek jól mint az 1000 MHz-nél alacsonyabb frekvenciák, ezért adott terület lefedéséhez ilyen frekvenciákon több bázisállomásra van szükség, mint 1000 MHz alatti frekvenciákkal.

22) Az 1000 MHz alatti és feletti frekvenciák szerepe a „lefedettség” és a „kapacitás” biztosításában különböző. Egy adott bázisállomás átviteli kapacitása technológiai okokból véges. Ezért, ha egy sűrűn lakott területet kizárólag ritkán elhelyezett, 1000 MHz alatti frekvenciákkal üzemelő bázisállomásokkal kívánnánk lefedni, akkor egy ilyen rádióhálózat nem lenne képes elegendő kapacitást biztosítani. Ez minőségromlást eredményez, és oda vezethet, hogy a túlterheltség miatt a hívások nem tudnak felépülni, az adatforgalom lelassul stb. Ezért ilyen sűrűn lakott (jellemzően városi) területeken a magasabb kapacitás elérése érdekében a szolgáltatók általában úgy növelik az adott területen elérhető kapacitást, hogy sűrűbben helyezik el a bázisállomásokat. Ez az 1000 MHz feletti frekvenciasávok fő felhasználása: egy ilyen sűrűbb rádióhálózat esetében ugyanis nincs szükség az 1000 MHz-nél alacsonyabb frekvenciák jobb terjedési képességeire, és ezért a hálózat magasabb frekvenciákkal is gazdaságosan kiépíthető. Ezért ahol kapacitás növelésére van szükség, ott a szolgáltatók jellemzően magasabb frekvenciasávon üzemelő bázisállomásokat használnak. Ez különösen sűrűn lakott területeken / városokban jellemző. Ilyen területeken akár párhuzamosan is kiépítésre kerülhet egy vagy több 1000 MHz alatti hálózat, a nagyobb kapacitás biztosítása érdekében pedig egy vagy több 1000 MHz feletti frekvencián üzemelő szint is.<sup>18</sup>

23) Két körülmény befolyásolja azt, hogy egy adott időpontban egy frekvenciasávon a magyarországi mobilszolgáltatók milyen technológiát tudnak kiépíteni<sup>19</sup>:

- jogi korlátot jelent, hogy az egyes frekvenciákon csak azok a technológiák használhatóak, amelyeket az NMHH előírt az NMHH nemzeti frekvenciafelosztás megállapításáról szóló 15/2012 (XII. 29) rendeletében (az FNFT) és az NMHH polgári célra használható frekvenciasávok felhasználási szabályainak megállapításáról szóló 2/2013. (I.7.) (RAT) rendeletében. Az NMHH ezen szabályok kialakítása során figyelembe veszi a Magyarországot nemzetközi szerződések és EU jogszabályok alapján terhelő kötelezettségeket is.
- technológiai / kereskedelmi jellegű korlátot jelent, hogy milyen hálózati eszközök és felhasználói készülékek érhetők el, amelyek képesek adott frekvencián adott technológiát használni. Mind a hálózati eszközök, mind a végberendezések elérhetősége kritikus. Elképzelhető ugyanis, hogy például a tudomány és a technika állása szerint a gyártók elméletileg képesek lennének adott technológián és frekvencián üzemelő hálózati eszközöket gyártani illetve szállítani. Ugyanakkor, az adott technológia kiépítése kereskedelmileg csak akkor válik lehetségessé, ha olyan

<sup>18</sup> Vj/104-10/2015., VJ/18-17/2015.

<sup>19</sup> Vj/104-10/2015., VJ/18-17/2015.

végfelhasználói eszközök is a piacra kerülnek, amelyeken a gyártók implementálták az adott technológiát, és képesek az adott frekvencián üzemelni.

*Az NMHH szélessávú szolgáltatásokhoz kapcsolódó frekvenciapályázata*

- 24) Az NMHH 2014. május 22-én kiírta a szélessávú szolgáltatásokhoz kapcsolódó frekvenciapályázatot, a Magyarországon korábban mobiladat-forgalomra még meg nem nyitott 800 és a 2600 MHz-es frekvenciasávok, valamint a 900, az 1800 MHz továbbá a 26 GHz-es még ki nem osztott frekvenciasáv részek hasznosítására vonatkozóan.<sup>20</sup>
- 25) Az NMHH 2014. szeptember 29-én kihirdette a pályázat útján sikeresen értékesített, szélessávú szolgáltatásokhoz kapcsolódó frekvenciák használatára jogosult vállalatokat (Digi, Telekom, Telenor, Vodafone). A négy nyertes szolgáltató összesen 130,6 milliárd forintot ajánlott a mobiladat-forgalomra még meg nem nyitott 800 és a 2600 MHz-es frekvenciasávok, valamint a 900 és 1800 MHz-es, még ki nem osztott frekvenciasávok hasznosításáért.<sup>21</sup> (Nyertes személyének megállapítása a „Szélessávú szolgáltatásokhoz kapcsolódó frekvenciahasználati jogosultságok” tárgyában kiírt pályázati eljárásban - UF/15792-88/2014. számú határozat).<sup>22</sup>
- 26) Az NMHH az UF/15792-88/2014. számú határozat alapján a Telekommal 2014. október 15. napján UF/27035-8/2014. számon, a Telenorral 2014. november 7. napján UF/27044-12/2014. számon hatósági szerződést kötött.<sup>23</sup> A Vodafone 2014. november 3-án kötött hatósági szerződést az NMHH-val.<sup>24</sup>
- 27) Az alábbi, NMHH által közzétett diagram alapján látható, hogy a LTE (4G) technológia üzemeltetése 800 MHz, 1800 MHz, 2600 Mhz frekvenciasávokon lehetséges.

---

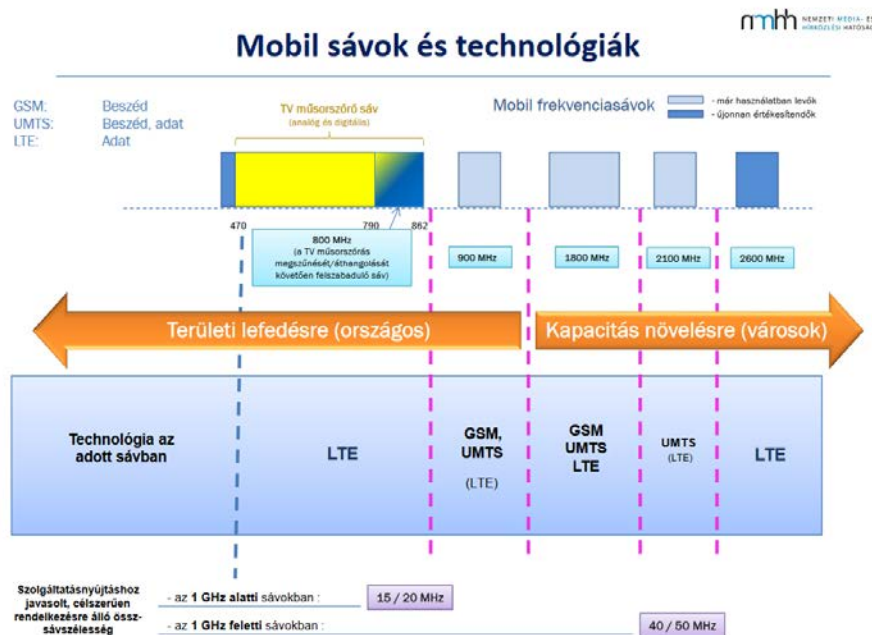
<sup>20</sup> [http://nmhh.hu/cikk/163242/Az\\_NMHH\\_kiirta\\_a\\_szelessavu\\_szolgaltatasokhoz\\_kapcsolodo\\_frekvenciapalyazatot](http://nmhh.hu/cikk/163242/Az_NMHH_kiirta_a_szelessavu_szolgaltatasokhoz_kapcsolodo_frekvenciapalyazatot) Vj/104-62/2015.

<sup>21</sup> [http://nmhh.hu/cikk/164403/Uj\\_frekvenciat\\_kapcsol\\_be\\_a\\_digitalis\\_gazdasag\\_verkeringesebe\\_az\\_NMHH](http://nmhh.hu/cikk/164403/Uj_frekvenciat_kapcsol_be_a_digitalis_gazdasag_verkeringesebe_az_NMHH) Vj/104-62/2015.

<sup>22</sup> [http://nmhh.hu/dokumentum/164404/uf\\_1579288\\_2014\\_hatarozat\\_frekvenciapalyazat.pdf](http://nmhh.hu/dokumentum/164404/uf_1579288_2014_hatarozat_frekvenciapalyazat.pdf) Vj/104-62/2015.

<sup>23</sup> [http://nmhh.hu/dokumentum/165940/hat\\_uf\\_1484\\_5\\_2015\\_nmhh.pdf](http://nmhh.hu/dokumentum/165940/hat_uf_1484_5_2015_nmhh.pdf) Vj/104-62/2015.

<sup>24</sup> [http://nmhh.hu/cikk/164695/Az\\_NMHHval\\_ma\\_alairt\\_hatosagi\\_szerzodest\\_kovetoen\\_tovabb\\_gyorsitja\\_szeles\\_savu\\_szolgaltatasat\\_a\\_Vodafone](http://nmhh.hu/cikk/164695/Az_NMHHval_ma_alairt_hatosagi_szerzodest_kovetoen_tovabb_gyorsitja_szeles_savu_szolgaltatasat_a_Vodafone) Vj/104-62/2015.



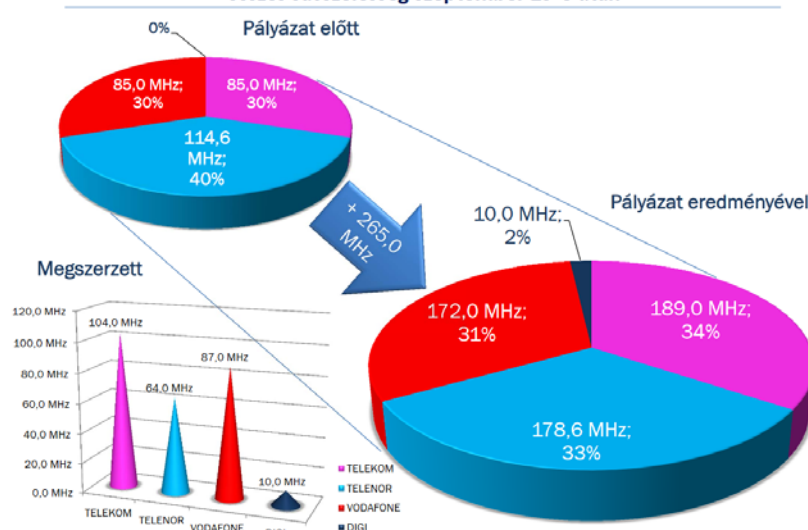
28) A Telekom, a Telenor és a Vodafone a frekvenciapályázat eredményeként többek között a 800MHz-es frekvenciasávban 2x10 MHz frekvenciára szerzett használati jogot.

29) A frekvenciakiosztás a pályázatot követően az alábbiak szerint alakult %-os értékben (az adott sávban összesen kiosztotthoz viszonyítva):<sup>25</sup>

- 800 MHz-en: Telekom – Telenor – Vodafone: 33,3% - 33,3% - 33,3%,
- 900 MHz-en: Telekom – Telenor – Vodafone: 34,48% - 33,91% - 31,61%,
- 1800 MHz-en: Telekom – Telenor – Vodafone: 33% - 40% - 20% (Digi 7%),
- 2600 MHz-en: Telekom – Telenor – Vodafone: 36% - 24% - 40%.

30) Az NMHH prezentációja alapján az országosan igénybevett összes sáv szélesség 2014. szeptember 29-e után az alábbiak szerint alakult:

<sup>25</sup> [http://nmhh.hu/dokumentum/164406/uj\\_frekvenciak\\_a\\_digitalis\\_terben\\_prezentacio.pdf](http://nmhh.hu/dokumentum/164406/uj_frekvenciak_a_digitalis_terben_prezentacio.pdf)



*Az egyes frekvenciasávok felhasználhatósága a különböző technológiákra*

- 31) **800 MHz:** a frekvenciasáv jelenleg és várhatóan a belátható jövőben is elsősorban csak az LTE vagy fejlettebb technológia üzemeltetését fogja szolgálni. Előnye, hogy az alacsonyabb frekvenciákon kedvezőbb jelterjedési viszonyok mellett kiválóan alkalmas a vidéki területek mobil szélessávú lefedésére (mivel adott terület lefedése ritkábban elhelyezett tornyokkal is lehetséges, mint magasabb frekvencián). Továbbá városias környezetben is kézenfekvő és racionális választás a megfelelő LTE lefedettség biztosítására vagy akár a meglévő lefedettség kiterjesztésére, javítására a még inkább robusztus beltéri ellátás érdekében (mivel jobban terjed az épületek falain keresztül, mint a magasabb frekvenciák). Az NMHH 2014-ben lezárt frekvenciapályázatának<sup>26</sup> eredményeképpen mindhárom inkumbens operátor (Telekom, Telenor, Vodafone) 10-10 MHz duplex spektrumhoz jutott a 800 MHz-es frekvenciatartományban, mellyel az általánosan alkalmazott antennakonfiguráció mellett 75 Mbps elméleti maximális letöltési sebesség érhető el. 20 MHz duplex spektrum esetén már 150 Mbps elméleti maximális letöltési sebesség is elérhető.
- 32) **900 MHz:** a frekvenciasávon a hazai gyakorlatban jelenleg 2G és 3G technológiák üzemelnek, a Telekom 900 MHz-en csak 2G technológiát üzemeltet. Közép- és hosszútávon felmerülhet az LTE vagy fejlettebb technológia implementációja 900 MHz-en, mely közel azonos előnyöket hozhat magával (szintén az 1 GHz alatti sávokban kedvezőbbnek tekinthető jelterjedés miatt), mint a 800 MHz-es frekvenciasáv.
- 33) **1800 MHz:** a frekvenciasávon a hazai gyakorlatban – így a Telekom hálózatában is – jelenleg 2G és LTE technológiák üzemelnek. A 3G technológia üzemeltetésére e sávban kereskedelmi forgalomban nincs iparági példa, és megjelenése a jelenlegi technológiai ismereteink mellett a jövőben sem várható. A frekvenciasávnak kiemelt jelentősége volt az LTE technológia magyarországi történetében, mivel az akkori lehetőségeket

<sup>26</sup>

Lásd az NMHH UF/15792-88/2014 számú határozatát  
[http://nmhh.hu/dokumentum/164404/uf\\_1579288\\_2014\\_határozat\\_frekvenciapalyazat.pdf](http://nmhh.hu/dokumentum/164404/uf_1579288_2014_határozat_frekvenciapalyazat.pdf) J/104-62/2015.

figyelembe véve (a 800 MHz és 2600 MHz sávok akkor még nem álltak rendelkezésre) 1800 MHz-en kerültek kiépítésre az első LTE bázisállomások, így a frekvenciasáv a legelsőként ellátott területek lefedésében nélkülözhetetlen szerepet töltött be. Az LTE kiépítése azért is ezen a sávon kezdődött meg, mert a kiépítés kezdetekor (2010-es évek eleje) rendelkezésre álló spektrumkészletben egyedül ebben a frekvencia sávban találkozott az elérhető berendezés (mind bázisállomás, mind felhasználói készülék oldalon), illetve LTE-re felhasználható frekvencia-sávszélesség. A frekvenciasáv elsősorban a városias területek lefedésére alkalmas (ugyanis kevésbé terjed jól mint az 1 GHz alatti frekvenciák, és ezért adott terület lefedéséhez sűrűbben kell bázisállomásokat elhelyezni). Ezzel együtt speciális helyi adottságok esetén kisebb településeken is megfelelően alkalmazható a lefedettség biztosítására, valamint optimális lehet a kapacitások bővítésére (akár egy másik frekvenciasávon, így különösen 800 MHz-en üzemelő LTE hálózattal átfedésben).

- 34) **2100 MHz:** a frekvenciasávon a hazai gyakorlatban 3G technológia üzemel. A 2G technológia üzemeltetésére e sávban kereskedelmi forgalomban nincs iparági példa és megjelenését a jelenlegi technológiai ismereteink nem támasztják alá. Közép- és hosszútávon az LTE vagy fejlettebb technológia implementációja e frekvenciasávon elképzelhetővé válhat, alkalmazási köre és hatékonysága szempontjából pedig az 1800 MHz-es frekvenciasávhoz hasonlítható, azaz általánosságban a városias környezetben tekinthető megfelelő frekvenciasávnak.
- 35) **2600 MHz:** a frekvenciasáv jelenleg az LTE vagy (majd a jövőben) fejlettebb technológia üzemeltetésére használható – jelenlegi ismereteink alapján ennek ellenkezőjét a jövőben sem valószínűsítjük. Elsősorban a városias területek lefedésére alkalmas, de speciális helyi adottságok esetén kisebb településeken is megfelelően alkalmazható a lefedettség biztosítására, valamint a kapacitások bővítésére (akár egy másik frekvenciasávon üzemelő LTE hálózattal átfedésben). Az egyes szolgáltatók spektrumkészlete 2600 MHz-en eltérő.

#### *A Telekom 4G lefedettségének kialakulása*

- 36) A Telekom LTE-szolgáltatásának bevezetése során elsőként az 1800 Mhz-es frekvenciasávra koncentrált, hiszen ez az a frekvenciasáv, amelyben először állt rendelkezésre egy időben mind elegendő frekvencia, mind megfelelő hálózati eszköz kínálat, és kereskedelmi forgalomban elérhető LTE képes végberendezések, mobiltelefonok. Az 1800 MHz-es technológián – a frekvencia és a technológia tulajdonságainak valamint a kereslet sajátosságainak megfelelően – a Telekom a sűrűbben lakott területeken tudta bevezetni a szolgáltatást. A 800 MHz-es frekvenciasáv ekkor még nem volt a használatában – sőt, azt a digitális átállás befejeződése előtt még műsorszórásra használták.<sup>27</sup>
- 37) 2010-ben a Telekom az LTE technológia működését egy teszthálózaton mutatta be. Az LTE hálózati ügyfélteszt 2011. októberben indult. Ekkor még csak Budapest bizonyos részein működött az LTE-hálózat az 1800 MHz-es sávban. A Telekom az LTE szolgáltatást kereskedelmi forgalomban az ügyfelek számára 2012. január 1-től tette elérhetővé, az első 4G/LTE alapú mobilinternet szolgáltatásának elindításával. Az indulás hónapjában a szolgáltatás Budapest 10 kerületének nagy részén vált elérhetővé, Budapest lakosságának 40%-a számára. A Telekom ekkor az 1800 MHz sávban még csak egy 2x10 MHz szélességű LTE vivőt tudott üzembe helyezni, tekintettel arra, hogy a többi 1800

---

<sup>27</sup> Vj/104-11/2015., B/663-8/2015.

MHz-es frekvenciáját a 2G technológia ügyfél-forgalmának kiszolgálása miatt nem tudta felhasználni LTE céljaira. Ez az LTE vivő 75 Mbps elméleti maximális sávszélességet tudott biztosítani.

38) Ezt követően a Telekom folytatta az 1800 MHz-es LTE hálózat fejlesztését:<sup>28</sup>

- 2012 decemberében már több mint 60 vidéki település mellett Budapest lakosságának 99%-a számára vált elérhetővé az 1800-as sávban 10 MHz-n üzemeltetett T-Mobile 4G/LTE alapú mobilinternet szolgáltatása, így kültéren a lakosság közel 27%-a számára nyílt meg a 4G/LTE kínálta mobilinternetezés lehetősége.
- 2013 júliusában a főváros mellett már 87 településen, a lakosság több mint 37%-a számára, 2013 októberében már 40% számára elérhetővé vált a Telekom 4G alapú mobilinternet szolgáltatása.
- 2014. augusztus végére 219 településen vált elérhetővé a Telekom 4G mobilinternet szolgáltatása, az országos kültéri lakossági lefedettség pedig elérte az 53,5%-ot.

39) Mindezt a fejlődést azonban két korlát jellemezte: (i) az 1800 MHz-es technológia tulajdonságai miatt – az LTE elérhetősége szükségszerűen a sűrűbben lakott területekre korlátozódott; (ii) még 1800 MHz-en is csak 2x10 MHz-nyi spektrum volt elérhető az LTE számára – ezen korlátokon a 2014. őszi frekvenciapályázat több ponton is könnyítést jelentett.<sup>29</sup>

- Vidéki területek / 800 MHz: A Frekvenciapályázat eredményeként 2014. szeptember 29-én a Telekom (valamint a Telenor Magyarország Zrt. és a Vodafone Magyarország Zrt. is) 2x10 MHz frekvenciához jutott a 800 MHz-es sávban. Mivel 800 MHz-re az LTE technológia szintén elérhető volt mind hálózati eszközökben, mind végberendezésekben, és a pályázat nyomán a spektrum is rendelkezésre állt, mindez végre lehetővé tette a Telekom számára az LTE szolgáltatás elérhetővé tételét a ritkábban lakott területeken is.

A Telekom a szükséges frekvencia kijelölési határozat és rádió keretengedély beszerzését követően 2014. október 18-án 450 bázisállomáson kapcsolta be 800 MHz-es LTE hálózatát. Ez a hálózat egy 2x10 MHz-es LTE vivőt alkalmazott, amely 75 Mbps elméleti maximális sávszélességre volt képes. Ennek eredményeképpen a kültéri lakossági lefedettség a korábbi 54 %-ról 73 %-ra nőtt.<sup>30</sup>

- Sűrűbben lakott területek: a Telekom a frekvenciapályázaton további 2x20 MHz spektrumhoz jutott az 1800 MHz-es sávban is. Ezzel lehetővé tette, hogy az addig csak 2x10 MHz-en működő 1800 MHz-en működő LTE vivőt 2x20 MHz-en működtesse, amely ezen a hálózaton elméleti maximális sávszélességét 150 Mbps-ra növelte.<sup>31</sup>

40) A hálózat kiépítése során a mind nagyobb lefedettség mind magasabb költségigénnyel építhető ki – a népességszám szerinti alacsony szám egyben nagy földrajzi területeket jelöl. Ugyan a 800 MHz-es frekvenciasáv alkalmassá teszi a szolgáltatókat nagyobb

<sup>28</sup> Vj/104-10/2015., Vj/18-17/2015.

<sup>29</sup> Vj/104-11/2015., B/663-8/2015.

<sup>30</sup> Vj/104-10/2015., Vj/18-17/2015.

<sup>31</sup> Vj/104-10/2015., Vj/18-17/2015.

földrajzi területek lefedésére, azonban ezen területek teljes lefedésének költségigénye jelentős lehet, főleg a különösen ritkán lakott vidéki területeken, mind a domborzati jellemzők, mind pedig az előfizetői sajátosságok miatt.<sup>32</sup>

#### *A 4G hálózat működését befolyásoló tényezők*

41) Az LTE 4. generációs mobilhálózat tulajdonságai a Telekom honlapján található információk alapján:<sup>33</sup>

- letöltési sebesség: akár 150 Mbit/s; feltöltési sebesség: akár 50 Mbit/s (a le- és feltöltési sebesség a díjcsomagtól és a lefedettségtől is függ),
- a lefedettségi területen az esetek 80%-ában véletlenszerűen mérve tapasztalható letöltési sebesség: 2000 kbit/s; feltöltési sebesség: 500 kbit/s,
- kisebb késleltetési idő,
- nagyobb kapacitás, amely segítségével a 2G és 3G hálózattal összehasonlítva több felhasználó szolgálható ki egyszerre, nagyobb le- és feltöltési sebességgel,
- rugalmas sáv szélesség-használat: a rendszer a felhasználók számának függvényében osztja ki az elemi erőforrás blokkokat,
- IP alapú technológia.

42) A szolgáltatás megfelelőségét mérő mérőszámok (a szakmai szóhasználat szerint Key Performance Indicators, KPI) nem feltétlenül frekvencia-, hanem inkább technológia specifikusak. Számos KPI meghatározása lehetséges, és azok – technológia tartalmuktól függően – mérhetőek cellánként vagy az egész hálózat tekintetében is. A Telekom működésében a 4G technológia esetében az alábbi mérőszámok tekinthetők a legnagyobb jelentőségűnek:<sup>34</sup>

- [üzleti titok]
- [üzleti titok]

43) Az eljárás alá vont meghallgatása során előadta, hogy az alábbi tényezők befolyásolják a 4G hálózat használatát.<sup>35</sup>

#### *Műszaki körülmények:*

- Lefedettség: ami függ a domborzattól és lefedettségtől, ami további bázisállomások építésével kompenzálható.
- Kapacitás: a sáv szélesség állandó, amelyen az ügyfelek osztoznak, de a jelenlegi 1 millió körüli felhasználó bázissal a kapacitáskorlátokat nehezen érik el, rendkívüli eseményekre, rendezvényekre külön kapacitásbővítéssel készülnek.

#### *Műszaki körülményeken kívüli tényezők:*

- hirtelen sok ügyfél összegyűlik egy helyen, amelyre előzetesen nem készülnek,
- extrém időjárási körülmények, vis maior kategória.

44) A Vodafone előadta, hogy a 4G hálózati lefedettség függ egyrészt a mobil hálózat bázisállomás oldali konfigurációjától, a felhasznált frekvenciasávra jellemző rádiós terjedési tulajdonságoktól (bázisállomás és terület között, illetve domborzati és időjárási

<sup>32</sup> Vj/104-11/2015., B/663-8/2015.

<sup>33</sup> Vj/104-22/2015.

<sup>34</sup> Vj/104-11/2015., B/663-8/2015.

<sup>35</sup> Vj/104-12/2015.

viszonyok, a közúti vagy vasúti forgalom, épített környezet fekvése, szigetelése stb.), a feltételezett általánosságban jellemző, megfelelő SIM kártya, illetve mobil készülék oldali rádiós paramétereitől, (feltételezett/valós) hálózati terheltségtől továbbá a szolgáltatás definiált, elvárt színvonalától.<sup>36</sup> A frekvenciasávra jellemző rádiós terjedési tulajdonságokat a mobil szolgáltatók, így a Vodafone is egy rádiós terjedési modell alapján számolja. Ehhez a számításhoz a terjedési modell bemeneti adatként digitalizált térképet is felhasznál. A rádió terjedési modell a digitális térképhez kerül előzetesen behangolásra.<sup>37</sup>

45) A Telenor beadványában megjegyezte, hogy a lefedettséget 4G esetében önmagában nem célszerű tárgyalni. Sokkal inkább az elérhető hálózat minőségét, ami az elérhető sávszélesség, vagy más néven le és feltöltési sebesség (adatsebesség). A le és feltöltési sebességet alapvetően a következő tényezők befolyásolják:<sup>38</sup>

- A vételi jelszint: leegyszerűsítve a bázisállomástól való távolságtól, valamint a lokáció jellegétől (beltér vagy kültér) függ. Minél alacsonyabb a vételi jelszint, minél távolabb tartózkodik a felhasználó az állomástól, annál alacsonyabb az adatsebesség.
- Jel/zaj viszony: az adott pillanatban kiszolgáló bázisállomás (ami jellemzően fizikailag a legközelebb elhelyezkedő bázisállomás) és a többi, az adott hálózathoz tartozó bázisállomás viszonya. Ezen utóbbi állomások által sugárzott jelek, a technológia jelenlegi fejlettsége mellett, zajként jelentkeznek. Minél nagyobb a zaj mértéke, annál alacsonyabb az adatsebesség. Az előbbi szemponttal kombinálva, ahogy távolodunk a szolgáltató állomástól úgy közeledünk a szomszédos állomásokhoz így vételi jelszint csökken, a zaj nő, romlik a minőség.
- A rendelkezésre álló sávszélesség: nagyobb sávszélességgel nagyobb adatsebesség érhető el. 10MHz duplex frekvencia sávval maximum 86Mbps, míg 20MHz duplex sávval ennek közel duplája, maximum 150Mbps letöltési sebesség érhető el. Ma már lehetséges több frekvenciasáv együttes használata azonos időben egy készülékkel (LTE-A Carrier Aggregation). Például 20+20MHz duplex sáv esetén a maximális letöltési sebesség 300Mbps.
- A készülék típusa: a támogatott sávszélesség mértéke lehet eltérő, különös tekintettel az előbb említett Carrier Aggregation képességre, illetve kis mértékben a készülék vételi érzékenysége is mutathat eltérést.
- A használat mozgó vagy álló helyzetben történik: mozgásban a gyorsan változó rádiós környezet miatt az adatsebesség ingadozhat és jellemzően alacsonyabb, mint a hasonló rádiós környezetben (jelszint, jel/zaj viszony stb.) történő helyhez kötött használat esetén.
- A tartalom-szolgáltatást nyújtó végpontképessége és terheltsége: amennyiben nem a rádióhálózat jelenti a hálózatminőség szűk keresztmetszetét.

46) A Telenor weboldalán az alábbi információk találhatóak:

*„Mi befolyásolja a sebességet?”*

*Van néhány dolog, ami hatással lehet a tartózkodási helyeden elérhető sebességre:*

- *Milyen típusú hálózati lefedettség van (2G, 3G, 4G)*

---

<sup>36</sup> Vj/104-40/2015.

<sup>37</sup> Vj/104-40/2015.

<sup>38</sup> Vj/104-37/2015.

- Milyen messze vagy a legközelebbi adótoronytól (bázisállomástól). Minél távolabb vagy, annál jobban csökken a jel erőssége.
- Zárt térben vagy szabadban tartózkodsz-e.
- Milyen az épület szerkezete. Például a vastag falak (beton, tégl) ronthatják az internet sebességén.
- Hány ember használja egyidejűleg a mobilhálózatot egy adott területen.
- Milyen az időjárás. Például az eső vagy vihar zavarhatja a hozzáférést.
- Milyenek a terepviszonyok. Például sűrű erdő, hegyes-dombos vidék korlátozhatja a hozzáférést.<sup>39</sup>

- 47) Az NMHH előadta, hogy ahhoz, hogy a szolgáltatást az előfizetők igénybe tudják venni, alapvetően területi lefedettség szükséges. A lefedettség mértékére leginkább jellemző érték a vételi jelszintek területi eloszlása, azon paraméterek egyike, amit mérnek. Az LTE technológiával jellemzően Internet protokoll (TCP-IP) alapú, csomagkapcsolt adatátviteli szolgáltatások valósíthatók meg, hasonlóan a vezetékes hálózaton nyújtott szolgáltatásokhoz. Ilyen, hasonló szolgáltatás lehet a böngészés lehetősége az interneten, e-mail küldés és fogadás lehetősége, fájlok fel- és letöltésének (FTP) lehetősége, beszédhang átvitele vagy telefonálás lehetősége (Voice over IP), televíziós képátvitel lehetősége (IPTV), felhő elérése, stb.<sup>40</sup>
- 48) A szolgáltatás igénybevételeének egyik alapvető, és NMHH által mért paramétere a rádiós jel szintje a vételi ponton. Ha ez a paraméter eléri a Hatósági szerződésben rögzített értéket, lefedettnek minősül az adott földrajzi hely. A lefedettség azonban csak szükséges, de nem elégséges feltétele a szolgáltatás igénybevehetőségének. Ezért további, adatátviteli képességre leginkább jellemző paramétereket mér az NMHH, amik a le- és feltöltési sebesség és a késleltetés hely- és időfüggő értékei.<sup>41</sup>
- 49) A lefedettséget nagyon sok tényező befolyásolja. Alapvetően függ a bázisállomások által a terület besugárzására használt frekvenciáktól, azok fizikai, hullámterjedési adottságaitól. Függ továbbá a bázisállomások területi elhelyezkedésétől, mennyiségétől, valamint az antennák szerelési, beállítási és sugárzási paramétereitől, a bázisállomás berendezéseinek az összeköttetés megvalósítását befolyásoló jellemzőitől. A szolgáltatók hálózatainak lefedettsége között az előzőek különbözősége miatt van különbség.<sup>42</sup>
- 50) Az NMHH előadta továbbá, hogy az LTE hálózaton nyújtott szolgáltatások között is lehetnek különbségek. A felhasználók a legtöbb esetben nincsenek tudatában annak, hogy készülékük éppen melyik technológiájú hálózatot használja. A legtöbb esetben a hálózat pillanatnyi terheltsége függvényében határozza meg, hogy melyik felhasználói igényt, melyik bázisállomás, melyik technológiájával szolgálja ki.<sup>43</sup>
- 51) A szolgáltatás igénybevehetőségét alapvetően az előfizető által használt készülék típusa határozza meg, hiszen nem biztos, hogy az alkalmas a szolgáltató által alkalmazott legújabb technológia használatára. A három hazai szolgáltató által nyújtott szolgáltatás között különbség állhat fenn, mivel nem mindegy, hogy a szolgáltató által a szolgáltatás nyújtására alkalmazott rádiós erőforrás, illetve a szolgáltató által tervezett hálózati kapacitás mekkora az aktuális kapacitás-igényhez képest. Ezeken, illetve az előfizetői

<sup>39</sup> <https://www.telenor.hu/internet/lefedettseg>

<sup>40</sup> VJ/104-11/2015., B/663-11/2015.

<sup>41</sup> VJ/104-11/2015., B/663-11/2015.

<sup>42</sup> VJ/104-11/2015., B/663-11/2015.

<sup>43</sup> VJ/104-11/2015., B/663-11/2015.

eszköz típusán felül fontos befolyásoló paraméter az előfizetői csomag típusa is, ma már akár az előfizető is megválaszthatja a csomagjához tartozó adatátviteli kapacitást.<sup>44</sup>

- 52) Az NMHH által üzemeltetett [www.szelessav.net](http://www.szelessav.net) weboldalon az elméleti maximális sebesség kapcsán az alábbiak olvashatók.

*„Az elméleti maximális sebességet több okból sem lehet elérni. Az egyik ok az, hogy az internetkapcsolat használatakor, az adatátvitel során vannak olyan információk, amelyek számunkra, felhasználók számára nem értékesek, azonban a hálózat működéséhez elengedhetetlenek. Sok olyan információt kell átjuttatni, ami látszólag nem hasznos adat. Az elméleti maximális értékbe minden beletartozik.*

*Másrészt azért nem tudjuk elérni az elméleti maximális sebességet az adatok le- vagy feltöltése során, mert a sávszélesség több okból is ingadozik.*

*Az egyik ok, hogy az interneten az adatok átvitelére használt csomagok, még egyetlen üzenet esetében is különböző útvonalakon haladhatnak.*

*Ez egyes csomagok útvonalát a rendszer automatikusan választja ki, a lehető leggyorsabb átvitel érdekében. Ez azért jó nekünk, mert ezzel elérhető, hogy egyetlen csomópont időszakos foglaltsága vagy kiesése ne hiúsítsa meg az üzenet megérkezését. Azonban ennek eredményekén – a hálózat aktuális állapotától függően – a beérkező csomagok különböző ideig utaznak, és – ahogyan az ábrán is látható – még a beérkezésük sorrendje is megváltozhat. Ezért a saját eszközünknek meg kell várnia az üzenethez tartozó utolsó csomagot, valamennyit sorba kell rendeznie, és csak utána tudja megmutatni nekünk az eredményt. Mivel a hálózat állapota folyamatosan változik, ezért az átvitel sebessége is ingadozást fog mutatni.*

*Szintén befolyásolja a sebességet az, hogy az adott pillanatban hányan használjuk az internetet. A szolgáltatók kötelezően egy alacsonyabb sávszélességet vállalnak (garantált sebesség), de ennél többel kecsegtetnek. A garantált és a kínált között lesz valahol a valóságos, meg tapasztalható sebesség. Ha éppen kevesebben használják az internetet, akkor közöttük szétszórják az éppen nem aktív internetezők sávszélességét. Ha nagyon sokan használják az internetet, akkor csak a garantált sebesség marad.*

*A szolgáltatónál rendelkezésre álló sávszélesség megoszlik az adott pillanatban az internetre kapcsolódó felhasználók között, de ezek a felhasználók sem mind veszik igénybe a részükre biztosított teljes, a szolgáltató által az adott előfizetésre beállított kapacitást. Ha mindenki megpróbálná egy időben kihasználni az előfizetéshez tartozó maximális kapacitást, akkor az egyes előfizetőknek csak a garantált sávszélesség állna rendelkezésére. Ha az összes azonos időben kapcsolódó kapacitás igénye csekély, akkor mindenkinek rendelkezésre áll az előfizetéshez beállított, elérhető maximum. Ha a szolgáltató tapasztalatai alapján becsült számú egyidejű igény jelentkezik, akkor a kínált sávszélességhez közeli érték jut ez egyes igénylőknek. Ez az eljárás azért jó nekünk, felhasználóknak, mert a hálózat kiépítési és fenntartási költségei lényegesen magasabb számú előfizető között oszlanak el, miközben a valóságban is rendelkezésre álló kapacitás az esetek és az idő többségében sokszorosa a garantált sávszélességnek.*

*Nem szabad arról sem megfeledkezni, hogy szolgáltatónk az internetnek csak egy bizonyos részét felügyeli.*

---

<sup>44</sup> Vj/104-11/2015., B/663-11/2015.

*Ezért nem tudja befolyásolni, hogy a hálózaton kívüli forrásból származó információk milyen sebességgel érik el az ő rendszerét. Így, ha egy ismeretlen oldalról töltünk le valamilyen adatot, és annak a letöltési sebességét leolvassuk, az nem mérvadó, mert lehet, hogy már a szerver feltöltése is korlátozza az adatáramlás sebességét. Vagyis a sebességmérésnek általában akkor van értelme, ha a feltöltési oldalról nincs korlát, tehát egy direkt erre a célra kialakított, nagy kapacitású mérőszerverről mérünk.*

*A sávszélességet módosító hatások között meg kell még említeni a különböző külső eredetű elektromos zajokat és zavarokat, melyek képesek befolyásolni a letöltési sebességet is.. Az elérési hálózat műszaki állapota érzékeny a külső zavarokra. A változó intenzitású zajok ellen védekezik ugyan az összeköttetés, de a védekezés sávszélesség csökkentő hatást okoz.*<sup>45</sup>

*A Telekom 4G hálózaton forgalmazott adatmennyiség és ügyfélszám alakulása*

53) [üzleti titok].<sup>46</sup>

[üzleti titok]

[üzleti titok]

54) A Telekom benyújtotta az aktívan 4G-t használó ügyfeleinek számát. [üzleti titok].<sup>47</sup>

[üzleti titok]

55) [üzleti titok].<sup>48</sup>

[üzleti titok]

[üzleti titok].

*Az érintett piac*

56) A versenyfelügyeleti eljárással érintett szolgáltatás (4G hálózat) tekintetében, a vizsgált időszakban a piac háromszereplős, az eljárás alá vont vállalkozáson kívül a Telenor és a Vodafone nyújt 4G szolgáltatást.

57) A Központi Statisztikai Hivatal Statisztikai Tükör (2016. március 11.) című jelentése<sup>49</sup> szerint 2015 egészében a mobiltelefon-előfizetők száma annak ellenére folyamatosan emelkedett, hogy a mobilpiac egyre inkább telített. A szolgáltatók közötti éles versenyt bizonyítja, hogy a szolgáltatók már nem csak az új ügyfelek, hanem a versenytársak előfizetőinek megszerzésére is törekednek. 2015. IV. negyedév végén a mobiltelefon-előfizetések száma 11,9 millió volt, ez egy év alatt 69 ezerrel (0,6%-kal) bővült. A teljes

<sup>45</sup> <http://szelessav.net/hu/tudta-e/-a-szeles-savrol-es-a-savszelessegrol/miert-nem-tudom-elerni-az-elmeleti-maximalis-sebessaget-#szocikk63>

<sup>46</sup> Vj/104-26/2015.

<sup>47</sup> Vj/104-19/2015. 4. számú melléklet

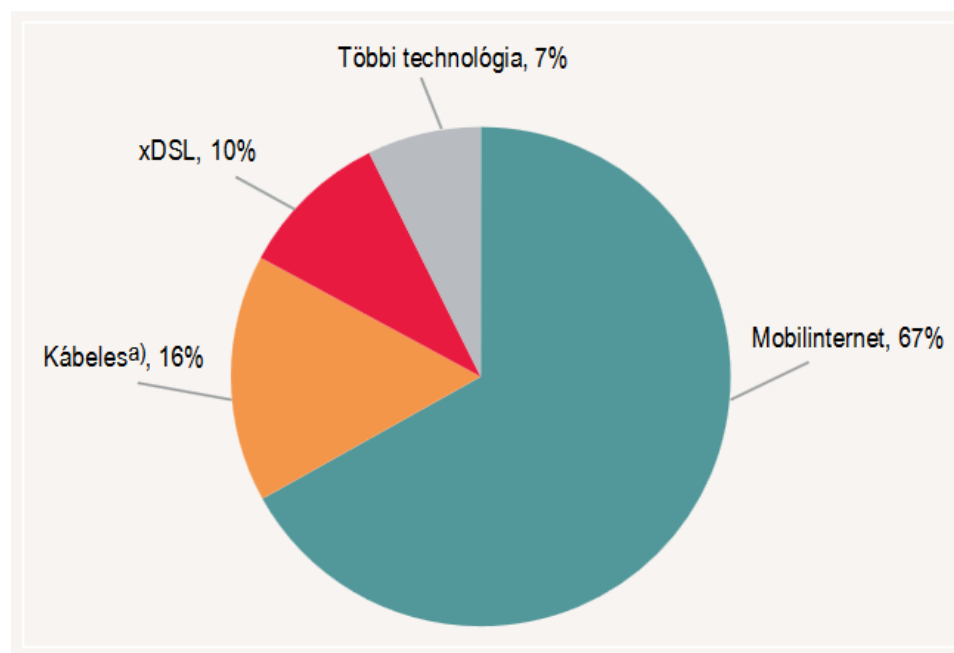
<sup>48</sup> Vj/104-26/2015. 2. számú melléklet alapján saját számítás.

<sup>49</sup> <http://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/gyor/tav/tav1512.pdf>

állományon belül a havidíjas előfizetések száma tovább emelkedett, a negyedév végén meghaladta a 6,8 milliót, ami 4,9%-kal több, mint 2014 azonos időszakában. Ezzel szemben a feltöltőkártyás előfizetések száma 250 ezerrel, aránya pedig 2,4 százalékponttal csökkent. A havidíjas előfizetések számának folyamatos emelkedése a feltöltőkártyás előfizetésekkel szemben annak eredménye, hogy az új ügyfelek mellett a régi, feltöltőkártyás ügyfelek egy része is átvált szerződéses csomagra. A havidíjas szolgáltatások percdíjai sok esetben alacsonyabbak és adatforgalmat is biztosítanak a felhasználók számára. A kombinált szolgáltatáscsomagok és a havidíjas előfizetések elterjedésével a mobil-adatelőfizetések száma is folyamatosan emelkedik. Az adatforgalom 40%-kal növekedett 2014 IV. negyedévéhez képest, így meghaladta a 15,8 ezer terabyte-ot. Az összes adatforgalom 47%-a 3G/UTMS rendszeren történő internetezésből származott. A mobilhálózatokon 2015-ben 55,9 ezer terabyte volt az adatforgalom, ami 48%-kal múlta felül az egy évvel korábbit. Az adatforgalom folyamatos növekedése a hálózati infrastruktúra fejlődésének és az internetképes hordozható technológiai eszközök elterjedésének az eredménye.<sup>50</sup>

58) Az internetpiac dinamikus bővülése tovább folytatódott, az előfizetések száma 2015. IV. negyedév végén meghaladta a 8,1 milliót, ami 11%-kal volt több a 2014 azonos időszakánál. A piac koncentrálttsága magas: az előfizetések több mint 96%-át 10 szolgáltató biztosította.<sup>51</sup>

59) 2015. IV. negyedév végén az internet-előfizetések megoszlása a technológia típusa szerint az alábbiak szerint alakult:<sup>52</sup>



<sup>50</sup> <http://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/gyor/tav/tav1512.pdf>

<sup>51</sup> <http://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/gyor/tav/tav1512.pdf>

<sup>52</sup> <http://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/gyor/tav/tav1512.pdf>

## IV.

### A vizsgált kereskedelmi gyakorlat

60) A versenyfelügyeleti eljárásban a 2014. október 18-tól 2015. június 30-ig közzétett „legnagyobb 4G hálózat” szlogenű kampányok keretében közzétett reklámok, ezzel összefüggésben különösen az „akár 150Mbit/s sebesség” állítás kerültek vizsgálatra. A vizsgált időszak során az alábbi 6 kampányra került sor<sup>53, 54</sup>:

- a „Legnagyobb 4G kampány” – 2014. október 18. – 2014. december 31.
- a „4G rollout 2014 tél kampány” – 2014. november – december
- a „Téli kampány” – 2014. november 17. – 2014. december 31.
- a „4G rollout 2015 tavasz kampány” – 2015. március – április
- a „4G OOH” kampány” 2015. április 1-től 2015. június 30.
- a „Tavaszi kampány” – 2015. május 1. – 2015. június 30.

#### IV.1. A „Legnagyobb 4G kampány” – 2014. október 18. – 2014. december 31.

61) A kampány keretében ismertetett reklámeszközökben (melyekben megjelenik Magyarország térképe), az alábbi térkép, illetve aktualizált változata jelent meg:



<sup>53</sup> Vj/104-12/2015

<sup>54</sup> A kommunikációs eszközök, a marketingtervek a Vj/104-11/2015., B/663-8/2015., Vj/104-38/2015., és a Vj/104-42/2015. számon iktatott beadványok mellékleteiként kerültek megküldésre. A Vj/104-60/2015. számú feljegyzéséhez csatolt CD-re a vizsgáló kampányonkénti bontásba rendezve kimentette a különböző beadványokban megtalálható reklámeszközöket, illetve a feljegyzés mellékleteként csatolásra kerültek a kinyomtatott kommunikációs eszközök is.



| Kommunikációs eszköz <sup>55</sup>           | Megjelenés ideje <sup>56</sup> | Megjelenés helye / száma     | Kommunikáció <sup>57</sup> | Költség <sup>58</sup>        |
|----------------------------------------------|--------------------------------|------------------------------|----------------------------|------------------------------|
| Rádió reklám                                 | [üzleti titok]                 | [üzleti titok]               | [üzleti titok]             | [üzleti titok]               |
| Sajtóhirdetés                                | [üzleti titok]                 | [üzleti titok] <sup>59</sup> | [üzleti titok]             | [üzleti titok]               |
| Sajtóhirdetés                                | [üzleti titok]                 | [üzleti titok] <sup>60</sup> | [üzleti titok]             | [üzleti titok]               |
| Plakátok                                     | [üzleti titok]                 | [üzleti titok]               | [üzleti titok]             | [üzleti titok]               |
| Óriásplakát                                  | [üzleti titok]                 | [üzleti titok]               | [üzleti titok]             | [üzleti titok] <sup>61</sup> |
| Óriásplakát                                  | [üzleti titok]                 | [üzleti titok]               | [üzleti titok]             |                              |
| Display                                      | [üzleti titok]                 | [üzleti titok] <sup>62</sup> | [üzleti titok]             | [üzleti titok]               |
| Banner<br>Online hirdetés                    | [üzleti titok]                 | [üzleti titok]               | [üzleti titok]             | [üzleti titok] <sup>63</sup> |
| Banner<br>Online hirdetés                    | [üzleti titok]                 | [üzleti titok]               | [üzleti titok]             |                              |
| Banner<br>Online hirdetés<br>Interstitial    | [üzleti titok]                 | [üzleti titok]               | [üzleti titok]             |                              |
| Banner<br>Online hirdetés<br>Full page layer | [üzleti titok]                 | [üzleti titok]               | [üzleti titok]             |                              |
| Online hirdetés                              | [üzleti titok]                 | [üzleti titok]               | [üzleti titok]             |                              |

<sup>55</sup> Vj/104-11/2015., B/663-8/2015.

<sup>56</sup> Vj/104-11/2015., B/663-8/2015.

<sup>57</sup> Vj/104-11/2015., B/663-8/2015.

<sup>58</sup> Vj/104-11/2015., B/663-8/2015.

<sup>59</sup> Vj/104-44/2015.

<sup>60</sup> Vj/104-44/2015.

<sup>61</sup> Vj/104-11/2015., B/663-8/2015. médiaterv. A Vj/104-38/2015. számú beadványban a Telekom előadta, hogy egy kommunikációs eszköz nem tartalmazza a kifogásolt állítást, így az nem került megküldésre. Ugyanakkor az eljárás alá vont nem bontotta meg egy-egy kommunikációs eszközre a költségeket, így a 3 óriásplakát összköltsége szerepel a táblázatban.

<sup>62</sup> Vj/104-58/2015.

<sup>63</sup> Vj/104-11/2015., B/663-8/2015. médiaterv

|                    |                |                |                |   |
|--------------------|----------------|----------------|----------------|---|
| <b>Mobilbanner</b> |                | [üzleti titok] | [üzleti titok] |   |
| <b>SMS/MMS</b>     | [üzleti titok] | [üzleti titok] | [üzleti titok] | - |
| <b>SMS/MMS</b>     | [üzleti titok] | [üzleti titok] | [üzleti titok] | - |
| <b>SMS/MMS</b>     | [üzleti titok] | [üzleti titok] | [üzleti titok] | - |
| <b>SMS/MMS</b>     | [üzleti titok] | [üzleti titok] | [üzleti titok] | - |
|                    | [üzleti titok] | [üzleti titok] | [üzleti titok] |   |
| <b>SMS/MMS</b>     |                |                |                | - |

---

#### IV.2. A „4G rollout 2014 tél kampány” – 2014. november – december

| Kommunikációs eszköz <sup>64</sup> | Megjelenés ideje | Megjelenés helye / száma     | Kommunikáció   | Költség        |
|------------------------------------|------------------|------------------------------|----------------|----------------|
| Plakát A1 és A3                    | [üzleti titok]   | [üzleti titok]               | [üzleti titok] | [üzleti titok] |
| Szórólap 2 oldalas, A5             | [üzleti titok]   | [üzleti titok]               | [üzleti titok] | [üzleti titok] |
| Szórólap 4 oldalas A/5             | [üzleti titok]   | [üzleti titok] <sup>65</sup> | [üzleti titok] | [üzleti titok] |

<sup>64</sup> Vj/104-11/2015., B/663-8/2015. 1. számú melléklet, kommunikációs táblázat

<sup>65</sup> Vj/104-58/2015.



## IV.3. A „Téli kampány” – 2014. november 17. – 2014. december 31.

| Kommunikációs eszköz <sup>66</sup>             | Megjelenés ideje <sup>67</sup> | Megjelenés helye / száma <sup>68</sup> | Kommunikáció <sup>69</sup> | Költség <sup>70</sup> |
|------------------------------------------------|--------------------------------|----------------------------------------|----------------------------|-----------------------|
| Televízió reklám<br>40 sec                     | [üzleti titok]                 | [üzleti titok]                         | [üzleti titok]             | [üzleti titok]        |
| Televízió reklám<br>20 sec LG                  | [üzleti titok]                 | [üzleti titok]                         | [üzleti titok]             | [üzleti titok]        |
| Televízió reklám<br>20 sec Nokia               |                                |                                        | [üzleti titok]             |                       |
| Televízió reklám<br>20 sec Samsung             |                                |                                        | [üzleti titok]             |                       |
| Nyomtatott sajtó                               | [üzleti titok]                 | [üzleti titok]                         | [üzleti titok]             | [üzleti titok]        |
| Plázamolinó<br>(Indoor) <sup>71</sup>          | [üzleti titok]                 | [üzleti titok]                         | [üzleti titok]             | [üzleti titok]        |
| Ajtó<br>(Indoor) <sup>72</sup>                 | [üzleti titok]                 | [üzleti titok]                         | [üzleti titok]             |                       |
| Külső<br>(Indoor) <sup>73</sup>                | [üzleti titok]                 | [üzleti titok]                         | [üzleti titok]             |                       |
| Korlát<br>(Indoor) <sup>74</sup>               | [üzleti titok]                 | [üzleti titok]                         | [üzleti titok]             |                       |
| Üvegtábla<br>(Indoor) <sup>75</sup>            | [üzleti titok]                 | [üzleti titok]                         | [üzleti titok]             |                       |
| Oszlop / Óriásoszlop <sup>76</sup><br>(Indoor) | [üzleti titok]                 | [üzleti titok]                         | [üzleti titok]             |                       |

<sup>66</sup> VJ/104-11/2015., B/663-8/2015.<sup>67</sup> VJ/104-11/2015., B/663-8/2015.<sup>68</sup> VJ/104-11/2015., B/663-8/2015.<sup>69</sup> VJ/104-11/2015., B/663-8/2015.<sup>70</sup> VJ/104-11/2015., B/663-8/2015.<sup>71</sup> VJ/104-44/2015.<sup>72</sup> VJ/104-44/2015.<sup>73</sup> VJ/104-44/2015.<sup>74</sup> VJ/104-44/2015.<sup>75</sup> VJ/104-44/2015.<sup>76</sup> VJ/104-44/2015.

|                                                 |                |                |                |                              |
|-------------------------------------------------|----------------|----------------|----------------|------------------------------|
| <b>Mozgólépcső<br/>(Indoor)</b> <sup>77</sup>   | [üzleti titok] | [üzleti titok] | [üzleti titok] |                              |
| <b>Lift<br/>(Indoor)</b> <sup>78</sup>          | [üzleti titok] | [üzleti titok] | [üzleti titok] |                              |
| <b>Tálca alátét<br/>(Indoor)</b> <sup>79</sup>  | [üzleti titok] | [üzleti titok] | [üzleti titok] |                              |
| <b>Debrecen villamos</b> <sup>80</sup>          | [üzleti titok] | [üzleti titok] | [üzleti titok] |                              |
| <b>Sorompótábla<br/>(Indoor)</b> <sup>81</sup>  | [üzleti titok] | [üzleti titok] | [üzleti titok] |                              |
| <b>Piaggio dekor<br/>(Indoor)</b> <sup>82</sup> | [üzleti titok] | [üzleti titok] | [üzleti titok] |                              |
| <b>Üzletteri e-content</b>                      | [üzleti titok] | [üzleti titok] | [üzleti titok] | [üzleti titok] <sup>83</sup> |
| <b>Üzletteri plakát</b>                         | [üzleti titok] | [üzleti titok] | [üzleti titok] | [üzleti titok] <sup>84</sup> |
| <b>Banner</b> <sup>85</sup>                     | [üzleti titok] | [üzleti titok] | [üzleti titok] | [üzleti titok]               |
| <b>Banner</b> <sup>86</sup>                     | [üzleti titok] |                | [üzleti titok] |                              |
| <b>Banner</b> <sup>87</sup>                     | [üzleti titok] |                | [üzleti titok] |                              |

<sup>77</sup> VJ/104-44/2015.

<sup>78</sup> VJ/104-44/2015.

<sup>79</sup> VJ/104-44/2015.

<sup>80</sup> VJ/104-44/2015.

<sup>81</sup> VJ/104-44/2015.

<sup>82</sup> VJ/104-44/2015.

<sup>83</sup> VJ/104-42/2015.

<sup>84</sup> VJ/104-42/2015.

<sup>85</sup> VJ/104-38/2015.

<sup>86</sup> VJ/104-38/2015.

<sup>87</sup> VJ/104-38/2015.

#### IV.4. A „4G Rollout 2015 tavasz kampány” – 2015. március - április

| Kommunikációs eszköz <sup>88</sup>                               | Megjelenés ideje <sup>89</sup> | Megjelenés helye / száma <sup>90</sup> | Kommunikáció <sup>91</sup> | Költség <sup>92</sup> |
|------------------------------------------------------------------|--------------------------------|----------------------------------------|----------------------------|-----------------------|
| Facebook                                                         | [üzleti titok]                 | [üzleti titok]                         | [üzleti titok]             | [üzleti titok]        |
| Járműreklám<br>Zsámbék mobil BB                                  | [üzleti titok]                 | [üzleti titok]                         | [üzleti titok]             | [üzleti titok]        |
| Járműreklám<br>Újhartyán mobil BB                                | [üzleti titok]                 | [üzleti titok]                         | [üzleti titok]             |                       |
| Számlakommunikáció <sup>93</sup><br>Telekom világa <sup>94</sup> | [üzleti titok]                 | [üzleti titok]                         | [üzleti titok]             | [üzleti titok]        |
|                                                                  | [üzleti titok]                 | [üzleti titok]                         |                            |                       |
|                                                                  | [üzleti titok]                 | [üzleti titok]                         |                            |                       |
|                                                                  | [üzleti titok]                 | [üzleti titok]                         |                            |                       |
| POS <sup>95</sup><br>(4G_ajánlatok_POS_15<br>marc_PRS3459.pdf)   | [üzleti titok]                 | [üzleti titok]                         | [üzleti titok]             | [üzleti titok]        |
| Markaz_POS                                                       |                                |                                        | [üzleti titok]             |                       |
| Ujhartyan_POS                                                    |                                |                                        | [üzleti titok]             |                       |
| Zsambek_POS                                                      |                                |                                        | [üzleti titok]             |                       |
| [üzleti titok] <sup>96</sup>                                     |                                |                                        | [üzleti titok]             |                       |

<sup>88</sup> VJ/104-11/2015., B/663-8/2015.

<sup>89</sup> VJ/104-11/2015., B/663-8/2015.

<sup>90</sup> VJ/104-11/2015., B/663-8/2015.

<sup>91</sup> VJ/104-11/2015., B/663-8/2015.

<sup>92</sup> VJ/104-11/2015., B/663-8/2015.

<sup>93</sup> VJ/104-44/2015

<sup>94</sup> VJ/104-38/2015.

<sup>95</sup> VJ/104-11/2015., B/663-8/2015.

|                                          |                |                |                |                |
|------------------------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| <b>4.oldal</b>                           |                |                | [üzleti titok] |                |
| <b>A3 Plakát Markaz</b> <sup>97</sup>    | [üzleti titok] | [üzleti titok] | [üzleti titok] | [üzleti titok] |
| <b>A3 Plakát Újhartyán</b> <sup>98</sup> | [üzleti titok] | [üzleti titok] | [üzleti titok] | [üzleti titok] |
| <b>A3 Plakát Zsámbék</b> <sup>99</sup>   | [üzleti titok] | [üzleti titok] | [üzleti titok] | [üzleti titok] |

---

<sup>96</sup> VJ/104-38/2015

<sup>97</sup> VJ/104-42/2015., VJ/104-44/2015.

<sup>98</sup> VJ/104-42/2015., VJ/104-44/2015.

<sup>99</sup> VJ/104-42/2015., VJ/104-44/2015.

**IV.5. „4G OOH” kampány” 2015. április – 2015. április 1-től 2015. június 30.**

| <b>Kommunikációs eszköz<sup>100</sup></b> | <b>Megjelenés ideje</b> | <b>Megjelenés helye / száma</b> | <b>Kommunikáció</b> | <b>Költség</b> |
|-------------------------------------------|-------------------------|---------------------------------|---------------------|----------------|
| [üzleti titok]                            | [üzleti titok]          | [üzleti titok]                  | [üzleti titok]      |                |
| [üzleti titok]                            | [üzleti titok]          | [üzleti titok]                  | [üzleti titok]      | [üzleti titok] |
| [üzleti titok]                            | [üzleti titok]          | [üzleti titok]                  | [üzleti titok]      |                |

<sup>100</sup> VJ/104-11/2015., B/663-8/2015.

#### IV.6. A „Tavaszi kampány” 2015. május 1. – 2015. június 30.

62) Azon kommunikációkban, melyekben megjelenik a lefedettséget ábrázoló Magyarország térkép, az alábbi kép jelenik meg:



63) A reklámkampány során a reklámeszközökben kb. 5 készülékajánlat váltakozik, melyekhez más-más ajándék (fejhallgató, hangszóró, stb.) kapcsolódik. Attól függően, hogy melyik készülékek szerepelnek az adott reklámban, változik a megjelenített telefonok és a hozzájuk járó ajándék képe. Tekintve, hogy a készülékajánlatok nem változtatnak a kommunikációk üzenetén, nem minden kommunikáció esetében kerül részletesen megjelenítésre a készülék típusa, csupán „Készülékajánlat”-ként történő hivatkozás jelenik meg a táblázatban.

64) Egyes kommunikációs eszközökön, melyek nem tartalmaznak készülékajánlatot, kizárólag a lefedettséget ábrázoló térkép jelenik meg.

| Kommunikációs eszköz <sup>101</sup>       | Megjelenés ideje | Megjelenés helye / száma         | Kommunikáció   | Költség             |
|-------------------------------------------|------------------|----------------------------------|----------------|---------------------|
| Televíziós reklám<br>40sec                | [üzleti titok]   | [üzleti titok]                   | [üzleti titok] | [üzleti titok]      |
| Televíziós reklám<br>30sec <sup>102</sup> | [üzleti titok]   | [üzleti titok]                   | [üzleti titok] | [üzleti titok]      |
| Televíziós reklám<br>20sec – Huawei       |                  |                                  | [üzleti titok] |                     |
| Televíziós reklám<br>20sec – Sony Xperia  |                  |                                  | [üzleti titok] |                     |
| Televíziós reklám<br>20sec – Nokia        |                  |                                  | [üzleti titok] |                     |
| Televíziós reklám<br>20sec – Samsung      |                  |                                  | [üzleti titok] |                     |
|                                           |                  |                                  |                | [üzleti titok]<br>+ |
|                                           |                  |                                  |                | [üzleti titok]      |
| Televíziós reklám<br>20sec – Sony         |                  |                                  | [üzleti titok] |                     |
|                                           | [üzleti titok]   | [üzleti titok]<br>[üzleti titok] |                |                     |

<sup>101</sup> VJ/104-11/2015., B/663-8/2015., VJ/104-50/2015.

<sup>102</sup> VJ/104-38/2015.

|                                                         |                |                |                |                |
|---------------------------------------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Rádió reklám<br>Samsung Galaxy A3                       |                |                | [üzleti titok] |                |
| Rádió reklám<br>Samsung Galaxy S6                       | [üzleti titok] | [üzleti titok] | [üzleti titok] | [üzleti titok] |
| Rádió reklám<br>Nokia Lumia                             |                |                | [üzleti titok] |                |
| Rádió reklám<br>Sony Xperia                             |                |                | [üzleti titok] |                |
| Sajtóhirdetés <sup>103</sup>                            | [üzleti titok] | [üzleti titok] |                | [üzleti titok] |
| Sajtóhirdetések –<br>lokális megjelenések               | [üzleti titok] | [üzleti titok] | [üzleti titok] | [üzleti titok] |
|                                                         |                |                | [üzleti titok] |                |
| Óriásplakát<br>Miskolc molino,                          | [üzleti titok] | [üzleti titok] | [üzleti titok] | [üzleti titok] |
|                                                         |                |                | [üzleti titok] |                |
| Óriásplakát<br>Kecskeméti Malom<br>Center épületmatrica | [üzleti titok] | [üzleti titok] | [üzleti titok] | [üzleti titok] |
| CLP                                                     | [üzleti titok] | [üzleti titok] | [üzleti titok] | [üzleti titok] |
| Plakátok<br>üzletekben                                  | [üzleti titok] | [üzleti titok] | [üzleti titok] | [üzleti titok] |
| (hardsales_tablet)                                      |                |                | [üzleti titok] |                |
|                                                         |                |                | [üzleti titok] |                |
| Szórólap<br>üzletekben                                  | [üzleti titok] | [üzleti titok] |                | [üzleti titok] |
|                                                         | [üzleti titok] | [üzleti titok] |                | [üzleti titok] |

<sup>103</sup> VJ/104-44/2015.

|                                     |                |                               |                |                |
|-------------------------------------|----------------|-------------------------------|----------------|----------------|
| <b>E-DM</b>                         | [üzleti titok] | [üzleti titok] <sup>104</sup> | [üzleti titok] | [üzleti titok] |
|                                     |                |                               | [üzleti titok] | [üzleti titok] |
| <b>e-content</b>                    |                | [üzleti titok]                | [üzleti titok] |                |
| <b>LED</b>                          | [üzleti titok] | [üzleti titok]                | [üzleti titok] |                |
| <b>MWall</b>                        |                | [üzleti titok]                | [üzleti titok] |                |
| <b>Digitális Digit</b>              |                | [üzleti titok]                | [üzleti titok] | [üzleti titok] |
| <b>Számlakommunikáció (Boríték)</b> | [üzleti titok] | [üzleti titok] <sup>105</sup> | [üzleti titok] | —              |
| <b>Banner<sup>106</sup></b>         | [üzleti titok] | [üzleti titok]                | [üzleti titok] | [üzleti titok] |
|                                     |                |                               | [üzleti titok] |                |
| <b>Honlap nyitó oldal</b>           | [üzleti titok] | [üzleti titok]                | [üzleti titok] | [üzleti titok] |
| <b>Honlap landingpage</b>           | [üzleti titok] | [üzleti titok]                | [üzleti titok] | [üzleti titok] |
|                                     |                |                               | [üzleti titok] | [üzleti titok] |
| <b>SMS</b>                          | [üzleti titok] | [üzleti titok] <sup>107</sup> | [üzleti titok] | [üzleti titok] |
|                                     |                |                               | [üzleti titok] | [üzleti titok] |
|                                     |                |                               | [üzleti titok] | [üzleti titok] |

<sup>104</sup> VJ/104-38/2015.

<sup>105</sup> VJ/104-38/2015.

<sup>106</sup> VJ/104-38/2015

<sup>107</sup> VJ/104-44/2015.

**IV.7. A [www.telekom.hu](http://www.telekom.hu) weboldal**

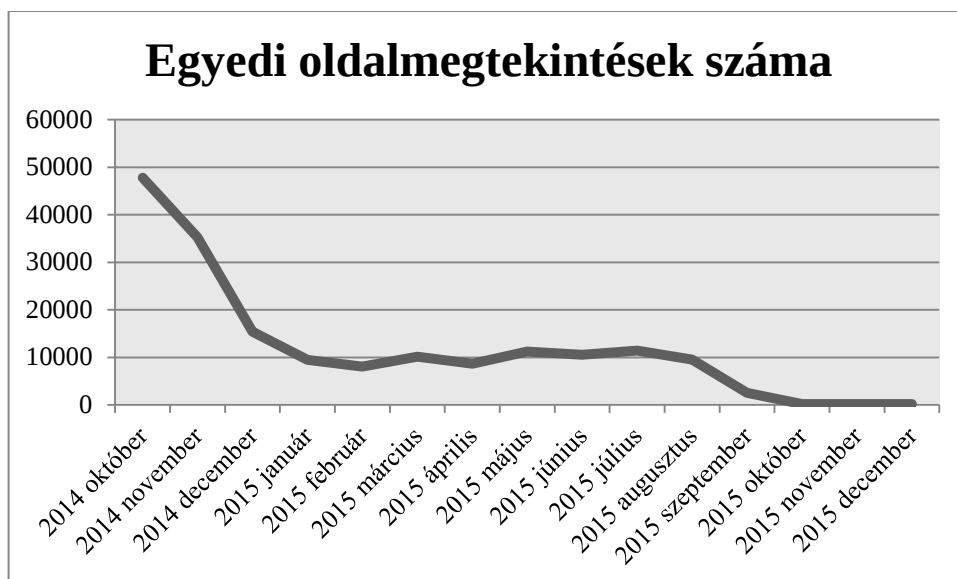
65) Az eljárás alá vont előadta, hogy minden, a legnagyobb 4G-vel kapcsolatos online hirdetés a [telekom.hu/4G](http://telekom.hu/4G) oldalra mutatott. A [telekom.hu/4G](http://telekom.hu/4G) ún. smart link, hogy az előfizetők egyszerű módon érhessék el a 4G-vel kapcsolatos honlapi információkat.<sup>108</sup>

66) A [telekom.hu/4G](http://telekom.hu/4G) weboldal az alábbi útvonalakon volt elérhető:

- /lakossagi/mobil\_szelessav/hasznos/4G/orszagos\_lefedettseg (2014.10.18 – 2014.12.31.)
- /lakossagi/ugyintezes/lefedettseg/lte 2014.10.18 – 2015.04.23.
- /mobil/lakossagi/ugyintezes/lefedettseg/lte 2015.04.24 – 2016.05.19.
- /lakossagi/szolgaltatasok/mobil/lefedettseg 2016.05.20-tól kezdődően jelenleg is.

67) A hivatkozott oldal(ak)on érhető a Telekom lefedettségi térképe, melyen a fogyasztók városra, utcára pontosan rákereshetnek, hogy az adott helyen elérhető-e a 4G/LTE, a 3G/HSPA, 3G és 2G hálózat.

68) Az oldal látogatottsági adatai az alábbiak szerint alakultak 2014. október és 2015. december között, a vizsgált időszakban.<sup>109</sup>



69) A hivatkozott weboldalon – a lefedettségi térképet kivéve – az alábbi tartalom volt elérhető 2016. augusztus 2-án<sup>110</sup>. [üzleti titok]<sup>111</sup>

**„A 4G alapú adatszolgáltatás igénybe vételéhez az alábbiakra van szükség:**

- Telekom által használt sávokat támogató 4G-képes eszköz,
- 4G-képes havi vagy időszakos díjas díjcsomag<sup>1</sup>,

<sup>108</sup> VJ/104-42/2015.

<sup>109</sup> VJ/104-44/2015. 6. pont

<sup>110</sup> VJ/104-22/2015., VJ/104-62/2015.

<sup>111</sup> VJ/104-57/2015. [üzleti titok].

- 4G hálózati lefedettség.

**A jelenlegi Domino SIM-kártyák nem alkalmasak a 4G hálózat elérésére, ezért SIM-kártya cserére van szükség a használatához.**

*Bővebb információk a 4G hálózatról*

A Magyar Telekom a 4G lefedettséget több frekvencia sávon biztosítja. Ezek a 800, 1800 és 2600 MHz-es sávok. Mindhárom frekvenciasáv esetében a hálózaton elérhető maximális sebesség 150 Mbit/s. A lefedett területeken eltér, hogy mely sávokon érhető el szolgáltatás. Törekszünk arra, hogy ügyfeleink számára mindenhol a lehető legjobb minőségű és megfelelő kapacitású hálózatot építsük ki, ezért a településeken a lakosság száma alapján megfelelő számú bázisállomást telepítünk és a műszakilag legcélszerűbb frekvenciákat alkalmazzuk. Általában a sűrűbben lakott, nagyobb lélekszámú településeket az 1800-as és 2600-as sávval szolgáljuk ki. A kisebb települések és a települések közti területek, közutak lefedése a 800-as 4G sávon valósul meg.

**Fontos tudnivaló a 4G-képes eszközökről**

*Az 4G technológia globálisan több frekvenciasávon is elérhető. Régióként (Európa, Észak-Amerika, Távol- Kelet stb.) eltér, hogy milyen sávokat használnak 4G szolgáltatásra. Egyes, más régiók számára gyártott készülékek nem támogatják az Európában, illetve Magyarországon használt sávokat.*

*Ezért telefon vásárlás előtt érdemes meggyőződni arról, hogy a kiszemelt készülék támogatja-e a Magyar Telekom és általában az európai operátorok által jellemzően használt 800, 1800 és 2600 MHz-es sávokat. A Magyar Telekom kizárólag a hálózatában használt összes frekvenciát támogató készülékeket forgalmaz. Egyéb forrásból vásárolt készülékek esetében célszerű a fenti 4G sávok támogatását ellenőrizni. Több olyan kevésbé ismert márkájú készülék is létezik, amik nem szerepelnek ilyen készülék-adatbázisokban, ezek megvásárlása előtt érdemes ügyfélszolgálatunk segítségét kérni.*

*A Telekom által forgalmazott 4G-képes telefonok*

**LTE = Long Term Evolution (hosszú távú fejlődés)**

*Az új, 4. generációs mobilhálózat számos olyan tulajdonsággal rendelkezik, amellyel az ügyfelek gyorsabb és még több lehetőséget kínáló mobilinternet-szolgáltatást vehetnek igénybe:*

- *letöltési sebesség: akár 150 Mbit/s; feltöltési sebesség: akár 50 Mbit/s (a le- és feltöltési sebesség a díjsomagtól és a lefedettségtől is függ),*
- *a lefedettségi területen az esetek 80%-ában véletlenszerűen mérve tapasztalható letöltési sebesség: 2000 kbit/s; feltöltési sebesség: 500 kbit/s,<sup>2</sup>*
- *kisebbségi késleltetési idő,*
- *nagyobb kapacitás, amely segítségével a 2G és 3G hálózattal összehasonlítva több felhasználó szolgálható ki egyszerre, nagyobb le- és feltöltési sebességgel,*
- *rugalmas sávszélesség-használat: a rendszer a felhasználók számának függvényében osztja ki az elemi erőforrás blokkokat,*
- *IP alapú technológia.*

Amennyiben további kérdésed van a lefedettséggel és a mobilinternettel kapcsolatban, olvass tovább!

*Kültéri lefedettség:*

*Az LTE-alapú mobilinternet szolgáltatás esetén a 13/2011. (XII. 27.) NMHH rendelet szerint meghatározott garantált sebesség a szolgáltatási területen belül az esetek 100%-ában 0 Mbit/s letöltés, illetve 0 Mbit/s feltöltés irányban. Az egységes definíciók\* szerint megadott szolgáltatási területre vonatkoztatva az esetek 80%-ában az LTE-alapú mobilinternet szolgáltatással elérhető sebesség legalább 2,00 Mbit/s (letöltés), illetve 0,50 Mbit/s (feltöltés). A megadott területen a mobilinternet szolgáltatás kültérben és bizonyos esetekben ezen területen belül az épületekben is igénybe vehető. A megadott területen LTE-WLAN routerrel és antennával az épületen belüli használat lehetősége biztosítottá válhat.*

*A 3G/HSPA-alapú mobilinternet szolgáltatás esetén a 13/2011. (XII. 27.) NMHH rendelet szerint meghatározott garantált sebesség a szolgáltatási területen belül az esetek 100%-ában 0 Mbps letöltés-, illetve 0 Mbps feltöltés irányban. Az egységesített definíciók\* szerint megadott szolgáltatási területre vonatkoztatva az esetek 80%-ában a 3G/HSPA-alapú mobilinternet szolgáltatással elérhető sebesség legalább 2,00 Mbps (letöltés), illetve 0,50 Mbps (feltöltés). A megadott területen a szolgáltatás kültérben és bizonyos esetekben ezen területen belül az épületekben is igénybe vehető.*

*A 3G-alapú mobilinternet szolgáltatás esetén a 13/2011. (XII. 27.) NMHH rendelet szerint meghatározott garantált sebesség a szolgáltatási területen belül az esetek 100%-ában 0 Mbps letöltés, illetve 0 Mbps feltöltés irányban. Az egységesített definíciók\* szerint megadott szolgáltatási területre vonatkoztatva az esetek 80%-ában a 3G- alapú mobilinternet szolgáltatással elérhető sebesség legalább 0,50 Mbps (letöltés), illetve 0,10 Mbps (feltöltés). A megadott területen a mobilinternet szolgáltatás kültérben és bizonyos esetekben ezen területen belül az épületekben is igénybe vehető.*

*A GPRS-alapú mobilinternet szolgáltatás esetén a 13/2011. (XII. 27.) NMHH rendelet szerint meghatározott garantált sebesség a szolgáltatási területen belül az esetek 100%-ában 0 Mbps letöltés, illetve 0 Mbps feltöltés irányban. Az egységesített definíciók\* szerint megadott szolgáltatási területre vonatkoztatva az esetek 80%-ában a GPRS alapú mobilinternet szolgáltatással elérhető sebesség legalább 0,03 Mbps (letöltés), illetve 0,008 Mbps (feltöltés). A megadott területen a mobilinternet szolgáltatás kültérben és bizonyos esetekben ezen területen belül az épületekben is igénybe vehető.*

*\*A „Mobil Internet Fórum MATRIX tervezet V14” (2008.12.11.) dokumentumban rögzített, a mobilszolgáltatók által elfogadott definíció.*

*1) További információ a 4G képességről az Általános szerződési feltételekben.*

*2) A lefedettségi terület egészére garantált sebesség 0/0 Mbit/s minden adathálózatonkra.”*

## **V.**

### **A vizsgált kereskedelmi gyakorlattal kapcsolatos bizonyítékok**

## V.1. A 4G hálózat tulajdonságairól eljárás alá vont által benyújtott bizonyítékok

70) Az eljárás alá vont azon állítását, hogy a Telekomnak van a „legnagyobb 4G hálózata” a lefedettségi térképekkel és sajtócikkkel kívánta bizonyítani.

### V.1.1. A „Legnagyobb 4G hálózat”

V.1.1.1. A lefedettségi térképek a kampány kezdete (2014. október 18.) és befejezése (2015. június 30.) körüli időpontokban

71) Az eljárás alá vont csatolta a Vodafone 2015. június 8-i állapot szerinti lefedettségi térképét:<sup>112</sup>

Vodafone Magyarország Zrt. hivatalos honlapja (2015. június 8-i állapot):

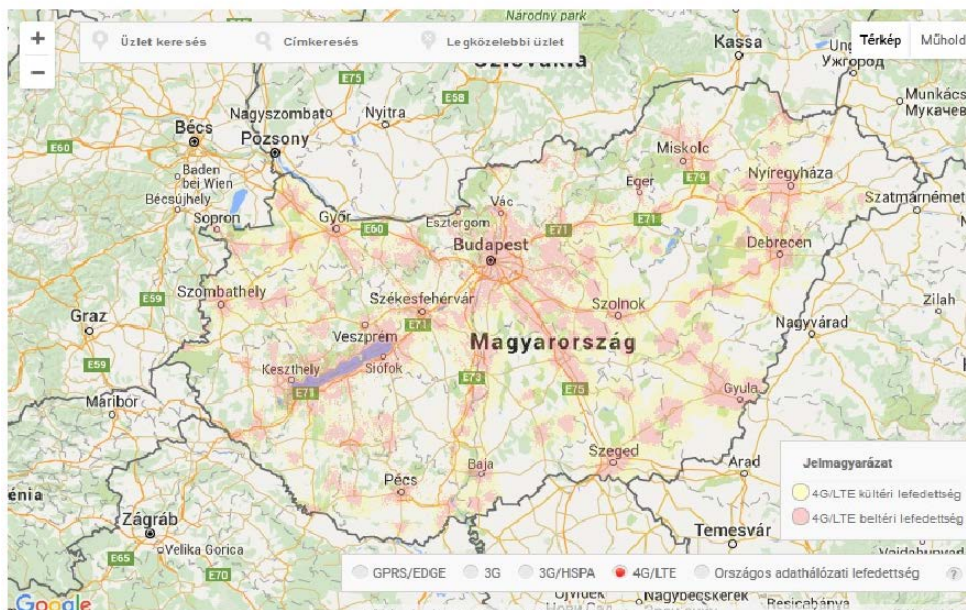


<http://www.vodafone.hu/lefedettségi-terkep>

72) Az eljárás alá vont csatolt egy 2015. november 3-án készített képernyőmentést a Vodafone elérhető 4G hálózata kapcsán:<sup>113</sup>

<sup>112</sup> VJ/104-11/2015., B/663-8/2015.

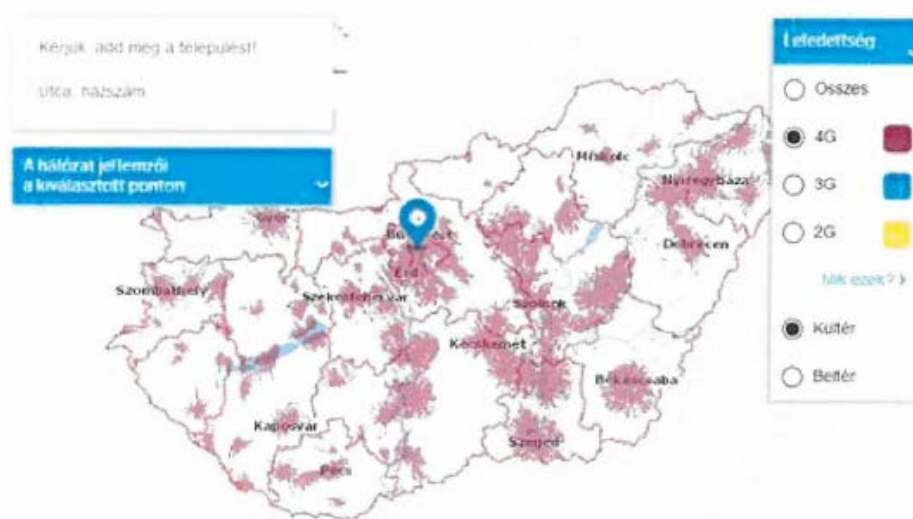
<sup>113</sup> VJ/104-4/2015.



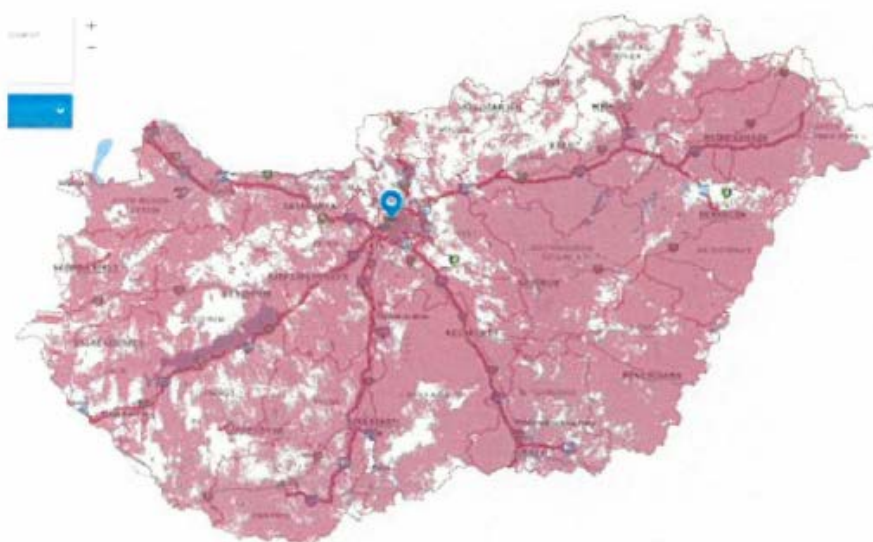
73) Az eljárás alá vont a Telenor vonatkozásában csatolta a 2014. október 17-ei és 2015. május 26-ai állapot szerinti lefedettségi térképeket: <sup>114</sup>

<sup>114</sup> VJ/104-11/2015., B/663-8/2015.

Telenor Magyarország Zrt. hivatalos honlapja (2014. október 17-i állapot):



(2015. május 26-i állapot)

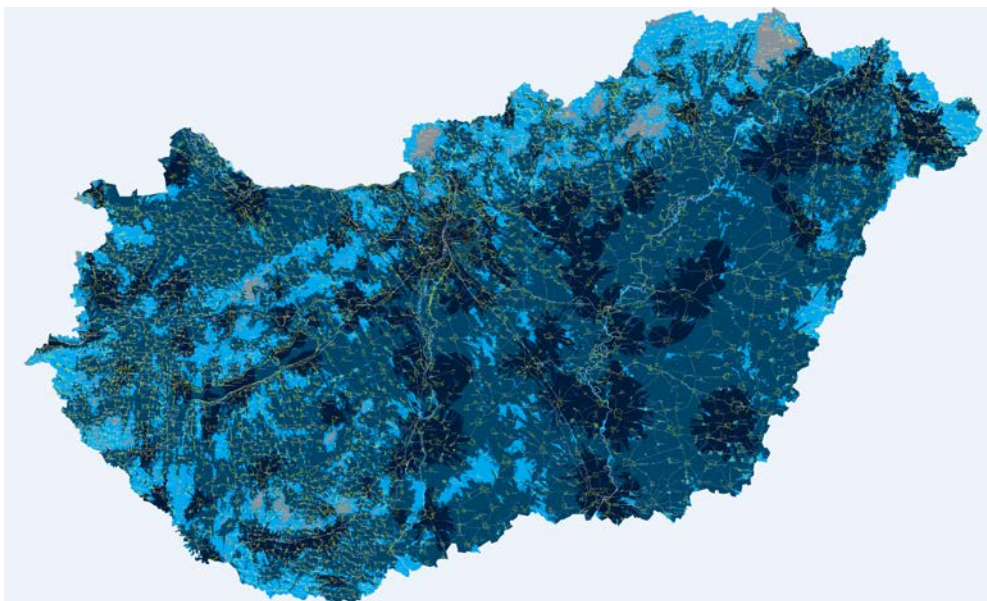


<https://www.telenor.hu/map/>

- 74) Az eljárás alá vont előadta továbbá, hogy a Telenor weboldalán közzétett lefedettségi térkép archívumban 2015. október 5-e előtti lefedettségi állapot tekintetében 2014. június 13-ai dátumú található. Az eljárás alá vont jelezte, hogy a lefedettségi térkép színezete eltér az archív és a jelenlegi (közzétett) verzióban, de minkét esetben a sötétkék szín jelzi a 4G-t.<sup>115</sup> A Telenor 2014. június 13-ai állapotú térképe:<sup>116</sup>

<sup>115</sup> VJ/104-4/2015.

<sup>116</sup> VJ/104-4/2015.



75) Az eljárás alá vont csatolta továbbá a Telekom 2014. október 18-ai és a 2016. május 31-ei állapot szerinti lefedettségi térképeket:<sup>117</sup>

---

<sup>117</sup> VJ/104-11/2015., B/663-8/2015.

Magyar Telekom Nyrt. 4G mobilinternet hálózati lefedettségének 2014. október 18-i állapota:

**A TELEKOM LTE-ALAPÚ MOBILINTERNET SZOLGÁLTATÁSÁNAK LEFEDETSÉGI TÉRKÉPE**

2014. október 18.



Magyar Telekom Nyrt. hivatalos honlapja (2015. május 31-i állapot):

**A TELEKOM LTE-ALAPÚ MOBILINTERNET SZOLGÁLTATÁSÁNAK LEFEDETSÉGI TÉRKÉPE**

2015. május 31.



<http://www.telekom.hu/mobil/lakossagi/ugyintezes/lefedettseg/lte>

76) Az eljárás alá vont a fentiekén kívül csatolta a Telekom 4G mobilhálózatra vonatkozóan közzétett lefedettségi térképeket, 2014. október 18-tól kezdődően, havi bontásban. <sup>118</sup>

<sup>118</sup> VJ/104-11/2015., B/663-8/2015.

#### V.1.1.2. Az eljárás alá vont által benyújtott sajtómegjelenések

77) Az eljárás alá vont több olyan sajtómegjelenést hivatkozott, melyek a 4G hálózatfejlesztéssel kapcsolatosak. A Telekom megjegyezte, hogy tisztában van azzal, hogy a sajtóban megjelent különböző hírek tartalma egyes tényállítások alátámasztásaként meglehetősen korlátozott lehet. A jelen esetben azonban egy olyan állításról van szó, amellyel kapcsolatosan minden szolgáltató saját érdeke az, hogy a sajtóban a lefedettségével kapcsolatosan pontos állítások jelenjenek meg, hiszen a fogyasztó számára a hálózat mérete és lefedettsége fontos, a fogyasztói döntési folyamatot befolyásoló tényező. Az eljárás alá vont előadása szerint az alábbi sajtómegjelenések erősítik a lefedettségi térképek alapján alátámasztott állítást.<sup>119</sup>

#### Szaklapok

78) <http://www.hwsz.hu/hirek/53154/telenor-hipernet-4g-lte-mobilnet-frekvencia-palyazat-szerzodes-nmhh.html><sup>120</sup> A cikk 2014. november 11-én jelent meg.<sup>121</sup>

*„A négy nyertes pályázó közül utolsóként a Telenor Magyarország is aláírta a Nemzeti Média és Hírközlési Hatóság 2014-es frekvenciapályázatát lezáró hatósági szerződést, így már csak napok kérdése, hogy a cég használatba vegye az elnyert frekvenciablokkokat. A norvég tulajdonú operátor gyors lefedettség-növelést ígér.*

*A rádiós hálózaton keresztül elérhető sáv szélességet nem, csak a lefedettséget növeli jelentős mértékben a Telenor Magyarország azoknak a frekvenciablokkoknak a bekapcsolásával, melyeket a Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság (NMHH) 2014-es frekvenciapályázatán nyert el. A Telenor már több mint egy éve elérhetővé tette a 150 megabites elméleti letöltési sáv szélességet kínáló 4G/LTE hálózatot ügyfelei egy része számára, az új generációs szolgáltatást pedig a múlt héten aláírt szerződésnek köszönhetően még több előfizető számára tervezi elérhetővé tenni.*

#### *Hipernet, 98 százalékos lefedettséggel*

*A Telenor a hatóság frekvenciapályázatán a "B" csomagot nyerte el, mely rendre egy 10, 2 és 20 MHz-es duplex blokkot tartalmaz a 800, a 900 és a 2600 MHz-es sávban. A szolgáltató a 800 MHz-es frekvenciasávban elsősorban a vidéki lefedettséget tudja majd bővíteni - itt nem lesz elérhető a frekvenciátalibb területeken nyújtott sáv szélesség, a szolgáltató minden bizonnyal a Magyar Telekomhoz és a Vodafone-hoz hasonlóan 60-70 Mbps maximális sáv szélességű 4G-s szolgáltatást nyújt majd az LTE800-as sávban.*

*A 900 MHz-es, GSM- és UMTS-szolgáltatásra egyaránt használható alapsávban a kibővített kapacitást vélhetően elsősorban a beszédhang-szolgáltatások javítására, azaz a hangminőség és más beszédparaméterek fejlesztésére fogja felhasználni a szolgáltató, míg a 2600 MHz-es blokkokat leginkább a sűrűn lakott, frekvenciátalibb területek forgalomelvezetéséhez fogja igénybe venni a Telenor.*

*A cég az új frekvenciák bekapcsolását követően három éven belül 98 százalékos 4G-s lefedettséget ígér (a mostani 4G-s lefedettség nagyjából 50%), ugyanennyi idő alatt pedig az ezer főnél kisebb lélekszámú települések 67,57 százalékát kívánja lefedni a szolgáltató. A Telenor egyébként a három operátor közül a legkonzervatívabb vállalatokat tette a*

<sup>119</sup> VJ/104-4/2015.

<sup>120</sup> VJ/104-4/2015.

<sup>121</sup> A HWSZ Online Informatikai Hírmagazin egy magyar tulajdonban lévő, magyar nyelvű Informatikai szaklap. (Wikipédia)

kistelepülések lefedését illetően, noha ez a pályázat elbírálásánál kiemelten fontos szempontnak számított az A, a B és a C csomag odaítélése kapcsán.

A szolgáltató közleményében hangsúlyozza, a cég a szerződés aláírását követően korábban kétszer gyorsabb ütemben folytatja a hálózatfejlesztést, a következő három évben pedig mintegy 15-20 milliárd forintot fog költeni a fejlesztésekre. A Telenornak még így sem ez volt a legnagyobb hálózatmodernizációs projektje, a kínai ZTE-vel 2010-ben aláírt hálózatmodernizációs program ugyanis "listaáron" 200 millió eurós beruházásról szólt - jöllehet a szolgáltató által kifizetett pontos összegre soha nem derült fény.

#### *Helyzeti előnyök*

Már a ZTE hálózati infrastruktúra-elemeire építve 2012 derekán a szolgáltató az országban másodikként bekapcsolta az első LTE-s állomásokat, majd valamivel több mint egy évvel később - a hatósággal kötött spektrumharmonizációs megállapodásnak köszönhetően - 150 Mbps-re emelte a hálózat csúcssebességét, ezzel az ország leggyorsabb mobilnet-elérését biztosítva. A Telenort végül e téren idén októberben érte utol a Magyar Telekom, mely a pályázatot követően elsőként írt alá hatósági szerződést az NMHH-val, és azonnali hatállyal megduplázta a 4G/LTE hálózat sávszélességét, az országos lefedettséget pedig 53 százalékról egyetlen nap alatt 73 százalékra emelte.

A pályázat nyertesei közül a Vodafone Magyarország és a DIGI egyaránt nyújt majd 4G/LTE szolgáltatást az új frekvenciablokkok használatba vételét követően, a részletekről azonban eddig egyik szolgáltató sem nyilatkozott.”

79) <http://bitport.hu/a-hipernet-lefedettséget-növeli-az-uj-frekvenciaival-a-telenor><sup>122</sup> A cikk 2014. november 12-ei.<sup>123</sup>

„A Hipernet lefedettségét növeli új frekvenciáival a Telenor

A mobilszolgáltató is aláírta az NMHH-val a hatósági szerződést. 3 éven belül már az 1000 fősnél kisebb települések 67 százaléka használhatja a Telenor 4G-s hálózatát.

A Telenor is aláírta a Nemzeti Média- és Hírközlési Hatósággal (NMHH) a legutóbbi frekvenciapályázaton elnyert frekvenciablokkok használatbavételéhez szükséges hatósági szerződést. Az új blokkokat elsősorban arra használják majd, hogy növeljék a cég Hipernet szolgáltatásának lefedettségét (a Hipernet letöltési sebességének elméleti maximuma 150 Mbps).

A legutóbbi frekvenciatenderen a Telenor 31,7 milliárd forintért egy 10 MHz-es blokkhoz jutott a 800 MHz-es sávban, egy 2 MHz-es blokkhoz a 900 MHz-es sávban, és egy 20 MHz-es blokkhoz a 2600 MHz-es sávban. A frekvenciablokkokat elsősorban arra fordítják, hogy 3 éven belül a lakosság 98 százalékára kiterjesszék a 4G lefedettséget. A cég mintegy 15-20 milliárd forintot fordít hálózatfejlesztésre.

Első körben – hónapokon belül – teljes lesz a Hipernet lefedettsége Budapesten, majd a Balaton melletti települések és a nagyvárosok következnek. A Telenor pályázatában kötelezettséget vállalt arra, hogy a 4G-lefedettséget a kisebb településeken is intenzíven növeli 2018-ig. Az 1000 fősnél kisebb települések 19,71 százalékát egy éven belül lefedik, a

<sup>122</sup> Vj/104-4/2015.

<sup>123</sup> A Bitport informatikával, elsősorban az informatika üzleti vetületével foglalkozó internetes lap, kiadója a saját munkatársak tulajdonában levő Bitport.hu Média Kft. (Wikipédia)

800 MHz-es sávban pedig három éven belül a 67,57 százalékos lefedettség elérése a cél. Ehhez a jelenleginél kétszer gyorsabb ütemben folytatják a hálózatfejlesztést – ígéri a cég.”

- 80) [http://hirek.prim.hu/cikk/2014/11/12/elinditotta\\_a\\_vodafone\\_4g-s\\_szolgaltatasat](http://hirek.prim.hu/cikk/2014/11/12/elinditotta_a_vodafone_4g-s_szolgaltatasat)<sup>124</sup> A cikk 2014. november 12-ei.<sup>125</sup>

„Alig néhány nappal a szükséges hatósági engedélyek beszerzését követően a Vodafone Budapest belvárosában elindította a korábbinál gyorsabb mobilinternet hozzáférést nyújtó 4G szolgáltatását - erősítette meg a Vodafone sajtóosztálya.

Elmondták, hogy a Vodafone szélessávú 3G mobilinternet hálózata jelenleg az ország 98,4 százalékát fedi le és a hálózaton az ország nagy részén ma is elérhető a másodpercenkénti 42 megabites sáv szélesség, amely a 4G szolgáltatás aktiválásával egyre többek számára 75 megabitre fog nőni.

A Vodafone a közeljövőben Budapest mellett tíz nagyvárost - Debrecen, Szeged, Miskolc, Pécs, Győr, Nyíregyháza, Kecskemét, Székesfehérvár, Szolnok, Békéscsaba - fed le az új szolgáltatással, amelyet a Red szolgáltatáscsomagok előfizetői minden többletköltség nélkül vehetnek igénybe. A 4G szolgáltatás igénybevételéhez a Vodafone széles készülék választékkal is készül, a karácsonyig tartó időszakban a kínálatban mintegy 40-féle 4G-képes okostelefon és táblagép lesz elérhető. A cég bevezet egy új csomagot is, amely a családoknak tesz lehetővé megtakarítást.

A Vodafone Magyarország november 3-án írta alá a Nemzeti Média- és Hírközlési Hatósággal (NMHH) a pályázaton nyert frekvenciák használatba vételéhez szükséges hatósági szerződést. A mobilszolgáltató társaság két frekvenciacsomagot nyert el 30,2 milliárd forintért a 800 megahertzes (MHz) és 2600 megahertzes frekvenciasávban. Vállalása szerint három éven belül az összes magyarországi település 81,64 százalékát lefedi 4G szolgáltatással az új frekvenciakészlet felhasználásával.”

- 81) <http://www.hwsz.hu/hirek/54599/vodafone-4g-lte-mobilnet-halozat-orzagos-lefedettseg.html><sup>126</sup> A cikk 2015. október 5-ei.

„Néhány hónapon belül teljesen felzárkózhat két versenytársához a Vodafone Magyarország a 4G-s kiépítettség terén, az új generációs hálózat pedig mindenkinek hozzáférhetővé válik majd, akinek 4G-képes okostelefonja van.

Idén év végére gyakorlatilag minden, 4G-képes okostelefonnal rendelkező Vodafone-előfizető számára elérhetővé válik majd a szolgáltató új generációs hálózata - tartózkodjanak bárhol az országban -, ezzel a brit tulajdonú operátor behozhatja a 4G-s hálózat kiépítettségével kapcsolatos lemaradását két versenytársával, a Telenorral és a Telekommal szemben. A gyorsabb hálózat ráadásul minden megkülönböztetést nélkülöz majd, a használat egyetlen feltétele az lesz, hogy 4G-képes készülékkel rendelkezzen az ügyfél.

A Vodafone Magyarország két versenytársához hasonlóan a Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság tavalyi frekvenciapályázatán nyert új, 4G/LTE-szolgáltatások nyújtására alkalmas frekvenciablokkokat, az új generációs hálózat első elemeit pedig tavaly novemberben kapcsolta be. A Vodafone-nak ezt megelőzően egyáltalán nem volt 4G-s hálózata versenytársaival ellentétben, a piros logós szolgáltató ugyanakkor már évekkel korábban

<sup>124</sup> Vj/104-11/2015., B/663-8/2015.

<sup>125</sup> A prim.hu a Vertika Alkalmazásszolgáltató Kft. által kiadott internetes informatikai hírportál.

<sup>126</sup> Vj/104-4/2015.

csaknem teljes, országos lefedettségű 3G-s hálózatot biztosított a 900 MHz-es sáv egyes blokkjainak felhasználásával.

A cég tavaly novemberét követően eleinte szigetszerűen, a forgalmasabb területeket lefedve kapcsolta be a 4G-s cellákat, így idén először a Balaton környékén, majd később, az ősz elején a fővárosban ígért 99%-os 4G-lefedettséget. A lényegesen jobb hullámterjedési mutatókkal rendelkező 800 MHz-es sávot használó állomások bekapcsolása lehetővé tette, hogy a rurális területekre is elvigye a szolgáltató a gyors hálózatot.

Fontos különbség a két versenytárs, illetve a Vodafone 4G-s hálózta közt, hogy utóbbi a 800 MHz-es cellákban legfeljebb 75 Mbps kapacitást tud biztosítani, míg a 2600 MHz-es 4G-s állomások ennek dupláját tudják szolgáltatni. A Telekom és a Telenor idén év eleje óta részleges hálózatmegosztással közösen üzemeltetik saját, 800 MHz-es állomásaikat, így a megduplázott frekvenciakeretnek köszönhetően a két szolgáltatónál a 4G/LTE hálózat sávszélessége egységesen, frekvenciafüggetlenül 150 Mbps.

A két rivális lépése kapcsán a Vodafone vezérigazgatója, Diego Massidda korábban a HWSW kérdésére úgy reagált, hogy a cég egymaga több 800 MHz-es állomást épít majd határidőre, mint két versenytársa - jóllehet ezzel kapcsolatos konkrétumokat egyelőre nem tett közzé a szolgáltató. A vezérigazgató emellett felhívta a figyelmet, hogy a hálózatok összekapcsolása a nyilvánvaló költségoptimalizáláson túl komoly kihívás elé állítja a mérnöki csapatokat is, különösen a főváros peremén lévő puffer-zónában - a Telekom és a Telenor ugyanis a fővárosban nem, csak vidéken osztja meg hálózati erőforrásait.”

#### Napilapok

82) <http://mno.hu/media/egy-ev-mulva-majdnem-teljes-lehet-a-4g-lefedettseg-1261041><sup>127</sup> A cikk 2014. december 1-jei.

„Egy év múlva majdnem teljes lehet a 4G-lefedettség

Csaknem teljes 4G-s lefedettséget ígérnek a szolgáltatók 2015 végére – írta a Népszabadság.

A lap hétfői számában a szolgáltatók közlése alapján ismertették: a Telekom idén októberre 73 százalékra növelte lefedettséget. A jelenlegi 75 százalékos lefedettséget 2015 elejére 80 százalékra, a jövő év végére pedig 93 százalékra tervezik növelni.

A Telenor 4G-hálózata 2014 végére az ország felén lesz elérhető, a jövő év végére viszont már 90 százalék körüli lefedettséggel számolnak.

A Vodafone versenytársainál lassabb ütemben fejleszti 4G-s hálózatát, a jövő év végére 50 százalék feletti lefedettséget terveznek. Jelenleg Budapesten érhető el ügyfelek számára a 4G, jövőre tíz nagyvárost kapcsolnak be az új szolgáltatásba.

A lap megjegyzi, hogy a 4G-s mobilinternet-hálózat csak az erre alkalmas mobiltelefonokkal érhető el, ezek a készülékek már minden árkategóriában megtalálhatók a szolgáltatóknál.”

83) „Népszabadság, 2014. december 1. Gyorsítósávon a mobilinternet<sup>128</sup> Varga G. Gabor

A 4G-s telefonok lesznek az idei karácsony slágerei, immár mindhárom szolgáltatónál mindegyik árkategóriában lehet olyan készüléket kapni, amely a legújabb technológiával csatlakozik a mobilnethálózatra. A lefedettség ma még meglehetősen változó, de 2015 végére már csaknem teljes lehet.

<sup>127</sup> VJ/104-4/2015.

<sup>128</sup> VJ/104-11/2015., B/663-8/2015.

Feljebb kapcsolnak a hazai mobilcégek: miután eldőlt, hogy nem lesz internetadó, hozzáláttak hálózataik erőltetett ütemű fejlesztéséhez a szeptemberben összesen 130 milliárd forintért megszerzett szabad frekvenciákon. Ez rá is fér a magyar mobilhálózatokra, amelyek ugyan nemzetközi összehasonlításban jó minőségűnek számítanak, am az utóbbi időben a forgalmasabb területeken sokszor mar csak dőcögve tudták kiszolgálni az előfizetőket. Az akadozás oka a legtöbb esetben az, hogy a mobilcégeknek az ideálisnál jóval kevesebb frekvencián kellett biztosítaniuk a mobilnet-szolgáltatást. Rendszeresen elmegy a készülék térereje, leakad a 3G-hálózatról és a normál adatátvitellel szinte semmilyen szolgáltatásra nem képes. A kijelző szerint ugyan van 3G, de mégsem jönnek meg az e-mailek, nem működik a Facebook, az akkumulátor pedig melegszik és merül – e bosszantó jelenségek sokaknak ismerősek lehetnek a fővárosból és a Balaton környékéről is. A túlsúfolt mobilhálózatok tipikus tünetei ezek, pedig nem keveset fizetünk a szolgáltatásért. Az ár kapcsán persze jó, ha tudjuk: uniós összehasonlításban az egy előfizetőre jutó átlagos bevétel Magyarországon az egyik legalacsonyabb, miközben a mobilhálózatok kiépítése itt sem olcsóbb, mint máshol. Nem csoda, ha mind a mobilcégek, mind az ügyfelek nagyon várják az újonnan elnyert frekvenciák bekapcsolását. A tízmilliárdok mellett, amit a cégek már kifizettek a sávokért, naponta súlyos pluszmilliókat jelent a frekvenciahasználati díj onnantól, hogy bekapcsolják a szolgáltatást az új sávokon. A Telekom és a Telenor azonnal nagyot lépett, s a meglévő 3G-hálózat helyett inkább a 4G/LTE rendszer fejlesztésére koncentrálnak az új frekvenciákon. Október közepén a Telekom 73 százalékra növelte lefedettségét, mire bekapcsolták az új spektrumokat, köszönhetően annak, hogy az új berendezéseket felszerelték, s a hatósági szerződés aláírásának napján csak fel kellett kapcsolni a szolgáltatást. A jelenlegi 75 százalékos érték év elejére 80-ra nő, 2015 végére pedig eléri a 93 százalékos – közölte lapunkkal a Magyar Telekom, hozzátéve, hogy jelenleg a 3G lefedettsége 83 százalékos. A Telenor 4G-hálózata év végére az ország területének közel felén lesz elérhető, egy évre rá 90 százalékos jeleznek előre – tájékoztatták lapunkat. A Vodafone 3G-s mobilinternet-hálózata jelenleg az ország 98,4 százalékát fedi le, ennek nagy részén elérhető a 42 megabites sávszélesség, ami a 4G-szolgáltatás aktiválásával egyre többek számára 75-re nő. Ez utóbbi lassabb ütemben, mint a két versenytársánál: jelenleg Budapest belvárosi részein elérhető az LTE szolgáltatás, jövő év végére a Vodafone az ország több mint felét lefedi az új 4G-vel. Budapest mellett 10 nagyvárost: Debrecent, Szegedet, Miskolcot, Pécsét, Győrt, Nyíregyházát, Kecskemétet, Székesfehérvárt, Szolnokot, Békéscsabát kapcsolják be a hálózatba. A gyors mobilhálózatok mit sem érnek 4G-képes készülékek nélkül. A Telenornál nagyjából ötvenféle 4G-s készülék, mobiltelefon, táblagép és modem található. A Telekom kínálatában 24 készülék képviseli az alsó- és középkategóriát, míg 19 a felső kategóriás 4G-s okostelefon. Hat olcsóbb és kilenc prémium táblagép mellett van USB-stick és mobil wifirouter is, ami 4G-s. A Vodafone kínálatában 31féle LTE-s mobiltelefon és hatféle táblagép szerepel, köztük egy forintért elvihető okostelefon és táblagép – hűségszerződés mellett.”

## V.2. Az eljárás alá vont által kínált szolgáltatáscsomagok sávszélességei

84) A Telekom több fajta szolgáltatáscsomagot biztosít a fogyasztók részére, melyekben meghatározásra kerül az elérhető maximális sebesség mértéke. Az alábbiakban ezen csomagok kerülnek bemutatásra, az általuk elérhető sebesség mértékével és az adott csomagot felhasználók számával együtt.<sup>129</sup>

85) [üzleti titok]

---

<sup>129</sup> VJ/104-57/2015.

86) [üzleti titok]

[üzleti titok]

87) [üzleti titok]

88) [üzleti titok]<sup>130</sup>

[üzleti titok]

89) [üzleti titok]

90) [üzleti titok].

91) [üzleti titok]:<sup>131</sup>

- [üzleti titok]

92) [üzleti titok]:

- [üzleti titok]

93) [üzleti titok]

94) [üzleti titok].<sup>132</sup>

95) [üzleti titok].<sup>133</sup>

96) Az eljárás alá vont tudomása szerint mind a Telenor, mind pedig a Vodafone díjcsomag-palettáján szerepelnek olyan díjcsomagok, amelyek az adott szolgáltató által használt technológia által elérhető sáv szélességhez képest korlátozott sáv szélességet tartalmaznak. A sáv szélességi adatokat a szolgáltatók díjszabása tartalmazza.<sup>134</sup>

97) Az eljárás alá vont arra vonatkozóan, hogy van-e a fogyasztónak lehetősége választani az alkalmazni kívánt 2G, 3G, 4G hálózatok között, az alábbiakat adta elő. A fogyasztónak van módja választani a szolgáltató által biztosított technológiák közül manuálisan, amennyiben a felhasználói készülékben beállítva korlátozza a számára elérhető technológiá(ka)t (készülékfüggően az esetek túlnyomó többségében van erre lehetőség). A beállítási lehetőségek a készülékek nagy részén az alábbiak.<sup>135</sup>

- Csak 2G,
- 2G és 3G,
- 2G, 3G és 4G.

Azonban a kiválasztott beállításon belül elérhető technológiák között már nincs lehetősége a fogyasztónak hálózatot választani, a használt technológia a szolgáltató hálózatának tulajdonságain múlik.<sup>136</sup>

### V.3. A „150Mbit/s”

98) Az eljárás alá vont előadta, hogy a Telekom 2014. október 18-án az 1800MHz-es hálózatát 10MHz-ről 20MHz-es sáv szélességre növelte a frekvencia pályázaton elnyert

---

<sup>130</sup> VJ/104-57/2015. 1. számú melléklet

<sup>131</sup> VJ/104-57/2015. 1. számú melléklet

<sup>132</sup> Vj/104-26/2015.

<sup>133</sup> Vj/104-77/2015., Vj/27-10/2016.

<sup>134</sup> Vj/104-77/2015., Vj/27-10/2016.

<sup>135</sup> Vj/104-77/2015., Vj/25-11/2016.

<sup>136</sup> Vj/104-77/2015., Vj/25-11/2016.

1800MHz-es spektrumblokk segítségével, amely fizikai réteg szinten (L1) a 3GPP TS 36.213 szabvány szerint 150,752Mbps sebesség elérését teszi lehetővé letöltési irányban. A Telekom az iparágban világszerte szokványosan használt fizikai réteg sebességek alapján adta meg a 150Mbps sebességet (mind a szolgáltatók, mind a készülék- és bázisállomás gyártók kommunikációjában a fizikai réteg megjelölése a szokványos). Jellemzően a magyarországi versenytársi kommunikációban is fizikai réteg sebességre vonatkoznak a számértékek, pl. akár a Vodafone által publikált 14,4Mbps, 21Mbps, 42Mbps sebességű 3G hálózatról ([http://itcafe.hu/hir/vodafone\\_huawei\\_halozat\\_3g\\_lte\\_900\\_mhz\\_lefedettseg.html](http://itcafe.hu/hir/vodafone_huawei_halozat_3g_lte_900_mhz_lefedettseg.html)), vagy a Telenor által a 150Mbps vagy 300Mbps sebességű LTE hálózatról (<http://bitport.hu/duplazza-a-sebesseget-4g-n-a-telenor-pr>) kiadott publikációi.<sup>137</sup>

- 99) Az eljárás alá vont előadta, hogy a 150Mbps sebességet egy 20MHz-es vivőszélességű 4G cellában nagyon jó rádiós körülmények között és a sebességet megfelelően kezelni képes felhasználói készülékkel lehet elérni a fizikai réteg szintjén. Több 4G frekvenciasáv összefogásával (ún. vivőösszefogással, vagy angolul Carrier Aggregation-nel) névlegesen (fizikai réteg szinten) 300Mbps sebesség is elérhető, de az applikációs réteg szinten is bőven 250Mbps feletti sebesség érhető el jó rádiós körülmények között, amennyiben a fogyasztó vivőösszefogásra képes készülékkel rendelkezik.<sup>138</sup>

#### V.4. Hatósági szerződés, megállapodás

##### V.4.1. Hatósági szerződés

- 100) [üzleti titok]  
101) [üzleti titok]  
102) [üzleti titok]  
103) [üzleti titok]

[üzleti titok].<sup>139</sup>

##### V.4.2. Frekvencia Haszonbérleti Megállapodás a Telekom és a Telenor között

- 104) Frekvencia Haszonbérleti Megállapodás a teljesség igénye nélkül az alábbiakat tartalmazza:<sup>140</sup>

„ELŐZMÉNYEK

(C) 2014. október 17-én a Telekom kérelmére a NMHH frekvenciakijelölési határozatot hozott (a Telekom Frekvenciakijelölés), amely alapján a Telekom megszerezte a Telekom Hatósági Szerződésben foglalt rádiófrekvenciák használati jogát. 2014. október 17-én az NMHH keretengedély formájában rádióengedélyt adott a 801-811/842-852 MHz (2x2x5 MHz azaz 20 MHz) rádiófrekvencián működő országos, egyebek mellett LTE technológiával működtethető mobiltelefon rádióhálózat üzembe helyezésére. [üzleti titok] napján a Telekom üzembe helyezte ezen LTE technológiával működő rádióhálózatának első kereskedelmi forgalmazást bonyolító bázisállomásait.

<sup>137</sup> VJ/104-57/2015.

<sup>138</sup> VJ/104-57/2015.

<sup>139</sup> A dBi és a dBm rádiótechnikai fogalmak antennák és vezeték nélküli hálózati eszközök teljesítményének kifejezésére, lásd pl. <http://www.secron.hu/radiotechnika.html>

<sup>140</sup> VJ/104-11/2015., VJ/18-8/2015. 1. számú melléklet

(D) 2014. november 18-án a Telenor kérelmére a NMHH frekvenciakijelölési határozatot hozott (a Telenor Frekvenciakijelölés, a Telekom Frekvenciakijelölés és Telenor Frekvenciakijelölés együttesen a Frekvenciakijelölés), amely alapján a Telenor megszerezte a Telenor Hatósági Szerződésben foglalt rádiófrekvenciák használati jogát. 2014. november 18-án az NMHH keretengedély formájában rádióengedélyt adott a 811-821/852-862 MHz (2x2x5 MHz azaz 20 MHz) rádiófrekvencián működő országos, egyebek mellett LTE technológiával működtethető mobiltelefon rádióhálózat üzembe helyezésére. [üzleti titok] napján a Telenor üzembe helyezte ezen LTE technológiával működő rádióhálózatának első kereskedelmi forgalmazást bonyolító bázisállomásait.”

- 105) A Frekvencia Haszonbérleti Megállapodás alapján a Telekom haszonbérbe adta a Telekom frekvenciákat (801-811/842-852 MHz) a Telenor számára, a Telenor haszonbérbe adta a Telenor frekvenciákat (811-821/852-862 MHz) a Telekom számára az Együttműködési Megállapodásban és a Haszonbérleti Megállapodásban rögzítettek szerint.

## „2.2 A Haszonbérlet területi hatálya

(a) A Haszonbérlet Budapest területét kivéve Magyarország egészére kiterjed ...

(b) Az Együttműködési Megállapodásban meghatározott átmeneti időszakban, a Közös RHH kiépítése során (az **Átmeneti Időszak**) [üzleti titok] Az Átmeneti Időszakban a Felek által használt bázisállomások körét a Felek az Együttműködési Megállapodás alapján közösen határozzák meg, amelynek során figyelemmel vannak a Közös RHH hatékony kiépítésére, a káros zavarások elkerülésére, és az alkalmazandó jogszabályokban és hatósági határozatokban foglaltakra

(c) Az Átmeneti Időszak végét követően, a Telenor Budapest kivételével Magyarországnak a Duna vonalától nyugatra fekvő területén (a Telenor Területek) szerez használati jogot a Telekom Frekvenciák használatára a Közös RHH általa üzemeltetett bázisállomásain, ezen a területen a Telekom Frekvenciákat a jelen Szerződés tartama alatt a Telekom nem használja. Az Átmeneti Időszak végét követően a Telekom fenntartja magának a Telekom frekvenciákra vonatkozó használati jogát Magyarországnak a Duna vonalától keletre fekvő területén (a Telekom Területek) illetve Budapesten, és ezeken a területeken a Telekom Frekvenciákat a Telenor nem használja.

(d) Az Átmeneti Időszak végét követően, a Telekom Budapest kivételével Magyarországnak a Duna vonalától keletre fekvő területén (a Telekom Területek) szerez használati jogot a Telenor Frekvenciák használatára a Közös RHH általa üzemeltetett bázisállomásain, ezen a területen a Telenor Frekvenciákat a jelen Szerződés tartama alatt a Telenor nem használja. Az Átmeneti Időszak végét követően a Telenor fenntartja magának a Telenor frekvenciákra vonatkozó használati jogát Magyarországnak a Duna vonalától nyugatra fekvő területén (a Telenor Területek), illetve Budapesten, és ezeken a területeken a Telenor Frekvenciákat a Telekom nem használja.”

- 106) [üzleti titok].<sup>141</sup>

- 107) A Megállapodások a mobil hálózat elemei közül azonban csak a felek rádió-hozzáférési hálózatai (a **RAN**, vagy **RHH**) egy részére terjednek ki. Az RHH a rádió-hozzáférési hálózat, a mobil rádióhálózat azon része, amelyik közvetlen rádiókapcsolatban

---

<sup>141</sup> VJ/104-19/2015., 1. számú melléklet

van az előfizetők készülékeivel és összeköti azokat a szolgáltató core hálózatával („core network”-jével).<sup>142</sup>

108) A Megállapodás kizárólag a felek a 800 MHz-en működő 4G (LTE) RHH-inak Budapesten kívüli részeire terjednek ki (a Megosztott RHH, a Megállapodásban: Common RAN). A Telekom (és a Telenor is) a Megosztott RHH-n kívül több más RHH-t is üzemeltet, amelyekre azonban a Megállapodások nem terjednek ki. A Telekom a Megosztott RHH-n kívül még a következő rádió hálózatokat üzemelteti:<sup>143</sup>

- LTE RHH-t, 800 MHz frekvencián, Budapesten;
- LTE RHH-t, 1800 MHz frekvencián (és néhány bázisállomással a 2600 MHz frekvencián);
- 3G és 2G RHH-kat 900, 1800 és 2100 MHz frekvenciákon.

109) A Megállapodás lényege, hogy a felek a Megosztott RHH-t egy földrajzi megosztásban építik ki és üzemeltetik:<sup>144</sup>

- az ország keleti felében (Budapestet nem ideértve) (a Telekom Terület, a Megállapodás szóhasználatával: Telekom Area) kizárólag a Telekom építi ki a Megosztott RHH-t (a Telekom RHH, a Megállapodások szóhasználatában: a Telekom RAN)
- az ország nyugati felében (Budapestet nem ideértve) (a Telenor Terület, a Megállapodás szóhasználatával: Telenor Area) kizárólag a Telenor építi ki a Megosztott RHH-t (a Telenor RHH, a Megállapodások szóhasználatában: a Telenor RAN)

110) A Telekom és a Telenor a Megosztott RHH aktív elemeit (vagyis eNodeB-ket) megosztott üzemben működteti, „multi-operator core network” (MOCN) elv alapján. Ez azt jelenti, hogy a Megállapodás alapján csak az adott bázisállomások aktív elemei vannak megosztva, a core hálózat mindkét szolgáltatónak sajátja marad, és nem is kapcsolódik a partner szolgáltató core hálózatához. Ennek következtében a Megosztott RHH működése a következő leglényegesebb elemekben tér el a megosztásban részt nem vevő RHH-k működésétől:<sup>145</sup>

- Az ügyfelek oldaláról: Mindkét szolgáltató ügyfeleinek a készülékei képesek csatlakozni a Megosztott RHH bármely bázisállomására, függetlenül attól, hogy a Telekom Területen vagy a Telenor Területen tartózkodnak. Tehát pl. az ország nyugati felében (pl. a Balatonnál) nem lesz Telekom RHH, vagyis a Telekom tulajdonában álló 800 MHz-en működő LTE eszköz. Ehelyett a Telekom előfizetők készülékei ezen a területen automatikusan a Telenor RHH részét képező LTE 800 MHz bázisállomásokhoz csatlakoznak majd.
- A core hálózatok irányába: Bár mindkét szolgáltató ügyfele képes csatlakozni akár a Telekom RHH-hoz, akár a Telenor RHH-hoz (attól függően, hogy az adott területen melyik érhető el), a Telekom és a Telenor RHH is minden ügyfél forgalmát a saját szolgáltatójának core hálózatába irányítja. A fenti példa esetén

<sup>142</sup>VJ/104-10/2015., VJ/18-17/2015.

<sup>143</sup>VJ/104-10/2015., VJ/18-17/2015.

<sup>144</sup>VJ/104-10/2015., VJ/18-17/2015.

<sup>145</sup>VJ/104-10/2015., VJ/18-17/2015.

tehát, ha egy Telekom előfizető a Balaton környékén csatlakozik a Telenor RAN-hoz, ebben az esetben is az előfizető forgalmát a Telenor RAN átadja a Telekom core hálózatába. (Ennek érdekében a Telekom és a Telenor RHH-k nem csak a saját core hálózatukkal állnak kapcsolatban, hanem kiépítésre került egy kapcsolat a másik szolgáltató core hálózata felé is – core hálózatok között azonban nincs kapcsolat).

- 111) A Megállapodások alapján működtetett MOCN típusú hálózat másik fontos jellemzője, hogy a felek ezeket a frekvenciákat a Megosztott RAN-ban közösen használják. Ez azt jelenti, hogy a Megosztott RAN mindkét fél frekvenciáit felhasználva 2x20 MHz sáv szélességen sugározza ki az LTE vivőt. (A megosztásban részt nem vevő Budapesten ezzel szemben a felek csak külön-külön tudják használni a frekvenciákat, és ezért Budapesten a 800 MHz tartományban csak 10 MHz sáv szélességű LTE vevőt tudnak működtetni.)<sup>146</sup>

## **V.5. Az NMHH jogsegély keretében szolgáltatott adatai<sup>147</sup>**

### **V.5.1. A lefedettségről**

- 112) Az NMHH a mobil szolgáltatók hálózatainak „3G” és „4G” lefedettségét 2015. május 18-tól rendszeresen méri, és mérési eredményeit 2015. augusztus 19-től a <http://szelessav.net/> weblapon publikálja. Az NMHH előadta, hogy az eddig keletkezett mérési eredményekből azonban még nem kaphatunk teljes körű képet a szolgáltatók hálózatainak országos lefedettségére, különösen nem azok időbeli változásaira. Ilyen adatokkal a szolgáltatók - köztük a Magyar Telekom Nyrt. - rendelkeznek, melyeket a weboldalukon kötelesek közzétenni.<sup>148</sup>

- 113) A szolgáltatók kötelezettségeit egyebek mellett a 6/2011. (X. 6.) NMHH rendelet, valamint a 13/2011. (XII. 27.) NMHH rendelet szabályozza.<sup>149</sup> Utóbbi kimondja, hogy:<sup>150</sup>

*„A szolgáltatónak kötelessége az internetes honlapján kereshető, tárolható és nyomtatható formában közzétenni a kínált és garantált sebességet.” [3. § (4) és 7. § (2)]*

*„A szolgáltatásra vonatkozó minden reklámban fel kell tüntetni mind a garantált, mind a kínált le- és feltöltési sebességet.” [7. § (3)]*

*„A szolgáltatót érintő hatósági eljárásban a szolgáltatót terheli annak bizonyítása, hogy az előfizetői hozzáférési pont alkalmas a kínált sáv szélesség elérésére. Ha egy ellenőrzéssel a szolgáltató megállapítja, hogy a szolgáltatás nem megfelelő, a minőség helyreállítását haladéktalanul meg kell kezdenie.” [8. § (2)]*

*„Mobilinternet-hozzáférés esetén a szolgáltatónak országos lefedettségi térképet kell közzétennie a weboldalán, amelynek segítségével az előfizetők a feltüntetett adatok alapján a szolgáltatás minőségéről megbízható információhoz jutnak. Ezt a térképet az ügyfélszolgálaton is elérhetővé kell tenni.” [12. § (8)]*

<sup>146</sup> VJ/104-10/2015., VJ/18-17/2015.

<sup>147</sup> VJ/104-11/2015.

<sup>148</sup> Vj/104-11/2015., B/663-11/2015.

<sup>149</sup> Vj/104-11/2015., B/663-11/2015.

<sup>150</sup> Vj/104-11/2015., B/663-11/2015.

- 114) A szolgáltatók folyamatosan fejlesztik hálózataikat, ezért az aktuális állapot napról napra változhat, azonban ha a 13/2011. (XII. 27.) NMHH rendelet 12. § (8) bekezdése alapján a szolgáltatók által közzétett lefedettség térképeket vesszük figyelembe, akkor eszerint a Magyar Telekom Nyrt. 4G-nek nevezett hálózatának országos lefedettsége a legnagyobb. Hozzá kell tenni, hogy majdnem ekkora a Telenor Magyarország Zrt. „4G” hálózatának lefedettsége is. A Vodafone Magyarország Mobil Távközlési Zrt. 4G elnevezésű rendszerének kiépítettsége jóval kisebb, eddig elsősorban az ország nagyvárosaiban és az egyszámjegyű főútvonalai mentén történt meg.<sup>151</sup>
- 115) Az NMHH mérései alapján megállapítható, hogy az elmúlt időszakban, átlagosan szinten a Magyar Telekom Nyrt. LTE hálózatán volt a legnagyobb az átlagos le- és feltöltési sebesség. (Id. <http://szelessav.net/>).<sup>152</sup>
- 116) A szélessávú szolgáltatásokhoz kapcsolódó frekvenciahasználati jogosultságok tárgyában kiírt pályázat eredményeképpen a Magyar Telekom Nyrt. és az NMHH között kötött szerződés a 800 MHz sávra tartalmaz országos lefedettségre vonatkozó kötelezettséget a szélessávú alkalmazások (5 MHz, vagy ennél nagyobb sáv szélesség esetén) tekintetében. [üzleti titok]<sup>153</sup>

## V.6. Lefedettségi adatok

- 117) Az alábbiakban bemutatásra kerülnek a hazai mobilszolgáltatók 4G hálózatainak területalapú és lakosság-alapú lefedettségi adatai 2014 októberétől kezdődően. A területi alapú lefedettség azt a földrajzi területet jelöli, ahol a 4G hálózat elérhető, a lakossági alapú (népességi) lefedettség pedig ezen földrajzi területen élők teljes magyar lakossághoz viszonyított arányát.
- 118) Az eljárás alá vont előadta, hogy a „legnagyobb” jelzőt mind a lakossági, mind a területi alapú lefedettségi adatok alapján megalapozottnak találja. A Telekom által alkalmazott térképek a területalapú lefedettséget mutatták.<sup>154</sup>

---

<sup>151</sup> Vj/104-11/2015., B/663-11/2015.

<sup>152</sup> Vj/104-11/2015., B/663-11/2015.

<sup>153</sup> Vj/104-11/2015., B/663-11/2015.

<sup>154</sup> Vj/104-26/2015.

### 4G hálózat lefedettségi adatai

| Időpont          | Telekom                       |                          | Telenor <sup>155</sup> |                | Vodafone <sup>156</sup> |                |
|------------------|-------------------------------|--------------------------|------------------------|----------------|-------------------------|----------------|
|                  | területi <sup>157</sup>       | lakossági <sup>158</sup> | területi               | lakossági      | területi                | lakossági      |
| 2014. október    | [üzleti titok]                | [üzleti titok]           | [üzleti titok]         | [üzleti titok] | [üzleti titok]          | [üzleti titok] |
| 2014. november   | [üzleti titok]                | [üzleti titok]           | [üzleti titok]         | [üzleti titok] | [üzleti titok]          | [üzleti titok] |
| 2014. december   | [üzleti titok]                | [üzleti titok]           | [üzleti titok]         | [üzleti titok] | [üzleti titok]          | [üzleti titok] |
| 2015. január     | [üzleti titok]                | [üzleti titok]           | [üzleti titok]         | [üzleti titok] | [üzleti titok]          | [üzleti titok] |
| 2015. február    | [üzleti titok]                | [üzleti titok]           | [üzleti titok]         | [üzleti titok] | [üzleti titok]          | [üzleti titok] |
| 2015. március    | [üzleti titok]                | [üzleti titok]           | [üzleti titok]         | [üzleti titok] | [üzleti titok]          | [üzleti titok] |
| 2015. április    | [üzleti titok]                | [üzleti titok]           | [üzleti titok]         | [üzleti titok] | [üzleti titok]          | [üzleti titok] |
| 2015. május      | [üzleti titok]                | [üzleti titok]           | [üzleti titok]         | [üzleti titok] | [üzleti titok]          | [üzleti titok] |
| 2015. június     | [üzleti titok]                | [üzleti titok]           | [üzleti titok]         | [üzleti titok] | [üzleti titok]          | [üzleti titok] |
| 2015. július     | [üzleti titok]                | [üzleti titok]           | [üzleti titok]         | [üzleti titok] | [üzleti titok]          | [üzleti titok] |
| 2015. augusztus  | [üzleti titok]                | [üzleti titok]           | [üzleti titok]         | [üzleti titok] | [üzleti titok]          | [üzleti titok] |
| 2015. szeptember | [üzleti titok]                | [üzleti titok]           | [üzleti titok]         | [üzleti titok] | [üzleti titok]          | [üzleti titok] |
| 2015. október    | [üzleti titok] <sup>159</sup> | [üzleti titok]           | [üzleti titok]         | [üzleti titok] | [üzleti titok]          | [üzleti titok] |
| 2015. november   | [üzleti titok] <sup>160</sup> | [üzleti titok]           | [üzleti titok]         | [üzleti titok] | [üzleti titok]          | [üzleti titok] |
| 2015. december   | [üzleti titok] <sup>161</sup> | [üzleti titok]           | [üzleti titok]         | [üzleti titok] | [üzleti titok]          | [üzleti titok] |

<sup>155</sup> Vj/104-37/2015.

<sup>156</sup> Vj/104-40/2015.

<sup>157</sup> Vj/104-26/2015.

<sup>158</sup> Vj/104-19/2015.

<sup>159</sup> Vj/104-70/2015.

<sup>160</sup> Vj/104-70/2015.

<sup>161</sup> Vj/104-70/2015.

### 3G hálózat lefedettségi adatai

| Időpont          | Telekom <sup>162</sup> |                | Telenor <sup>163</sup> |                | Vodafone <sup>164</sup> |                |
|------------------|------------------------|----------------|------------------------|----------------|-------------------------|----------------|
|                  | területi               | lakossági      | területi               | lakossági      | területi                | lakossági      |
| 2014. október    | [üzleti titok]         | [üzleti titok] | [üzleti titok]         | [üzleti titok] | [üzleti titok]          | [üzleti titok] |
| 2014. november   | [üzleti titok]         | [üzleti titok] | [üzleti titok]         | [üzleti titok] | [üzleti titok]          | [üzleti titok] |
| 2014. december   | [üzleti titok]         | [üzleti titok] | [üzleti titok]         | [üzleti titok] | [üzleti titok]          | [üzleti titok] |
| 2015. január     | [üzleti titok]         | [üzleti titok] | [üzleti titok]         | [üzleti titok] | [üzleti titok]          | [üzleti titok] |
| 2015. február    | [üzleti titok]         | [üzleti titok] | [üzleti titok]         | [üzleti titok] | [üzleti titok]          | [üzleti titok] |
| 2015. március    | [üzleti titok]         | [üzleti titok] | [üzleti titok]         | [üzleti titok] | [üzleti titok]          | [üzleti titok] |
| 2015. április    | [üzleti titok]         | [üzleti titok] | [üzleti titok]         | [üzleti titok] | [üzleti titok]          | [üzleti titok] |
| 2015. május      | [üzleti titok]         | [üzleti titok] | [üzleti titok]         | [üzleti titok] | [üzleti titok]          | [üzleti titok] |
| 2015. június     | [üzleti titok]         | [üzleti titok] | [üzleti titok]         | [üzleti titok] | [üzleti titok]          | [üzleti titok] |
| 2015. július     | [üzleti titok]         | [üzleti titok] | [üzleti titok]         | [üzleti titok] | [üzleti titok]          | [üzleti titok] |
| 2015. augusztus  | [üzleti titok]         | [üzleti titok] | [üzleti titok]         | [üzleti titok] | [üzleti titok]          | [üzleti titok] |
| 2015. szeptember | [üzleti titok]         | [üzleti titok] | [üzleti titok]         | [üzleti titok] | [üzleti titok]          | [üzleti titok] |
| 2015. október    | [üzleti titok]         | [üzleti titok] | [üzleti titok]         | [üzleti titok] | [üzleti titok]          | [üzleti titok] |
| 2015. november   | [üzleti titok]         | [üzleti titok] | [üzleti titok]         | [üzleti titok] | [üzleti titok]          | [üzleti titok] |
| 2015. december   | [üzleti titok]         | [üzleti titok] | [üzleti titok]         | [üzleti titok] | [üzleti titok]          | [üzleti titok] |

<sup>162</sup> Vj/104-57/2015.

<sup>163</sup> Vj/104-56/2015.

<sup>164</sup> Vj/104-40/2015

## **V.7. A szolgáltatók által végzett fogyasztói kutatások**

119) Jelen pontban az kerül bemutatásra, hogy az egyes szolgáltatók miként látják a fogyasztók tudatossági szintjét abban a tekintetben, hogy mennyire ismerik a 3G, 4G fogalmakat, ismerik-e a szolgáltatások közötti különbségeket. Két szolgáltató végzett erre vonatkozó fogyasztói kutatásokat.

### **V.7.1. Telekom**

120) Az eljárás alá vont a 3G és 4G fogalmak fogyasztók általi ismeretei kapcsán előadta, hogy amennyiben a fogyasztó használ mobil internetet, akkor nagy vonalakban egyértelmű számára a különböző technológiájú mobilinternetek gyorsasága. Akik használnak mobil internetet azok jobban értik, hogy mi a 4G, akik még nem használnak, azokat arra kell hívni, hogy használjanak, nagy törés van a kettő között. A mobilinternetet használó fogyasztók számára egyértelmű, hogy a 2G-3G-4G között mobilinternet gyorsasági különbség van.<sup>165</sup>

121) A Telekom [üzleti titok]<sup>166</sup>  
[üzleti titok]

### **V.7.2. Telenor**

122) A [üzleti titok]

### **V.7.3. Vodafone**

123) A Vodafone előadta, hogy friss és átfogó kutatási eredményekkel a konkrét kérdés kapcsán nem rendelkeznek, a korábbi kutatások alapján általános következtetésként megállapítható, hogy a jó hálózati lefedettség a mobilszolgáltatók számára alapszükséglet, hiszen a fogyasztók számára az ügyleti döntéseik meghozatala során az egyik legfontosabb körülmény a szolgáltatók távközlési hálózatáról és minőségéről kialakított kép. A technológiai definíciókkal kevésbé tisztában lévő ügyfelek számára a 3G/4G terminológia könnyebben érthetővé/emészthetőbbé teszi azt a bonyolult technológiát, ami a mobil működés háttérében áll. Maga a 3G, 4G kifejezés ismertsége azonban sokkal kézenfekvőbb, annál is inkább, hogy a különbség a gyakorlatban is nehezen kézzel fogható, kontrollálható, ezért a mobil szélessávú lefedettséget gyakorta azonosítják a 4G lefedettséggel.<sup>167</sup>

## **V.8 Az eljárás alá vont álláspontja a 4G hálózat tulajdonságairól**

### **V.8.1. A lefedettségről**

124) Az eljárás alá vont előadta, hogy a mobil szolgáltatók által közzétett 4G mobilhálózatra vonatkozó lefedettségi térképek alapján szemmel látható, hogy a vizsgált időszakban a Telekom lefedettségi területe a legnagyobb Magyarországon.<sup>168</sup> Hozzátette, hogy a Vodafone a „Magyarország legnagyobb 4G hálózata” szlogennel ellátott kampány indulásakor hivatalos információk szerint 4G szolgáltatással nem rendelkezett. A Telekom

---

<sup>165</sup> Vj/104-12/2015.

<sup>166</sup> Vj/104-26/2015., 4. számú melléklet

<sup>167</sup> Vj/104-40/2015.

<sup>168</sup> Vj/104-11/2015., B/663-8/2015.

erre vonatkozóan a 2014. november 12. napján megjelent sajtócikket, valamint Vodafone 2015. június 8-ai állapot szerinti lefedettségi térképét csatolta.<sup>169</sup>

125) Az eljárás alá vont előadta, hogy a Vodafone közzétett 4G lefedettsége a [www.vodafone.hu](http://www.vodafone.hu) honlapon még 2015. október végén is kisebb volt, mint a Telekom 2014. október 18-i publikált lefedettségi térképe.<sup>170</sup>

126) [üzleti titok]

127) Az eljárás alá vont a 2016. március 4-i meghallgatásán<sup>171</sup> előadta a hálózat nagyságáról, hogy a lefedettséggel lehet ezt a témakört bemutatni, amit elsősorban az határoz meg, hogy hány bázisállomást használnak. 2012-ben az eljárás alá vont 1800 MHz-en indította el a 4G-t. 2014-ig csak 1800 MHz-en épített nagyobb városokban 4G hálózatot.

128) Előadta, hogy a 2014 őszi frekvenciatendert megelőzően már épített 800 MHz-es állomásokat 2014 folyamán, a tender megnyerése előtt, csak azokat nem helyezte kereskedelmi üzembe, hogy tendernyertessége esetére jelentős előnnyel rendelkezzen. Az előkészület mértékére és arra tekintettel, hogy korábban kötötték meg a frekvenciahasználati szerződést, jelentős előnyre tudtak szert tenni. 1800 MHz-en városokban továbbra is építenek, mivel a 2014 őszi frekvenciatenderen a korábbi sáv szélességhez további 10 MHz-et nyert. Az eljárás alá vont előadta, hogy [üzleti titok]<sup>172</sup>

129) Előadta, hogy a versenytársak bázisállomásainak számára vonatkozóan becsléseik vannak, mérőautókkal járják az országot, mérik a saját és a versenytársak lefedettségét, mely mérések alapján [üzleti titok] pontossággal becsülhető a versenytársak bázisállomásainak száma, továbbá szolgáltatók az Eht. 86. § és 90. § meghatározott jogszabályi kötelezettsége alapján (betelepülés) alapján is becslést tudnak adni a versenytársai bázis állomásainak számára.

130) [üzleti titok], ezen kívül a versenytársai bázisállomásainak számáról számszerűen pontos adatokkal nem rendelkezik, a többi MHz-es sáv szélesség vonatkozásában kizárólag becslései, illetve lefedettségi térképei vannak, melyeket a fent előadottakra és a kommunikációkra alapoz. Az NMHH-nál rendelkezésre állnak az üzembe helyezett bázisállomások adatai (2G-3G-4G), melyre vonatkozóan nem összegyűjtve, hanem konkretizálva az NMHH kérésre adatot szolgáltat.<sup>173</sup>

131) Előadta, [üzleti titok].

132) [üzleti titok]

133) [üzleti titok].<sup>174</sup>

134) [üzleti titok]:<sup>175</sup>

- [üzleti titok].

---

<sup>169</sup> Vj/104-11/2015., B/663-8/2015.

<sup>170</sup> Vj/104-4/2015.

<sup>171</sup> Vj/104-12/2015.

<sup>172</sup> VJ/104-12/2015

<sup>173</sup> VJ/104-12/2015

<sup>174</sup> VJ/104-12/2015

<sup>175</sup> VJ/104-57/2015.

135) [üzleti titok].<sup>176</sup>

- [üzleti titok].

136) [üzleti titok].<sup>177</sup>

137) A Telekom ismertette, hogy minden hónap utolsó napjára vonatkozóan készíti el a rendeletben előírt módon a 4G lefedettségi térképeit.<sup>178</sup> Az eljáró versenytanács megjegyzi, hogy a korábbi lefedettségi térképeket tartalmazó archívumot nem talált az eljárás alá vont weboldalán.

138) [üzleti titok].<sup>179</sup>

139) A Telekom 3G szolgáltatásnak (fizikai réteg szinten) 42Mbps az elméleti maximális letöltési sebessége. A Telekom előadta, hogy a Vodafone és a Telenor által üzemeltetett 900MHz-es 3G cellákon az alkalmazott (névleges) 5MHz-es sáv szélesség miatt csak 21Mbps elméleti maximális sebesség érhető el. Így pl. a Vodafone által kommunikált >98%-os országos 3G lefedettség a 21Mbps-os elméleti maximumra vonatkozik.<sup>180</sup>

#### V.8.2. A kampányok üzenetéről, célcsoportjáról és hatásosságáról

140) [üzleti titok].<sup>181</sup>

141) Az eljárás alá vont előadta, hogy a „legnagyobb hálózat” jellemző a 4G hálózat igénybevétele esetén az ügyfél számára azt jelenti, hogy ez a hálózat az ország területén a legtöbb helyen, a legtöbb lakosnak biztosít 4G mobilhálózati lefedettséget.<sup>182</sup>

142) Az eljárás alá vont előadta, hogy az egyes kommunikációs eszközökön megjelenő Magyarország térkép színezete százalékos értéket mutat. Ezen kommunikációs eszközökön megjelenő térképekkel többnyire azt az üzenetet kívánták a fogyasztókhöz, illetve az ügyfelekhez eljuttatni, hogy a Telekom 4G mobilhálózata az ország területén hány százalékos lefedettséget biztosít adott sebességpárra vetítve.<sup>183</sup>

143) Azon térképekkel, amelyeken az ország területén egy háló jelenik meg, a fogyasztók, illetve az ügyfelek számára pusztán az internetes kapcsolathálót kívánták illusztrálni. Ezek a térképek tehát pusztán illusztrációként szolgáltak.<sup>184</sup>

144) Az eljárás alá vont előadta, hogy számára a hálózat a „DNS”, ami mindennek az alapja. A hálózat a fogyasztó részéről egy szolgáltató-választó szempont, amelynek két lényeges eleme a sebesség és a lefedettség. [üzleti titok]. Az eljárás alá vont nyilatkozata szerint viszont a saját hálózata a legnagyobb, melyet tényekkel, adatokkal is alá tud támasztani, amely kommunikációs szempontból előnyt jelent az eljárás alá vont számára. A fogyasztóban nagyon nehéz megváltoztatni egy ilyen percepciót, melyet azzal kíván elérni, hogy tényekkel, több oldalról kívánja megközelíteni ez a kérdést.<sup>185</sup>

---

<sup>176</sup> VJ/104-57/2015.

<sup>177</sup> VJ/104-57/2015.

<sup>178</sup> VJ/104-4/2015.

<sup>179</sup> VJ/104-57/2015.

<sup>180</sup> VJ/104-57/2015.

<sup>181</sup> VJ/104-26/2015

<sup>182</sup> VJ/104-11/2015., B/663-8/2015.

<sup>183</sup> VJ/104-11/2015., B/663-8/2015.

<sup>184</sup> VJ/104-11/2015., B/663-8/2015.

<sup>185</sup> VJ/104-12/2015.

- 145) Az eljárás alá vont nyilatkozta, hogy a vizsgált kampányokkal kapcsolatban speciális reklámhatékonysági vizsgálatra nem került sor. Az eljárás alá vont sikeresnek ítéli meg a vizsgált kampányokat.<sup>186</sup>

### **V.8.3. A 4G hálózat tulajdonságairól**

- 146) Az alábbiakban bemutatásra kerül az eljárás alá vont előadása a tekintetben, hogy a 4G hálózat nagysága és sebessége lényeges, meghatározó, jellemző és ellenőrizhető tulajdonságnak minősül-e.
- 147) Az eljárás alá vont előadta<sup>187</sup>, hogy a „Legnagyobb 4G hálózat” a 4G-szolgáltatás elérhetőségére vonatkozó állítás. Azt, hogy a mobilszolgáltatók számára a 4G szolgáltatás elérhetősége lényeges, az is bizonyítja, hogy nem a Telekom az egyetlen szolgáltató, amely 4G szolgáltatása elérhetőségével reklámozza (részben) a 4G-technológiát. A fogyasztók számára a szolgáltatás elérhetősége azért lényeges tulajdonság, mivel a 4G technológia biztosítja azt, hogy a mind nagyobb jelentőséggel bíró digitális „világ” tartalmaihoz hozzáférjenek, így pl. videótartalmakat fogyaszthassanak. A „Legnagyobb 4G hálózat” objektív, tárgyilagos és ellenőrizhető. A Telekom rámutat arra, hogy az állítással nem a fogyasztók által igénybevehető szolgáltatásra, hanem a szolgáltatás egy rendkívül fontos műszaki elemére, a szolgáltatás igénybevehetőségének kiterjedtségére mutatott rá.
- 148) A szolgáltatók oldalain közzétett lefedettségi térképek a fogyasztók számára elérhetőek, a szolgáltatás elérhetősége a fogyasztó számára tesztelhető.
- 149) Az eljárás alá vont előadta<sup>188</sup>, hogy a 4G technológia elsősorban abban tér el a korábbi (2G, 3G) technológiáktól, hogy a technológiával elérhető sávszélesség jelentősen magasabb. A technológia magasabb sávszélessége teszi lehetővé a technológián elérhető magasabb sebességi értékeket. Az előzőeknek megfelelően a 4G hálózat sebessége a hálózat meghatározó és jellemző tulajdonsága. Az ellenőrizhetőség tekintetében a Telekom rámutat, hogy a párhuzamosan futó Vj/26/2016. és Vj/27/2016. számú versenyfelügyeleti eljárásokban, illetve azok bejelentéses/panaszos előzményeiben a Gazdasági Versenyhivatal számára bocsátotta az összes rendelkezésre álló olyan bizonyítékot, amely a 4G hálózat sebességére vonatkozik.

## **VI.**

### **Versenytársak nyilatkozatai**

- 150) A Vodafone álláspontja szerint az ügyfelek számára a lefedettségi értékek önmagukban nem bírnak jelentőséggel, figyelembe véve, hogy egyrészt az elméleti értékeket számtalan, az előfizető által nem befolyásolható körülmény befolyásolja, illetve az adott időpontban az előfizető által nem kontrollálható, hogy az éppen igénybe vett hálózat 3G vagy 4G, ugyanakkor az átlagfelhasználó számára kevésbé érzékelhető a különbség. A Vodafone előadta, hogy a mobilszolgáltatók között a Vodafone 98,4%-os mobil szélessávú<sup>189</sup> lefedettséggel rendelkezik, mely magasabb, mint a Telekomé. A

---

<sup>186</sup> VJ/104-50/2015.

<sup>187</sup> VJ/104-74/2015.

<sup>188</sup> VJ/104-74/2015.

<sup>189</sup> A mobil szélessáv a 3G és 4G hálózatot is magába foglalja.

Vodafone álláspontja szerint a Telekom „Magyarország legnagyobb 4G hálózatát” reklámozó kampánya alkalmas a fogyasztók befolyásolására és egyben jogsértő összehasonlítást tartalmaz, hiszen nem tárgyilagosan hasonlítja össze a mobilszolgáltatók hálózatait, és az összehasonlítás eredményeképpen a reklámok által közvetített üzenet megtévesztő.<sup>190</sup>

- 151) A Telenor álláspontja szerint a lefedettséget 4G esetében, önmagában nem célszerű tárgyalni. Sokkal inkább az elérhető hálózat minőségét, ami az elérhető sáv szélesség vagy más néven le- és feltöltési sebesség (adatsebesség). Nyilatkozata szerint a le- és feltöltési sebességet alapvetően a következő tényezők befolyásolják: a vételi jelszint, a jel/zaj viszony, a rendelkezésre álló sáv szélesség, a készülék típusa, a bázis állomás aktuális terheltsége, a használat mozgó vagy álló helyzetben történik-e, a tartalom-szolgáltatást nyújtó végpontképessége és terheltsége.<sup>191</sup>

## VII.

### Az eljárás alá vont jogi álláspontja

*A Vj/104-11/2015., B/663-8/2015. számú beadvány*

- 152) Az eljárás alá vont előadta, hogy kellő megalapozottsággal használta kommunikációs eszközein a „Magyarország legnagyobb 4G mobilhálózata” szlogent. A versenytársak által hivatalosan közzétett lefedettségi térképek, sajtónyilatkozatok alapján közismert tény ugyanis, hogy 2014. október 18-tól a Telekom rendelkezett és rendelkezik Magyarországon a legnagyobb 4G mobilhálózati lefedettséggel. Mindezek alapján tehát látható és igazolt, hogy a Telekom által alkalmazott reklámok jogsértő összehasonlítást nem tartalmaztak.
- 153) A „Magyarország legnagyobb 4G hálózata” szlogen alkalmazásával a Telekom azt az üzenetet kívánta eljuttatni ügyfeleihez, hogy adott időszakban Magyarországon a Magyar Telekom Nyrt. rendelkezik a legnagyobb 4G mobilhálózati lefedettséggel, tehát az eljárás alá vontnak is elemi érdeke volt, hogy az ügyfelek által könnyen érthető, értelmezhető, az üzenetet világosan kifejező szlogent alkalmazzon reklámjaiban.
- 154) A Telekom azon kommunikációs eszközein, amelyeknél a használt térképpel a hálózati lefedettség mértékére kívánt utalni, a térkép minden esetben következetesen tükrözte a lefedettség tényleges, százalékos mértékét. Az közismert tény, hogy a Telekom a 4G mobilhálózati lefedettségét folyamatosan fejleszti és bővíti, így ez értelemszerűen látható a használt térképeken is.
- 155) Azon térképekkel, amelyeken az ország területén egy háló jelenik meg, a fogyasztók, illetve az ügyfelek számára pusztán az internetes kapcsolathálót kívánta a Telekom illusztrálni. Ezek a térképek tehát pusztán illusztrációként szolgáltak, a térkép színezése nem a lefedettségre utal, pusztán a Telekom arculatát tükrözi. Fehér alapon a fehér alapú térkép nem igazán lett volna észlelhető, ezért volt szükséges értelemszerűen a térképet színesben megjeleníteni.

---

<sup>190</sup> Vj/104-40/2015.

<sup>191</sup> Vj/104-37/2015.

156) A Telekom álláspontja szerint a kommunikációs eszközökön használt térképekkel nem sugallta és nem is sugallhatta azt, hogy a 4G mobilhálózati lefedettsége 100%-os lenne, már csak azért sem, mert a lefedettségi adatok a csatolt, közzétett térképek és sajtócikkek alapján közismert tények.

*A Vj/104-26/2015. számú beadvány*

157) A Telekom álláspontja szerint a „Legnagyobb 4G” állítás összehasonlító reklám. A vizsgált állítás a Telekom álláspontja szerint egy olyan technológiát, illetve a technológiára alapuló hálózatot népszerűsít, amely hálózat az előfizetőknek magasabb szintű mobilinternetezési élményt biztosít. A vizsgált állítás tehát azt jelenti, hogy a 4G technológiára alapuló hálózat kiépítésében, az előfizetők számára történő biztosításában a Telekom élen járt, hiszen mind népességi-, mind pedig a területi alapú lefedettségi adatok alapján a legtöbb fogyasztónak és a legtöbb helyen tette elérhetővé a 4G technológiára alapuló hálózatot.

158) A Magyar Telekom a fent részletezetteken túl rámutat, hogy a Gazdasági Versenyhivatal az eljárást megindító végzésében a Tpvt. 10. §-a alapján, vagyis az összehasonlító reklámra vonatkozó rendelkezések valószínűsíthető megsértése miatt indította el a jelen eljárást.

159) Az eljárás vizsgálói szakaszában ugyanakkor a Gazdasági Versenyhivatal a Telekomot kötelezte arra, hogy támassza alá a kampányai során használt „Legnagyobb 4G” állítást. A Telekom álláspontja szerint megfelelően alátámasztotta a reklámokban foglalt tényállításokat a lakossági és területi alapú lefedettségi adatokkal.

160) A Telekom mindazonáltal megjegyzi, hogy az igazolási kötelezettsége a Tpvt. 10. §-a alapján vizsgált összehasonlító reklámokban használt tényállítások valóságtartalmára nem terjed ki, hiszen sem az Fttv. 14. §-a, sem pedig a Tpvt. 64/B. § (2) bekezdése nem vonatkozik a Tpvt. 10. §-ára.

161) Ennek megfelelően a Telekom álláspontja szerint az összehasonlító reklám tárgyilagosságának vizsgálatakor a bizonyítási teher nem a Telekomra, hanem a Gazdasági Versenyhivatalra ró kötelezettséget. Ez a kötelezettség egyben azt is jelenti, hogy a Gazdasági Versenyhivatal, amennyiben nem tartja megfelelőnek a Telekom által fent bemutatott bizonyítékokat, nem vonhatja le automatikusan azt a következtetést, hogy a kérdéses reklámok nem tárgyilagosságok, hanem az eset összes körülményére, valamint egyéb releváns bizonyítékokra tekintettel kell a tárgyilagosságról döntenie.

162) A Telekom álláspontja szerint tehát az összehasonlító reklám tárgyilagosságának megítélésekor nem elégséges az összehasonlító reklámot közzétevő által a hatóság rendelkezésére bocsátott bizonyítékok mérlegelése. A Ket. 55. §-a és a Tpvt. 64/B. §-a együttes mérlegelésével a hatóságnak teljes tényfeltárást kell végeznie, adott esetben a Tpvt. 64/B. § (4) bekezdésében foglalt adatszolgáltatásra való kötelezés eszközével.

*Vj/104-57/2015. számú beadványa*

163) Előadta, hogy a magyarországi mobilszolgáltatók az elmúlt években versenyelőnyként kommunikáltak 4G hálózatuk fejlettségét – amellet, hogy a Telekom álláspontja szerint az eljárás folyamán bizonyítást nyert, hogy a 4G hálózatok között a Telekomé a legnagyobb, megjegyezték, hogy a Telenor („Hipernet”) és a Vodafone („Európa legnagyobb 4G hálózata”) 4G hálózatuk tulajdonságaival igyekeznek meggyőzni jelenlegi és leendő előfizetőiket. Iparági gyakorlat tehát, hogy a mobilszolgáltatók a különböző

technológián nyújtott szolgáltatásait egymástól elkülönülten kommunikálják, így a 3G szolgáltatás tulajdonságai nem lehetnek relevánsak a jelen eljárás szempontjából.<sup>192</sup>

*Vj/104-58/2015. számú beadvány*

- 164) A Vj/104-54/2015. számú kiterjesztéssel kapcsolatosan az alábbiakat adta elő. A Telekom „Legnagyobb 4G” kampányának központi üzenete nem a hálózat gyorsasága volt. A teljes kampányhoz képest mind költségben, mind kiterjedtségben elhanyagolható méretű és jelentőségű kommunikációs eszközök tartalmaztak a 4G technológia elérhető sávszélességére vonatkozó állításokat.
- 165) A Telekom az iparágban világszerte szokványosan használt fizikai réteg sebességek alapján adta meg a 150Mbps sebességet (mind a szolgáltatók, mind a készülék- és bázisállomás gyártók kommunikációjában a fizikai réteg megjelölése a szokványos). Jellemzően a magyarországi versenytársi kommunikációban is fizikai réteg sebességre vonatkoznak a számértékek, pl. akár a Vodafone által publikált 14,4Mbps, 21Mbps, 42Mbps sebességű 3G hálózatról ([http://itcafe.hu/hir/vodafone\\_huawei\\_halozat\\_3g\\_lte\\_900\\_mhz\\_lefedettseg.html](http://itcafe.hu/hir/vodafone_huawei_halozat_3g_lte_900_mhz_lefedettseg.html)), vagy a Telenor által a 150Mbps vagy 300Mbps sebességű LTE hálózatról (<http://bitport.hu/duplazza-a-sebesseget-4g-n-a-telenor-pr>) kiadott publikációi.
- 166) A hálózat gyorsaságával kapcsolatos állítások igazolására a Telekom hivatkozik a korábban az alábbi panaszos/versenyfelügyeleti eljárásokban beadott beadványaira.

*Vj/104-74/2015. számú beadvány*

- 167) Az eljárás alá vont a Vj/104-68/2015. számú kiterjesztés kapcsán az alábbiakat adta elő. A Telekom álláspontja szerint a „Legnagyobb 4G hálózat” objektív, tárgyilagos és ellenőrizhető. A Telekom rámutat arra, hogy az állítással nem a fogyasztók által igénybevehető szolgáltatásra, hanem a szolgáltatás egy rendkívül fontos műszaki elemére, a szolgáltatás igénybevehetőségének kiterjedtségére mutatott rá. A Telekom egyelőre nem ismeri a Gazdasági Versenyhivatal álláspontját abban a kérdésben, hogy mi a „Legnagyobb 4G hálózat”-tal kapcsolatos fogyasztói percepció, így nem egyértelműen határozható meg az sem, hogy ezek közül a Gazdasági Versenyhivatal mely elemek ellenőrizhetőségére utal.
- 168) Az eljárás alá vont hivatkozik a Gazdasági Versenyhivatal Vj/86/2015. számú határozatára, amelyben meghatározta az összehasonlító reklám jogszerűségének mércéjét. Az ebben foglalt ellenőrizhetőségre vonatkozó kritérium a jelen eljárás tárgya szempontjából az eljárás alá vont álláspontja szerint maradéktalanul teljesül, hiszen a szolgáltatók oldalain közzétett lefedettségi térképek a fogyasztók számára elérhetőek, a szolgáltatás elérhetősége a fogyasztó számára tesztelhető, valamint a jelen hatósági eljárásban a Telekom a számára lehetséges minden értelmezési mód szerint alátámasztotta az állítás valóságtartalmát.

*Vj/104-100/2015. számú beadvány, illetve a 2016. november 9-i tárgyaláson tett észrevételek<sup>193</sup>*

- 169) Az eljárás alá vont álláspontja szerint az eljáró versenytanács az előzetes álláspontjában tévesen jutott arra a következtetésre, hogy az ellenőrizhetőség követelményének nem felelnek meg a vizsgált reklámok az alábbiakban kifejtettek szerint.

<sup>192</sup> VJ/104-57/2015.

<sup>193</sup> Vj/104-101/2015.

- 170) A lefedettség a mobil hálózatok tekintetében a fogyasztó számára az egyik leglényegesebb tulajdonság, hiszen a szolgáltató oldaláról ez határozza meg, hogy a reklámozott szolgáltatás (jelen esetben a 4G) igénybe vehető-e a fogyasztó számára. A lefedettségi előny olyan versenyelőny, amelynek kommunikációja a verseny élénkítésével és a szolgáltatások színvonalának általános emelésével jár.
- 171) Az eljáró versenytanács előtt is ismert a hírközlési szolgáltatók által birtokolt frekvencia-készlet. Az eljárás alá vont szerint az adatok ismeretében egyértelmű, hogy az állítás közzétételének időtartama alatt a Telekom rendelkezett a legszélesebb, 4G szolgáltatás nyújtására alkalmas frekvenciakészlettel, amely megszerzése jelentős befektetéssel járt. Ezt a befektetést a Telekom annak reményében tette meg, hogy a frekvenciakészlet birtokában a lehető legszélesebb mértékben biztosítsa előfizetői számára a 4G szolgáltatás elérhetőségét. Amennyiben a Versenytanács jogsértőnek minősíti a jelen eljárásban vizsgált reklámállítást, úgy az azzal a következménnyel jár, hogy a jelentős pénzügyi befektetés árán elért versenyelőny a fogyasztók felé nem kommunikálható. Ez egyértelműen a verseny gyengülésével járna.
- 172) Álláspontja szerint a Versenytanács számára sem kérdéses, hogy a Telekom által közzétett állítás valós volt (EÁ 277. pont), azonban az előzetes álláspont adós marad annak magyarázatával, hogy a Telekom által közzétett valós állítás miként utalhat nem ellenőrizhető tulajdonságra, valamint miként sértheti a tárgyilagosság követelményét, különösen arra tekintettel, hogy a Versenytanács a Vj/80/2013. számú döntésének 184. pontjában kifejtette, hogy mikor lehet egy önmagában valós állítás mégis jogsértő a Tptv. 10. §-a alapján. Álláspontja szerint az önmagában valós, ám a gyakorlatban megvalósulni nem képes, objektivitást mellőző állítások ilyenek. A Telekom által közzétett állítás nyilvánvalóan megvalósult a gyakorlatban, és az objektivitást sem mellőzte, így nem lehet jogsértő sem.
- 173) A Telekom utal arra, hogy a Versenytanács a Vj/63/2011. számú határozat 114. és 115. pontjában foglalta össze az ellenőrizhetőség követelményeit, így rámutatott, hogy az ellenőrizhetőség követelményének teljesülése egy olyan előzetes követelmény, mely a tárgyilagosság vizsgálatához elengedhetetlenül szükséges. Az ellenőrizhető állítások körének meghatározására vonatkozóan a GVH döntései mellett az Európai Unió Bírósága határozatai is iránymutatást nyújtanak. A C-356/04. számú határozatában (Lidl Belgium ügy) a Bíróság a következőképpen határozza meg az ellenőrizhetőség fogalmát:
- „[...] ellenőrizhetőség követelménye azt írja elő, hogy az összehasonlítás tárgyát képező termékeknek elsősorban azonosíthatóknak kell lenniük. Ugyanakkor, álláspontja szerint, nem feltétlen szükséges az, hogy az árukat magukat a reklámban felsorolják, hanem elég az is, ha azonosíthatóságot a reklám közvetett módon lehetővé teszi.”*
- 174) A Bíróság megállapításával összhangban a Versenytanács gyakorlata is következetes: az összehasonlítás során a reklámnak kétséget sem hagyva, pontosan meg kell jelölnie azt, hogy az összehasonlítás mely termékre vagy szolgáltatásra vonatkozik. Ezt támasztják alá az Európai Unió Bíróságának C-112/99. számú Toshiba Europe és C- 44/01. számú Pippig Augenoptik ügyekben hozott döntései, valamint a GVH eseti döntései is, köztük a Vj/57/2015. számú határozat.
- 175) Nem lehet objektív azonban a fogyasztókban kialakult kép, ha olyan tulajdonság szerepel az összehasonlításban, ami ellenőrizhetetlen: sem a fogyasztó nem tud utánajárni, utánanézni a jellemezőnek vagy a különbségnek, illetve nem tudja tesztelni, kivizsgálni vagy egyáltalán értelmezni a reklámban megjelenített különbséget, sem egy hatósági

vizsgálatban nem igazolható a jellemző vagy azok különbsége (mert túl szubjektív, az összehasonlítás maga nem dokumentált vagy nem is dokumentálható, megismételhetetlen, rekonstruálhatatlan) - az ellenőrizhetőség követelménye tehát valamiféle kézzelfoghatóságot, igazoltságot, igazolhatóságot is feltételez.<sup>194</sup>

176) A fenti joggyakorlat alapján álláspontja szerint a vállalkozás az összehasonlító reklámmal kapcsolatos ellenőrizhetőségi követelménynek két módon tehet eleget:

- lehetővé kell tennie, hogy a fogyasztó utánajárhasson, utánanézhessen az adott összehasonlítás alapját képező adatoknak és módszernek annak érdekében, hogy tesztelhesse, kivizsgálhassa vagy egyáltalában értelmezhesse a reklámban megjelenített különbségeket, amelyek révén az ellenőrizni kívánt sorrend kialakul; vagy
- ha a fentieknek objektív akadálya van, egy hatósági (jelen esetben versenyhatósági) vizsgálat során tudja bemutatni, hogy az összehasonlítás alapját képező tényállás és módszertan objektív, dokumentálható, megismételhető, rekonstruálható.

177) Álláspontja szerint nem kétséges, hogy az állítás alátámasztásául szolgáló tények elérhetőek voltak a szolgáltatók honlapján.

178) Az ellenőrizhetőség körében a Telekom továbbá rámutat arra, hogy bizonyosan számos mód létezhet arra, hogy egy szolgáltató a jelentős befektetést igénylő lefedettségi előnyre vonatkozó állítását ellenőrizhető módon tegye közzé a fogyasztók számára. A Telekom az elektronikus hírközlési szolgáltatás minőségének az előfizetők és felhasználók védelmével összefüggő követelményeiről, valamint a díjazás hitelességéről szóló 13/2011. (XII. 27.) NMHH rendelet 12. § (8) bekezdésének megfelelően járt el akkor, amikor országos lefedettségi (a lakott területek esetén 1:50 000 felbontású) térképet tett közzé internetes oldalán és ennek elérhetőségét ügyfélszolgálatán biztosította. Az idézett jogszabályhely alapján a térképnek alkalmasnak kell lennie arra, hogy az előfizetők az azon feltüntetett adatok alapján a szolgáltatás elérhetőségével, illetve minőségével kapcsolatban megbízható információk alapján hozhassák meg döntéseiket.

179) A Telekom rámutat arra, hogy a térkép megfelelőségének kérdése ilyen módon nem a GVH, hanem az ágazati szabályozó hatóság hatáskörébe tartozik, így a Telekom akkor járt volna el jogsértően, ha nem a jogszabálynak megfelelő térképet tesz közzé. Tekintettel arra, hogy a térkép felbontása megfelelt a vonatkozó ágazati jogszabály előírásainak, az ellenőrizhetőségi kritériumnak való meg nem felelése nem merülhet fel.

180) A 2016. november 9-i tárgyaláson az eljárás alá vont az eljáró versenytanács kérdésére az országos lefedettségi arány ellenőrizhetőségével kapcsolatban előadta, hogy a lefedettségi térképek alapján a fogyasztó semmilyen ésszerű formában nem tudja megállapítani az országos lefedettségi arány pontos mértékét. A fogyasztó számára csak az előzetes álláspontban is leírt „ránézéses” mód áll rendelkezésre, amelynek alapján csak a jelentős lefedettségi különbségek állapíthatók meg. Erre tekintettel is viszont csak a vizsgált időszak utolsó két hónapja lehet kérdéses.

181) A tárgyilagosság vizsgálata során a Versenytanácsnak az Európai Unió Bírósága ítélezési és az ezzel összhangban kialakított versenytanácsai gyakorlatnak megfelelően két lépcsőben kell vizsgálnia: elsőként vizsgálnia kell, hogy teljesül-e a tárgyilagosság

---

<sup>194</sup> Vj/86/2015. sz. eljárásban hozott határozat, 79. pont

követelménye az összehasonlítás alapja tekintetében, miszerint a szolgáltatás egy vagy több lényeges, meghatározó, jellemző és ellenőrizhető tulajdonságát hasonlítja össze, másodsorban pedig ezt a négy tulajdonságot objektív, tárgyilagos módon, a szubjektív ízlést és preferenciákat kizárva kell összehasonlítani. A tárgyilagosság ezen két szintjének vizsgálata az összehasonlító reklámok jogszerűségének megállapítása során elengedhetetlen és ezt a Gazdasági Versenyhivatal a Vj/63/2011. számú elvi jelentőségű döntésének 113. pontjában is kifejtette, melyet a későbbi gyakorlata során is alkalmazott a Vj/85/2011., Vj/37/2012., Vj/77/2013., Vj/80/2013. és Vj/18/2014. számú döntéseiben.

- 182) A tárgyilagossági teszt első lépcsőjében vizsgált állítások a Telekom álláspontja szerint kielégítik az objektivitás követelményét. Ahogyan azt az Európai Unió Bírósága a korábban már hivatkozott Lidl Belgium ügyben hozott határozatában is kifejti, az összehasonlítás alapjául szolgáló bizonyítékok összességét nem kötelező a tárgyilagosság követelményének teljesítéséhez feltüntetni, elegendő csupán lehetőséget biztosítani a fogyasztó számára az összehasonlítás helyességének ellenőrzésére vagy ellenőriztetésére.
- 183) A versenytanács az EÁ 281. pontjában megfogalmazottak szerint kifogásolja, hogy az összehasonlító reklám nem tartalmazott egy, a lefedettség időbeli korlátjára vonatkozó utalást, mely a tárgyilagosságot megalapozhatta volna. Kifejti, hogy a fogyasztók nem lehettek tisztában azzal, hogy egy dinamikusan változó, fejlődő piaccal van dolguk, ahol „az eljárás alá vont 4G hálózatának „legnagyobb” állapota rövid időn belül megszűnhet”, illetve a különbségek kiegyenlítődhetnek. A Telekom rámutat, hogy a fogyasztók hálózatfejlesztéssel kapcsolatos tudása nyilvánvaló tény, amelyet a szolgáltatók által a sajtóban tett nyilvános állítások is alátámasztanak.<sup>195</sup> A Telekom a 4G szolgáltatásra alkalmas frekvenciasávok használati jogát odaítélő pályáztatási eljárást követően tette közzé a 4G-hálózata nagyságára vonatkozó állításokat, amely alátámasztja, hogy a fogyasztók számára nyilvánvaló volt az a tény, hogy minden, a pályázaton nyertes szolgáltató nagyarányú hálózatfejlesztésbe fog.<sup>196</sup>
- 184) A Telekom rámutat arra, hogy a Versenytanács a 2014-es pályáztatási eljárást megelőzően maga is úgy vélte, hogy a hálózatfejlesztés köztudomású tény, amelyet alátámaszt a korábbi, versenytársi összehasonlító reklám vizsgálata tárgyában hozott Vj/37/2012. számú döntés 79. pontja is: „Mivel köztudomású, hogy a konkurens vállalkozások is fejlesztik és korszerűsítik hálózataikat[...]"
- 185) A fenti állításnak megfelelően a fogyasztók számára is ismert tény, hogy a mobilinternet-hozzáférési szolgáltatások piacán versenyző vállalkozások folyamatosan fejlesztik hálózataikat és ezáltal a piaci versenyben adott időpillanatban előnnyel rendelkező vállalkozás piaci előnyét az idő előrehaladtával el is veszítheti. Megjegyzi a Telekom, hogy ha a Versenytanács egy 2012-ben indított eljárásban is köztudomásúnak minősítette a hálózatfejlesztés tényét, még inkább igaz lehetett ez 2014 végén és 2015 első felében, amikor az NMHH is széles körben kommunikálta a szélessávú mobilinternet szolgáltatására alkalmas frekvenciák használati jogának megvásárlására irányuló pályázati eljárásának végeredményét. Alátámasztja továbbá a lefedettségi változások köztudomású mivoltát az is, hogy a fenti ügyben meghozott döntés óta eltelt időszakban a

<sup>195</sup> A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsának az Fttv-vel, Grt-vel és a Tpv-t III. fejezetével, a Gyftv.-vel és az Éltv-vel kapcsolatos elvi jelentőségű döntései (2015), III. 13.3. pont

<sup>196</sup> Állításának alátámasztására a korábbi beadványaihoz kapcsolódóan további sajtómegjelenéseket csatolt a szolgáltatók hálózatfejlesztési terveivel kapcsolatban.

mobiliternetet használó fogyasztók száma rohamosan nőtt és a szolgáltatás tulajdonságainak ismertsége is bővült.

- 186) A fentieknek megfelelően a Telekom álláspontja szerint a „legnagyobb 4G” reklámállítás megfelelt a tárgylagosság követelményének.
- 187) Az eljáró versenytanács a gyorsaságra vonatkozó állítás tekintetében külön vizsgálta az ellenőrizhetőséget és külön a tárgylagosságot, mint az állítás tulajdonságát. A Tptv. 10. § b) pontja azonban kifejezetten úgy rendelkezik, hogy akkor tehető közzé összehasonlítható reklám, ha az a reklámozott áru ellenőrizhető tulajdonságára utal, és akkor, ha a reklám önmagában tárgylagos.
- 188) Nem kétséges, hogy egy hálózat gyorsasága ellenőrizhető tulajdonság, így az a tény, hogy a Telekom a gyorsaságra utalt a közzétett állításokban, önmagában nem értékelhető jogsértésként.
- 189) Az állítás tárgylagosságát illetően a Telekom megjegyzi, hogy az előzetes álláspont 285. pontja kimondja ugyan, hogy az állítás tartalma nem egyértelmű, nem fejt ki azonban ki, hogy ezt milyen alapon állítja. Kétségtelenül igaz, hogy a Telekom több adatot is a GVH rendelkezésére bocsátott az állítás alátámasztásaként, amit azért tett, mert az eljárás vizsgálati szakaszában - az eljárás sajátosságaira tekintettel - nem volt számára világos, hogy a GVH milyen álláspontot fog képviselni az állítás fogyasztói percepcióját illetően.
- 190) Az eljáró versenytanács rámutatott arra, hogy a Telekom által a hálózatok gyorsasága tekintetében benyújtott adatok nem elégségesek, hiszen nem a vizsgált időszakra vonatkoznak. A Telekom ezzel szemben megjegyzi, hogy a későbbi adatok trendjéből egyértelműen következtetni lehet arra, hogy a korábbi időszakban is létezett a Telekom hálózatának gyorsasági előnye.
- 191) A fentieknek megfelelően a Telekom gyorsaságra vonatkozó állítása megfelelt mind a Tptv. 10. § b) pontja szerinti ellenőrizhetőség, mind pedig a tárgylagosság követelményének.
- 192) A 150 Mbit/s sebességre vonatkozó állítások kapcsán a Telekom megjegyzi, hogy az a hálózati képességekre vonatkozott. Az eljárás során kifejtett nyilatkozatában a Telekom jelezte, hogy iparági sztenderd a hálózati képességek megjelenítése, amit az is bizonyít, hogy mindhárom mobilszolgáltató a hálózat fizikai képességét jeleníti meg ÁSZF-jében (Magyar Telekom 2014. november 1-jétől hatályos ÁSZF 6. számú melléklet 2. számú táblázat, Telenor ÁSZF 2013. október 10-től hatályos 4. számú melléklet 2. pont, valamint Vodafone 2014. október 1-jétől hatályos ÁSZF Törzsrész 4.1. pont). A kérdéses állítás tehát pusztán az ÁSZF releváns pontjának reklámba emelése volt.
- 193) A kérdéses állítással kapcsolatban kiemeli az előzetes álláspont (293. pont), hogy a fizikai réteg képességére vonatkozó információk az átlagfogyasztó számára nem bírnak semmiféle jelentéstartalommal, hiszen ez alapján az átlagfogyasztó nem tud meg semmit a lényeges tulajdonságnak minősülő a letöltési sebességről. Eltekintve attól, hogy természetesen a fogyasztó számára van üzenete annak, hogy 75 Mbit/s vagy 150 Mbit/s egy hálózat fizikai rétegének letöltési sebesség-képessége, a Versenytanács semmiféle módon nem támasztja alá azon álláspontját, hogy a letöltési sebességre vonatkozó adat az átlagfogyasztó számára nem bír jelentőséggel.
- 194) A Telekom rámutat arra, hogy az Fttv. 6. § (1) bekezdésében foglalt jogsértés megvalósulásához nem elegendő az állítás valótlanságának bizonyítása. A hatóságnak kell azt bizonyítania, hogy az állítás alkalmas volt arra, hogy a fogyasztói döntéshozatali

magatartást torzítsa. Tekintettel az állítást tartalmazó kommunikációs állítások szűk körben való közzétételére, a Telekom álláspontja szerint a kérdéses állítások nem voltak alkalmasak a fogyasztói döntés torzítására, ennek hiányában pedig az Fttv. 6. § (1) bekezdésében foglaltak megsértése sem állapítható meg.

Vj/104-106/2015. számú beadványban, illetve a 2017. január 12-i tárgyaláson az új előzetes állásponttal kapcsolatban tett észrevételek<sup>197</sup>

- 195) A releváns joggyakorlattal kapcsolatban előadja, hogy a Magyar Telekom egyetért azzal, hogy a „Legnagyobb 4G” állítással kapcsolatosan a releváns joggyakorlat körében a C-356/04. számú ügyben hozott ítélet („ítélet”) emelendő ki, nem ért azonban egyet az eljáró versenytanács ügyre vonatkozó értelmezésével.
- 196) A Versenytanács az Előzetes álláspont IX. 1.1. pontjában részletesen bemutatja az ítélet általa relevánsnak vélt pontjait, így a 68. és 71. pontot. Nem teszi azonban elemzése részévé a 70. pontot, amely kimondja, hogy „[...]. Ebből következik, hogy a reklámozónak ugyan képesnek kell lennie, hogy az általa elvégzett összehasonlítás hitelességét rövid időn belül bizonyítsa, az irányelv azonban nem követeli meg tőle, hogy a reklám megfogalmazását megelőzően minden érdekelt rendelkezésére bocsássa az ilyen bizonyítékokat.” A Magyar Telekom Nyrt. álláspontja az, hogy a 70. pont alapvetően árnyalja a Versenytanács álláspontját az ellenőrizhetőség és tárgyilagosság körében, mégpedig akként, hogy az eljárás alá vontnak nem kötelezettsége, hogy minden fogyasztó számára köteles volna az állítását alátámasztó bizonyítékokat közzétenni - összhangban azzal, hogy a Tptv. 10. §-ában foglaltak körében az eljárás alá vontat nem terheli a valóság bizonyításának kötelezettsége.
- 197) Az, hogy az összehasonlító reklámot közzétevő vállalkozás állításainak ellenőrizhetőnek kell lenni a fogyasztó számára is, megvalósítható úgy is, hogy egy bírósági vagy közigazgatási eljárásban történik meg az ellenőrizhetőség vizsgálata, és a fogyasztó ezen eljáráson keresztül bizonyosodhat meg az állítás ellenőrizhetőségéről.
- 198) A Magyar Telekom megjegyzi, hogy C-562/15. számú ECJ ügy főtanácsnoki véleménye alapján a 2006/114 irányelv 4. cikkének célkitűzései figyelembe veendőek egy összehasonlító reklám megítélése során: vagyis a Bíróság szavaival élve azt, hogy „a fogyasztók érdekében ösztönözze az áruforgalmazók és szolgáltatásnyújtók közötti versenyt, lehetővé téve a versenytársak számára a különféle összevethető termékek előnyeinek objektív kiemelését, megtiltva ugyanakkor az olyan gyakorlatot, amely versenytorzító hatású lehet, sérelmet okozhat a versenytársnak, és negatív hatással lehet a fogyasztók választására”. Megjegyzi, hogy ez a szempont teljes egészében hiányzik az Előzetes álláspont elemzéséből: az összehasonlító reklám hasznos versenyesszköz, amely kizárólag abban az esetben káros, amennyiben versenytorzító hatású. Nem kérdéses, hogy a „Legnagyobb 4G” állítással kapcsolatosan, annak valóságtartalmára tekintettel, nem merülhet fel az, hogy versenytorzító lenne.
- 199) A fogyasztók által érzékelt üzenettel kapcsolatban megjegyzi, hogy az új előzetes álláspont 230) pontja alapján a Versenytanács értelmezése szerint a „nagyság” miatt a fogyasztó többletképességeket, minőségi elvárásokat, vagy előfizetős szám nagyságot is társíthat a vizsgált állításhoz. Ezt az állítást azonban a Versenytanács semmilyen módon nem támasztotta alá, így a Magyar Telekom álláspontja az, hogy a „Legnagyobb 4G”

<sup>197</sup> Jelen alpontban Előzetes Álláspontként a Vj/104-103-104/2015. sz. alatt iktatott új előzetes álláspontot kell érteni.

állítás tartalma a fogyasztók felé az, hogy a Magyar Telekom 4G hálózatának lefedettsége a legnagyobb a három mobilszolgáltató 4G- hálózatai közül.

- 200) Az ellenőrizhetőség követelményével összefüggésben előadja, hogy az Előzetes álláspont 243) pontja alapján az eljárás alá vont álláspontja az, hogy az összehasonlító reklám ellenőrizhetőségével kapcsolatosan őt semmilyen kötelezettség sem terhelte. Ezzel szemben a valóság az, hogy az eljárás alá vont a valóság bizonyítása körében jelezte, hogy ez irányú kötelezettséget a Tptv. 10. §-ában foglaltakra a Tptv. nem tartalmaz. Azt, hogy a közzétett állítás miképpen volt ellenőrizhető, az eljárás alá vont több alkalommal mutatta be a GVH számára. A Magyar Telekom ismét jelzi, hogy az ítélet ellenőrizhetőségi kritériummal kapcsolatos megállapításainak értelmezése során a Versenytanács figyelmen kívül hagyja az ítélet 70. pontját, amely expliciten kimondja, hogy az összehasonlító reklámot közzétevő vállalkozásnak nem szükséges minden fogyasztó számára biztosítani az állítás ellenőrizhetőségét.
- 201) Azt, hogy a Magyar Telekom a reá irányadó jogszabályoknak megfelelően publikálta a lefedettségi adatait, semmiképpen sem „mindössze” tette, hanem a jogszabályi megfelelés szándékával. A Magyar Telekom egyetért a Versenytanács azon megállapításával, hogy hatáskör hiányában nem vizsgálhatta azt a kérdést, hogy a Magyar Telekom megfelelt-e kérdéses jogszabályi rendelkezésnek, amelynek célja az, hogy a fogyasztók a szolgáltatás elérhetőségével kapcsolatosan megfelelő információhoz jussanak. Az a tény viszont, hogy a hatáskörrel rendelkező hatóság e körben még soha nem állapította meg a Magyar Telekom jogszabálynak nem megfelelő magatartását, azt jelenti, hogy a honlapon a fogyasztók a szolgáltatás elérhetőségével kapcsolatosan megfelelő információhoz juthattak a közzétett térkép segítségével. A honlap elérhetőségét egyébként a jelen eljárásban vizsgált reklámokban is megjelenítette, amivel – álláspontja szerint – megfelelt a Lidl Belgium ítélet 71. pontjában foglalt követelménynek is.
- 202) A „meghatározó, illetve jellemző tulajdonság” körében előadja, hogy az Előzetes álláspont több pontja kiemeli, hogy egy hálózat nagyságára vonatkozó állítás nem meghatározó, és nem jellemző tulajdonság, mivel a hálózati dinamika olyan fontos ismérv a fogyasztó számára, amely nélkül nem értékelhető a fogyasztó számára az adott reklámmal népszerűsített szolgáltatás.
- 203) A Magyar Telekom, mint ahogy korábbi beadványaiban is, kifejti, hogy - egyezően egyéb marketingkommunikációs tevékenységével - reklámozási gyakorlatát a GVH korábbi joggyakorlatára alapozva alakítja ki. Erre is tekintettel került meghatározásra az az időszak, ami alatt a közzétett reklámállítás - ahogy azt a Versenytanács is több esetben megállapította - valósnak bizonyult. Az, hogy a reklámozó kötelessége a reklám közzététele utáni időszakra is tekintettel lenni, olyan elvárás, amely nem következik sem a vonatkozó európai vagy magyar jogi környezetből, illetve a Versenytanács korábbi gyakorlatából sem.
- 204) Megjegyzi, hogy a hálózatfejlesztés dinamikája, mint meghatározó és lényeges tulajdonság a Magyar Telekom számára, mint ahogy a fogyasztó számára is meglehetősen nehezen értelmezhető kategória, amelynek számszerűsítése és így az összehasonlíthatóság biztosítása nagy nehézségekbe ütközne. Megjegyzi továbbá, hogy amennyiben a Versenytanács úgy véli, hogy a hírközlési piacon kötött szerződések hossza miatt nem a hálózat aktuális nagysága, hanem a hálózatfejlesztés dinamikája a mobil hírközlési szolgáltatás tárgyilagosan összehasonlítható attribútuma, úgy ez az állítás általánosságban rendkívül káros következményekkel járhatna: tekintettel arra, hogy a szolgáltatók természetesen nem ismerik versenytársaik piaci stratégiáját, nem fogalmazhatnának

meg olyan, az adott reklám közzétételének teljes időszaka alatt valós állításokat, amelyek esetlegesen a reklám közzétételi idején túl nem maradnának valóságok.

- 205) Ez azt is jelentené, hogy a Versenytanács elvonná a piaci szereplőktől azt a lehetőséget, hogy a szolgáltatásaik valós tartalmát a fogyasztók felé közvetítsék, a fogyasztóktól pedig azt a lehetőséget, hogy az adott piaci környezetben tájékozódhassanak az elérhető piaci alternatívákról. Kiemeli, hogy amennyiben - akár az európai, akár a magyar - jogalkotó szándéka arra irányult volna, hogy az ilyen jellegű piacelsőségi állítások ne kerülhessenek közzétételre, úgy kategorikusan tiltotta volna ezek használatát.
- 206) Az Előzetes álláspont 261) pontjában a Versenytanács fontos tényként jeleníti meg azt, hogy a Vodafone lefedettsége 2015 végére jelentősen megközelítette a Magyar Telekom lefedettségét. A Magyar Telekom ezen a ponton is jelzi, hogy egy olyan tény, amely kívül esik a versenyfelügyeleti eljárásban vizsgált időszakon, nem kerülhet releváns tényként vizsgálatra ugyanezen eljárásban.
- 207) A szankciókkal összefüggésben a Magyar Telekom leszögezi, hogy álláspontja szerint a versenyfelügyeleti eljárásban vizsgált állítások nem valósítják meg a Versenytanács által megállapítani kívánt jogsértéseket. Ezzel együtt, amennyiben a Versenytanács az Előzetes álláspontban jelzetteknek megfelelően jogsértést kíván megállapítani a vizsgált állítások kapcsán, a Magyar Telekom rámutat arra, hogy még az ellenőrizhetőségi kritérium szigorú értelmezése mellett is csak a két versenytárs közül az egyik versenytárs esetében, és a vizsgált időszak nagyjából harmadára értelmezhető bármilyen meg nem felelés a Tptv. 10. §-ában foglalt kritériumok kapcsán.

## VIII.

### Jogszabályi háttér

#### *Az Fttv. releváns rendelkezései*

- 208) Az Fttv. 1. §-ának (1) bekezdése szerint az Fttv. állapítja meg az áruhoz kapcsolódó, a kereskedelmi ügylet lebonyolítását megelőzően, annak során és azt követően a fogyasztóval szemben alkalmazott kereskedelmi gyakorlatokra, valamint az ilyen kereskedelmi gyakorlat tekintetében alkalmazott magatartási kódexekre vonatkozó követelményeket, és az azok megsértésével szembeni eljárás szabályait. Ugyanezen cikk (2) bekezdése szerint az Fttv. hatálya arra a kereskedelmi gyakorlatra terjed ki, amely a Magyarország területén valósul meg, továbbá arra is, amely a Magyarország területén bárkit fogyasztóként érint.
- 209) Az Fttv. 2. §-ának
- a) pontja szerint fogyasztó az önálló foglalkozásán és gazdasági tevékenységén kívül eső célok érdekében eljáró természetes személy,
  - d) pontja értelmében a kereskedelmi gyakorlat a vállalkozásnak, illetve a vállalkozás érdekében vagy javára eljáró személynek az áru fogyasztók részére történő értékesítésével, szolgáltatásával vagy eladásösztönzésével közvetlen kapcsolatban álló magatartása, tevékenysége, mulasztása, reklámja, marketingtevékenysége vagy egyéb kereskedelmi kommunikációja,

h) pontja alapján az üzleti döntés a fogyasztó arra vonatkozó döntése, hogy kössön-e, illetve hogyan és milyen feltételek mellett kössön szerződést, továbbá hogy gyakorolja-e valamely jogát az áruval kapcsolatban.

210) Az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdése kimondja, hogy tilos a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat. A (2) bekezdés szerint tisztességtelen az a kereskedelmi gyakorlat,

a) amelynek alkalmazása során a kereskedelmi gyakorlat megvalósítója nem az ésszerűen elvárható szintű szakismerettel, illetve nem a jóhiszeműség és tisztesség alapelveinek megfelelően elvárható gondossággal jár el (szakmai gondosság követelménye), és

b) amely érzékelhetően rontja azon fogyasztó lehetőségét az áruval kapcsolatos, a szükséges információk birtokában meghozott tájékozott döntésre, akivel kapcsolatban alkalmazzák, illetve akihez eljut, vagy aki a címzettje, és ezáltal a fogyasztót olyan üzleti döntés meghozatalára készíti, amelyet egyébként nem hozott volna meg (a fogyasztói magatartás torzítása), vagy erre alkalmas.

211) A (3) bekezdés alapján a (2) bekezdés értelmében tisztességtelen különösen az a kereskedelmi gyakorlat, amely megtévesztő (6. § és 7. §) vagy agresszív (8. §).

212) Az Fttv. 4. §-ának (1) bekezdése előírja, hogy a kereskedelmi gyakorlat megítélése során az olyan fogyasztó magatartását kell alapul venni, aki ésszerűen tájékozottan, az adott helyzetben általában elvárható figyelmességgel és körültekintéssel jár el, figyelembe véve az adott kereskedelmi gyakorlat, illetve áru nyelvi, kulturális és szociális vonatkozásait is.

213) Az Fttv. 6. §-ának (1) bekezdése alapján megtévesztő az a kereskedelmi gyakorlat, amely valótlan információt tartalmaz, vagy valós tény – figyelemmel megjelenésének valamennyi körülményére – olyan módon jelenít meg, hogy megtéveszti vagy alkalmas arra, hogy megtéveszse a fogyasztót a törvényben felsorolt egy vagy több tényező tekintetében és ezáltal olyan üzleti döntés meghozatalára készíti, amelyet egyébként nem hozott volna meg, vagy erre alkalmas.

214) Az Fttv. – a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértése miatti felelősségről rendelkező – 9. §-ának (1) bekezdése értelmében a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértéséért felel az a vállalkozás, amelynek a kereskedelmi gyakorlattal érintett áru értékesítése, eladásának ösztönzése közvetlenül érdekében áll.

215) Az Fttv. 10. § (3) bekezdése szerint a Gazdasági Versenyhivatal kizárólagos hatáskörrel rendelkezik a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértése miatt indított ügyekben, ha a kereskedelmi gyakorlat a gazdasági verseny érdemi befolyásolására alkalmas.

216) A gazdasági verseny érdemi érintettsége fennáll, tekintettel az alkalmazott kereskedelmi gyakorlat kiterjedtségére, illetve az eljárás alá vont magas nettó árbevételére. Így az Fttv. 11. § (1) bekezdés a) és b) pontja alapján az eljárás a Gazdasági Versenyhivatal hatáskörébe tartozik

217) A Fttv. 14. §-a kimondja, hogy a vállalkozás - az eljáró hatóság felhívására - a kereskedelmi gyakorlat részét képező tényállítás valóságát igazolni köteles. Ha a vállalkozás nem tesz eleget ennek a kötelezettségnek, úgy kell tekinteni, hogy a tényállítás nem felelt meg a valóságnak. Erre a vállalkozást a hatóság felhívásában figyelmeztetni kell.

218) Az Fttv. 19. §-ának c) pontja értelmében a kereskedelmi gyakorlat tisztességtelenségének megállapítására irányuló eljárásra az Fttv.-ben meghatározott eltérésekkel a Gazdasági Versenyhivatal eljárása tekintetében a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény (a továbbiakban: Tpv.) rendelkezéseit kell alkalmazni.

*A Tpv. releváns rendelkezései*

219) A Tpv. 6/A. §-ának (1) bekezdése szerint összehasonlító reklám valamely termék, szolgáltatás, dolog módjára hasznosítható természeti erő, ingatlan, értékpapír, pénzügyi eszköz vagy vagyoni értékű jog (a továbbiakban együtt: áru) értékesítésének vagy más módon történő igénybevételének előmozdítására, vagy e céllal összefüggésben a vállalkozás nevének, megjelölésének, tevékenységének népszerűsítésére vagy áru, árujelző ismertségének növelésére irányuló olyan közlés, tájékoztatás, amely közvetve vagy közvetlenül felismerhetővé teszi a vállalkozás versenytársát, vagy a versenytárs által előállított, forgalmazott vagy bemutatott, a bemutatott áruval azonos vagy ahhoz hasonló rendeltetésű árut.

220) A Tpv. 10. §-a értelmében az összehasonlító reklámban

- a) kizárólag azonos rendeltetésű vagy azonos szükségleteket kielégítő áruk hasonlíthatók össze,
- b) az összehasonlításnak az áruk lényeges, meghatározó, jellemző és ellenőrizhető tulajdonságára kell vonatkoznia, és - ha az ár is az összehasonlítás tárgyát képezi, akkor e vonatkozásban is - tárgyilagosságnak kell lennie,
- c) eredetmegjelöléssel rendelkező termékek összehasonlítása kizárólag azonos eredetmegjelölésű termékekre vonatkozhat.

221) A Tpv. 10/C. §-ának (1) bekezdése alapján a Tpv. 10. §-ában foglalt rendelkezések megsértéséért azon a vállalkozáson túl, amelynek az üzleti gyakorlattal érintett áru értékesítése, szolgáltatása vagy eladásának ösztönzése közvetlenül érdekében áll (a továbbiakban: üzleti gyakorlat alkalmazója), az is felel, aki az üzleti gyakorlat keretében közölt üzleti kommunikációt az arra alkalmas eszközök segítségével megismerhetővé teszi, valamint aki önálló gazdasági tevékenysége körében az üzleti kommunikációt megalkotja vagy ezzel összefüggésben egyéb szolgáltatást nyújt, ha a jogsértés az üzleti kommunikáció megjelenítési módjával összefüggő olyan okból ered, amely nem az üzleti gyakorlat alkalmazója kifejezett utasítása végrehajtásának a következménye.

222) A Tpv. 45. §-a értelmében a Gazdasági Versenyhivatal jár el versenyfelügyeleti eljárásban a Tpv. rendelkezéseinek megsértése esetén - a 86. § (1) bekezdése alapján a bíróság hatáskörébe tartozó ügyek kivételével -, továbbá azokban a hatósági ügyekben, amelyek tekintetében törvény az eljárást a hatáskörébe utalja. A Tpv. 46. §-a alapján a Gazdasági Versenyhivatal illetékessége az ország egész területére kiterjed.

223) A Tpv. 76. §-a (1) bekezdése alapján az eljáró versenytanács határozatában

- e) megállapíthatja a jogsértés tényét,
- j) megállapíthatja, hogy a magatartás nem jogsértő,
- k) bírságot szabhat ki.

224) Az eljáró versenytanács a Tpv. 78. §-a (1) bekezdésének a) pontja értelmében bírságot szabhat ki azzal szemben, aki Gazdasági Versenyhivatal hatáskörébe tartozó jogsértő magatartást valósít meg. Az (1b) bekezdés értelmében a bírság összege legfeljebb a

vállalkozás, illetve azon – a határozatban azonosított – vállalkozáscsoport a határozat meghozatalát megelőző üzleti évben elért nettó árbevételének tíz százaléka lehet, amelynek a bírsággal sújtott vállalkozás a tagja. A vállalkozások társulásával szemben kiszabott bírság összege legfeljebb a tagvállalkozások előző üzleti évben elért nettó árbevételének tíz százaléka lehet.

225) A Tptv. 78. §-ának (2) bekezdése értelmében a bírság legmagasabb összegének meghatározásakor a nettó árbevételt a határozat meghozatalát megelőző üzleti évre vonatkozó éves beszámoló vagy egyszerűsített éves beszámoló alapján kell meghatározni. Ha a vállalkozás működési ideje az adott évben egy évnél rövidebb, az adatokat éves szintre kell vetíteni. Ha a határozat meghozatalát megelőző üzleti évben elért nettó árbevételéről nem áll rendelkezésre hiteles adat, az utolsó hitelesen lezárt üzleti év árbevétele az irányadó. Beszámolóval nem rendelkező, újonnan alapított vállalkozás esetében az eljárás megindításának évére vonatkozó üzleti tervet, ennek hiányában a vállalkozás által a vizsgáló, illetve az eljáró versenytanács felhívására közölt, a számvitelről szóló törvénynek a közbeső mérleg készítésére vonatkozó szabályai szerint az eljárás megindításának napjával mint fordulónappal kiszámított nettó árbevételt kell figyelembe venni. A nettó árbevétel számítására egyebekben megfelelően alkalmazni kell a 24. § (3) bekezdését és a 27. § (7) bekezdését.

226) A Tptv. 78. §-ának (3) bekezdése szerint a bírság összegét az eset összes körülményeire - így különösen a jogsérelem súlyára, a jogsértő állapot időtartamára, a jogsértéssel elért előnyre, a jogsértő piaci helyzetére, a magatartás felróhatóságára, az eljárást segítő együttműködő magatartására, a jogsértő magatartás ismételt tanúsítására, gyakoriságára - tekintettel kell meghatározni. A jogsérelem súlyát különösen a gazdasági verseny veszélyeztetettségének foka, a végső üzletfelek érdekei sérelmének köre, kiterjedtsége alapozhatja meg.

227) A Tptv. 44. §-ának (1) bekezdése értelmében a versenyfelügyeleti eljárásra – a Tptv. eltérő rendelkezése hiányában – a közigazgatási hatósági eljárás és szolgáltatás általános szabályairól szóló 2004. évi CXL. törvény (a továbbiakban: Ket.) rendelkezéseit kell alkalmazni meghatározott kivételekkel. A Ket. 13. §-a (2) bekezdésének e) pontja alapján a Ket. rendelkezéseit a versenyfelügyeleti eljárásban csak akkor kell alkalmazni, ha a Tptv. vagy az Fttv. eltérő szabályokat nem állapít meg.

## IX.

### Az összehasonlító reklám értékelési keretei

#### IX.1. A releváns joggyakorlat

##### IX.1.1. A közösségi ügyek

228) A viszonylag kis számú releváns közösségi ügyek közül a Lidl Belgium és a Colruyt között a brüsszeli tartományi bíróság előtt zajló perben a Bírósághoz intézett előkérdések tárgyában hozott ítélet emelendő ki<sup>198</sup>.

229) Az ítéletet - egyebek mellett – rámutatott arra, hogy a 84/450/EGK [irányelv] 3a. cikke (1) bekezdésének c) pontja az összehasonlító reklám tárgyilagosságának biztosítása érdekében megköveteli, hogy a reklám által összehasonlított tulajdonságok ellenőrizhetők,

---

<sup>198</sup> C-356/04. Lidl Belgium ügy

azaz bizonyíthatók legyenek, azonban nem tartalmaz semmilyen pontosabb meghatározást, hogy pontosan milyen körülmények között és kinek kellene ellenőriznie az említett tulajdonságok hitelességét<sup>199</sup>.

- 230) A Bíróság hangsúlyozta, hogy az irányelv által követett célok nem teszik lehetővé azt a megfontolást, hogy az összehasonlított tulajdonságok hitelessége ellenőrzésének inkább a fogyasztó vagy az egyéb érdekelt, különösen az összehasonlításba bevont versenytársak számára kellene nyitottnak lennie.<sup>200</sup>
- 231) Jelen ügy szempontjából kiemelendő az ítélet 68. pontja, amely szerint rá a reklámozónak képesnek kell lennie arra, hogy megfelelő eszközökkel bizonyítsa a reklámjában szereplő tényállítások hitelességét, és bizonyos esetekben ezt a bíróság vagy a közigazgatási hatóság is megkövetelheti tőle.
- 232) Az ítélet 71. pont szerint a fogyasztó azon lehetősége, hogy egy közigazgatási vagy bírósági eljárás keretében megszerezze reklámozótól a reklámban szereplő adatok hitelességére vonatkozó bizonyítékokat, nem mentesíti ezt a reklámozót - amennyiben a reklám az összehasonlított termékeket és árakat nem sorolja fel - különösen a reklám címzettjei számára annak megjelölési kötelezettsége alól, hogy azok hol és hogyan szerezhetnek nehézség nélkül tudomást az összehasonlítás elemeiről, az összehasonlítás hitelességének ellenőrzése vagy ellenőriztetése céljából.
- 233) Az összehasonlítás elemeihez való ilyen hozzáférhetőség mindazonáltal nem jelenti azt, hogy a reklám személyesen eljáró címzettje számára bármely körülmények között ellenőrizhetőnek kell lennie az összehasonlított tulajdonságok hitelességének. Ebben a tekintetben elegendő, ha az ilyen ellenőrzést lehetővé tevő elemek a jelen ítélet 71. pontjában megfogalmazott feltételek között hozzáférhetőek az említett címzett számára olyan módon, hogy általában saját maga elvégezhesse a kívánt ellenőrzést, vagy kivételesen, ha egy ilyen ellenőrzés olyan szakértelmet igényel, amellyel ő maga nem rendelkezik, azt egy harmadik személlyel elvégeztethesse.
- 234) Az előző megfontolásokra tekintettel a Bíróság szerint az irányelv 3a. cikke (1) bekezdésének c) pontját úgy kell értelmezni, hogy egy összehasonlító reklámban említett tulajdonság nem teljesíti az e rendelkezésben szereplő ellenőrizhetőség követelményét, ha az ezen tulajdonság említésén alapuló összehasonlítás elemeit a reklám nem sorolja fel, kivéve ha a reklám - különösen a reklámüzenet címzettjei számára - megjelöli, hogy ezen címzettek hol és hogyan szerezhetnek nehézség nélkül tudomást az összehasonlítás elemeiről, a reklám vagy annak hitelessége, illetve a szóban forgó tulajdonság ellenőrzése végett, vagy ha nem rendelkeznek az ehhez szükséges szakértelemmel, annak ellenőriztetése céljából.

#### **IX.1.2. A magyar joggyakorlat**

A Versenytanács a Vj/63/2011. RTL Klub ügyben kiemelte, hogy *a reklámozónak meg kell jelölnie, hogy a reklám címzettjei hol és hogyan szerezhetnek nehézség nélkül tudomást az összehasonlítás elemeiről az összehasonlítás hitelességének ellenőrzése vagy ellenőriztetése céljából.*<sup>201</sup>

---

<sup>199</sup> Az ítélet. 64. pontja

<sup>200</sup> u.o. 65. pont

<sup>201</sup> Vj/63/2011. RTL Klub ügy határozatának 115. pontja

- 235) A Versenytanács a Vj/37/2012. Vodafone ügyben megjegyezte, hogy „a lefedettség a szolgáltatás földrajzi elérhetőségének a mértéke. A le- és feltöltés sebességénél – ami nem vitásan lényeges tulajdonsága a mobilinternet hálózatnak – adott esetben sokkal nagyobb horderejű kérdés az, hogy egyáltalán igénybe vehető-e a szolgáltatás, és el lehet-e vele érni azt a személyt, adatforrást, akit/amit a használó el kíván érni. Mindezekre tekintettel a Versenytanács aggálymentesen megállapíthatónak látja azt, hogy a mobilinternet szolgáltatás kapcsán lényeges tulajdonságnak minősül a lefedettség.”<sup>202</sup>
- 236) Ugyanakkor leszögezte, hogy a mobilinternet szolgáltatás lényeges, a fogyasztói döntés szempontjából alapvető tulajdonsága a szolgáltatás területi lefedettsége ... A lefedettség elsősorban azért fontos a fogyasztó számára, mert ezen múlhat, hogy ő igénybe tudja-e venni a – mások számára elérhető – szolgáltatást, de az sem elhanyagolható szempont, hogy akiket a szolgáltatás igénybevétele útján el kíván érni, azok vajon olyan földrajzi helyen találhatók-e, amelyet a szolgáltatás lefed. Mobilinternet szolgáltatás esetén a fogyasztói várakozás mintegy felfokozódik, egyrészt mivel a fogyasztó nem csupán állandó és ideiglenes lakóhelyén, munkahelyén kívánja igénybe venni a szolgáltatást, hanem ezen pontok közötti közlekedése és egyéb utazásai során is igényt tart a szolgáltatásra, másrészt, mert az elérni kívánt személyek esetén is feltételezhető ugyanilyen mobilitás. A fogyasztók ma már igénylik, hogy a szélessávú mobilinternet szolgáltatást utazásuk során folyamatosan igénybe tudják venni. A „homogén” szolgáltatás iránti igénnyel nem fér össze pl. az, hogy vonatutazás során internetről nézett film megakadjon és csak a következő település körzetét elérve lehessen a „mozizást” folytatni, vagy megszakadjon a „csetelés”.<sup>203</sup>
- 237) A határozat eljárás alá vont által is hivatkozott 79. pontja szerint ...köztudomású, hogy a konkurens vállalkozások is fejlesztik és korszerűsítik hálózataikat....
- 238) A Versenytanács a Vj/18/2014. sz. Alveola ügyben leszögezte, hogy a tárgyilagosság két fontos szempontból vizsgálható: 1. az eljárás alá vont objektív kritériumok mentén kiválasztott szempontok mentén hasonlította-e össze az árakat, és 2. a kiválasztott kritériumok alapján az árak összevetése ugyancsak objektív módon történt-e.
- 239) Továbbá megállapította, hogy a „tárgyilagosság 2. szempontrendszerén belül azt kell megvizsgálni, hogy az egyébként objektíve (tehát a fogyasztói/felhasználói igények szempontjából valóban fontos) szempontok miképpen lettek bemutatva, a reklámozó az összevetés során nem alkalmazott-e inkorrekt módszereket, kellően pontosak voltak az összevetett adatok (nem függetlenül az ellenőrizhetőség követelményétől).”<sup>204</sup>
- 240) Az eljárás alá vont a jelen eljárásban a Vj/86/2015. Unilever ügyben hozott végzést emelte ki beadványában<sup>205</sup>, mint amely álláspontja szerint az összehasonlítás tárgyilagossága tekintetében az európai bírósági esetjog iránymutatását követi, mely iránymutatás a Tpv. tekintetében is közvetlenül alkalmazandó<sup>206</sup>. Ez alapján a tárgyilagosság a következőket feltételezi:
- a termék jellemzői jelentős, lényeges, ellenőrizhető és jellemző sajátosságainak együttes kritériumai biztosítják azt, hogy az összehasonlítás tárgyilagossága legyen,

<sup>202</sup> Vj/37/2012. Vodafone ügy határozatának 53. pontja

<sup>203</sup> u.o. 55. pont

<sup>204</sup> Vj/18/2014. sz. ügyben hozott határozat 60-61. pontja

<sup>205</sup> lásd a 174. pont lábjegyzetét

<sup>206</sup> Itt hivatkozik a C-356/04 sz. ügyben hozott, fentebb hivatkozott a bírósági ítéletre.

- az említett négy kritériumot teljesítő tulajdonságokat tárgyilagosan kell összehasonlítani, azaz a reklámban tett összehasonlításnak tárgyilagosságon és észlelhető tulajdonságokra kell vonatkoznia, és nem olyanokra, amelyeket a szubjektív ízlés vagy preferencia határoz meg. A tárgyilagosság második szintje tehát az olyan összehasonlítások kizárására irányul, amelyek szubjektív értékelésből, nem pedig tárgyilagosságból erednek,
- amennyiben az összehasonlító reklám tartalmazza az áruk árainak összehasonlítását, köteles azt tárgyilagosan bemutatni.<sup>207</sup>

241) A végzés 79. pontja szerint a fenti feltételek egymással szorosan összefüggenek, így elhatárolásuk egyes esetekben nehézséget is jelenthet, azonban a lényeg, hogy a jogszerű összehasonlító reklám objektív képet ad a fogyasztóknak. Nem lehet objektív azonban a fogyasztókban kialakult kép, ha ... általánosságban sérül az összehasonlítás tárgyilagossága (azaz a fogyasztó összességében nem kap objektív képet az összehasonlított termékek különbségéről).

## IX.2. Az összehasonlító reklám jogi értékelése

### *A fogyasztók által érzékelt üzenet*

242) Ahogyan az eljárás alá vont is ismertette, kampányainak a fő üzenete a Telekom 4G hálózatának nagysága, illetve, hogy az általuk szolgáltatott 4G hálózat nagyobb, mint a másik két versenytárs, a Telenor és a Vodafone 4G hálózatának nagysága. Ez az üzenet hangsúlyosan megjelenik az összes vizsgált kampányban az alábbi állítások megjelentetésével:

„A Telekom bekapcsolta Magyarország legnagyobb 4G mobilhálózatát!”

„Bekapcsoltuk Magyarország legnagyobb 4G mobilhálózatát!”

„Netezz Magyarország legnagyobb 4G mobilhálózatán a Telekommal.”

„Már itt is netezhetsz Magyarországon legnagyobb 4G mobilhálózatán a Telekommal.”

„Már számodra is elérhető Magyarország legnagyobb 4G mobilhálózata a Telekomtól!”

„Magyarország legnagyobb 4G hálózatán valóra válhatnak az álmaid.”

„Váltsd valóra, amit csak szeretnél Magyarország legnagyobb 4G hálózatán.”

Váltsd valóra álmaidat Magyarország legnagyobb 4G hálózatával.”

„... használd ki az ország legnagyobb 4G hálózatában rejlő lehetőségeket is.”

„Közös élmények a Telekom 4G-vel, Magyarország legnagyobb 4G mobilhálózatával.”

„Netezz Magyarország legnagyobb 4G mobilhálózatával!”

„Netezz a Telekommal Magyarország legnagyobb 4G mobilhálózatán ...”

„Bízd rá magad Magyarország legnagyobb 4G mobilhálózatára!”

„Bízd rá magad Magyarország legnagyobb 4G mobilhálózatára és netezz kompromisszumok nélkül!”

<sup>207</sup> A végzés 69. pontja.

*Bízd rá magad az ország legnagyobb 4G mobilinternet hálózatára.”*

*A piacelsőbbségi állítás összehasonlító reklámként való értékelése*

- 243) Az eljárásban vizsgált hat kampány közös szlogenje – „Magyarország legnagyobb 4G mobilhálózata” – formáját tekintve piacelsőbbségi állítás. Ám mivel az érintett szolgáltatás, illetve áru – 4G mobilszolgáltatás – piacán a fogyasztók számára közismert a másik két versenytárs kiléte, így közvetve felismerhetővé vált a versenytársak szolgáltatása is. Mindez összhangban van a Versenytanács gyakorlatával, amely szerint „*másik vállalkozás, illetve annak terméke felismerhetőségének kérdése sajátos módon jelentkezik abban az esetben, ha az adott piacon igen kevés számú versenytárs van jelen, s személyük közismertnek tekinthető. Ilyenkor a piacelsőbbségi állítást tartalmazó reklám összehasonlító reklámnak is minősülhet.*”<sup>208</sup> Erre tekintettel – az eljárás alá vont által sem vitatottan – a fent közös reklámüzenet összehasonlító reklámnak minősül.
- 244) Az eljáró versenytanács szerint vizsgált összehasonlításban a szolgáltatás egyetlen eleme jelenik meg a „legnagyobb 4G hálózat” kifejezésben, még pedig a hálózati lefedettség. Kétségtelen, hogy a hálózati lefedettség mindkét (területi és lakossági) viszonylatában meghatározható viszonyszám nem jelentheti azt, hogy a szolgáltatás a lefedett területeken a versenytársakéval azonos színvonalú, hiszen egy mobilhálózat tényleges elérhetősége – a lefedettségen kívül – még számos más tényezőtől (bázisállomások száma, a frekvenciasáv, rádiós terjedési tulajdonságok, illetve a szolgáltatás színvonala stb.) is függ.
- 245) Az eljáró versenytanács azt sem vitatja, hogy a lefedettség a szolgáltatás minőségét befolyásoló számos tényező közül csak az egyik. Álláspontja szerint azonban – egyezően az eljárás alá vont és a két versenytársa véleményével – a vizsgált állítás elsősorban az adott szolgáltató adott szolgáltatásával lefedett területre, illetve lakosságra vonatkozik, amelyet különösen az egyes kampányokban megjelenő lefedettségi térképek, a lefedettségre történő rendszeres hivatkozás erősíthetett meg a fogyasztóban. Ugyanakkor a hálózat „nagysága” kifejezés fogyasztói értelmezése az eljáró versenytanács szerint nem feltétlenül egyértelmű és nem feltétlenül a lefedettség műszaki tartalmával azonos: a fogyasztó nem pusztán a szolgáltatás szűken értelmezett lefedettségét értheti ez alatt (azaz, hogy elérhető-e a szolgáltatás vagy sem és milyen földrajzi területen), hanem a „nagyság” miatt többlet képességeket, minőségi elvárásokat, vagy előfizetési szám nagyságot is társíthat ehhez. Jelen eljárásban azonban a vizsgált állítást csak ezen szűkebb értelmezés szerint elemezte és vizsgálta meg, hogy azok eleget tesznek-e az összehasonlító reklám Tptv. 10. §-ában megfogalmazott elvárásoknak, azzal, hogy ha az erre szűkítve értelmezett „nagyság” összehasonlítása aggályos, akkor az esetleges tágabb értelmezésben még inkább az lehet. Mivel az alábbiak szerint az eljáró versenytanács már a szűkebb értelmezés szerint is aggályosnak ítélte meg az eljárás alá vont összehasonlító reklámját, ezért jelen eljárásban szükségtelen a szélesebb értelmezés szerinti jogi értékelés.

*A fogyasztói célcsoport*

- 246) A Telekom 4G kampányának célcsoportja nem csak a mobilinternetezőök köre, hanem azon fogyasztók is ide tartoznak, akik még nem használnak mobilinternetet, de nem zárják ki, hogy a jövőben az internethasználatukat a mobil hálózatra is kiterjesztik.

<sup>208</sup> A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsának az Fttv-vel, Grt-vel és a Tptv III. fejezetével, a Gyftv.-vel és az Éltv-vel kapcsolatos elvi jelentőségű döntései (2015) III.13.7. pont.

### *Az összehasonlított tulajdonság*

247) Az eljárás alá vont egyetlen tulajdonságot emelt ki a vizsgált kereskedelmi gyakorlat fő üzenetében, a hálózat nagyságát, amelyet a lefedettséggel hozott összefüggésbe. Az eljárás alá vont egyes nyilatkozataiban (lásd pl. a 156. pontot) hasonló értelemben használta a „hálózat elérhetősége” kifejezést is, amely viszont már nem csak az országos lefedettségtől, hanem számos más tényezőtől (helyi lefedettség, 4G képes készülék, a díjcsomag, hálózati támogatottság), amely körülményekre a kampány során apróbetűs értelmező megjegyzésekkel hívta fel a figyelmet, mint pl. „A 4G hálózat kizárólag a lefedettségi területen belül vehető igénybe 4G-képes készülékkel és díjcsomaggal, az elérhető sebesség mértéke függ attól, hogy azt az adott ponton támogatja-e a hálózat.” Ez arra utal, hogy az ellentmondó nyilatkozatok ellenére a kampány során összehasonlított tulajdonság, azaz az, amit a fogyasztók hálózat nagyságán kellett, hogy értsenek, az eljárás alá vont szándéka szerint is, a hálózat országos lefedettségének aránya volt.

### *A helyettesíthetőség követelménye [Tpvt. 10. § a) pontja]*

248) Az eljárás alá vont piacelsőségi állítást fogalmazott meg a saját 4G hálózata gyorsaságára vonatkozóan, melyre tekintettel megállapítható, hogy állítását a Telenor és a Vodafone 4G hálózatához viszonyítva tette. Így a helyettesíthetőség követelményének a reklámok megfelelnek, mivel a három szolgáltató 4G hálózatának nagyságát hasonlítják össze. Erre tekintettel megállapítható, hogy az összehasonlító reklámnak a Tpvt. 10. § a) pontjában meghatározott követelménye teljesül.

### *A Tpvt. 10. § b) pontjának való megfelelés*

249) A fentebb ismertetett joggyakorlat alapján az az ebben a pontban felsorolt vizsgálandó szempontok önállóan, de egymással összefüggésben is vizsgálandók. A jogszabályhely megfogalmazásában „az összehasonlításnak az áruk lényeges, meghatározó, jellemző és ellenőrizhető tulajdonságára kell vonatkoznia és ... tárgyilagosságnak kell lennie. Ez azt jelenti, hogy nem csak az összehasonlított tulajdonságoknak, hanem magának az összehasonlításnak (a módszernek, a viszonyítási alapnak, illetve az összevetés megjelenítésének) is tárgyilagosságnak kell lennie.

250) Az összehasonlítás tárgyilagossága a joggyakorlat alapján két lépésben (szinten) vizsgálandó. Az első lépésben azt kell megvizsgálni, hogy a 10. § b) pontjában felsorolt első négy szempont, azaz a lényegesség, a meghatározó jelleg, a jellemzőség és az ellenőrizhetőség objektíve, tényszerűen megvalósult-e az összehasonlítás során. Ez azt jelenti, hogy önállóan vizsgálható e négy szempont teljesülése, mivel ezek bármelyikének hiánya a tárgyilagosságot kizárja. Következésképpen nem feltétlenül szükséges mind a négy feltétel vizsgálata a jogsértés a tárgyilagosság hiányának megállapíthatóságához. (v.ö. Vj/37/2012. Vodafone ügy, 79. pont; Vj/86/2015. Unilever ügy 69. pontja).

251) A Vj/86/2015. Unilever ügy 79. pontja arra is felhívja a figyelmet, hogy a 10. § b) pontjában felsorolt első négy szempont elhatárolása egyes esetekben nehézséget jelenthet. Ilyenkor azt kell megvizsgálni, hogy az összehasonlító reklám objektív képet ad-e a fogyasztónak. Jelen ügyben tehát az eljáró versenytanácsnak először abban kellett állást foglalnia, hogy a 10. § b) pontjában felsorolt első négy szempont alapján a vizsgált reklámállítás, az abban foglalt fogyasztói üzenet (Magyarország legnagyobb országos lefedettségű 4G mobilinternet hálózata) lényeges, meghatározó, jellemző és ellenőrizhető tulajdonsága-e 4G mobilinternet szolgáltatásnak.

### *Az összehasonlító reklámállítás lényegessége*

252) A Vj/37/2012. Vodafone ügyben a Versenytanács egyértelműen megállapította, hogy a mobilinternet szolgáltatás lényeges, a fogyasztói döntés szempontjából alapvető tulajdonsága a szolgáltatás területi lefedettsége ... A lefedettség elsősorban azért fontos a fogyasztó számára, mert ezen múlhat, hogy ő igénybe tudja e venni a – mások számára elérhető – szolgáltatást, de az sem elhanyagolható szempont, hogy akiket a szolgáltatás igénybevétele útján el kíván érni, azok vajon olyan földrajzi helyen találhatók-e, amelyet a szolgáltatás lefed. Mobilinternet szolgáltatás esetén a fogyasztói várakozás mintegy felfokozódik, egyrészt mivel a fogyasztó nem csupán állandó és ideiglenes lakóhelyén, munkahelyén kívánja igénybe venni a szolgáltatást, hanem ezen pontok közötti közlekedése és egyéb utazásai során is igényt tart a szolgáltatásra, másrészt, mert az elérni kívánt személyek esetén is feltételezhető ugyanilyen mobilitás. A fogyasztók ma már igénylik, hogy a szélessávú mobilinternet szolgáltatást utazásuk során folyamatosan igénybe tudják venni. A „homogén” szolgáltatás iránti igénnyel nem fér össze pl. az, hogy vonatutazás során internetről nézett film megakadjon és csak a következő település körzetét elérve lehessen a „mozizást” folytatni, vagy megszakadjon a „csetelés”.. Ezt az értékelést a jelen ügyben eljáró versenytanács nem vitatja és megállapíthatónak tartja, hogy a helyi lefedettség mellett az országos lefedettség is a mobilhálózatok lényeges tulajdonsága.

#### *Az összehasonlító reklámállítás ellenőrizhetősége*

253) Az eljáró versenytanácsnak az ellenőrizhetőséggel összefüggésben először is abban a kérdésben kellett döntenie, hogy az ellenőrizhetőség kritériumát a reklámüzenetben foglalt tényállítás (Telekomnak volt a vizsgált időszakban a legnagyobb országos lefedettséget nyújtó 4G hálózata) valóságtartalmára kell-e alkalmazni vagy pedig az ellenőrizhetőség objektív lehetőségének vizsgálatára, függetlenül annak valóságtartalmától.

254) A fenti kérdés vizsgálatának szükségességét az eljárás alá vont vetette fel a Vj/104-26/2015. számú beadványában, 157)-161) pontok jelen határozatban. Rámutatott arra, hogy a Gazdasági Versenyhivatal az eljárást megindító végzésében a Tpv. 10. §-a alapján, vagyis az összehasonlító reklámra vonatkozó rendelkezések valószínűsíthető megsértése miatt indította el a jelen eljárást. Felhívta a figyelmet arra, hogy álláspontja szerint igazolási kötelezettsége a Tpv. 10. §-a alapján vizsgált összehasonlító reklámokban használt tényállítások valóságtartalmára nem terjed ki, hiszen sem az Fttv. 14. §-a, sem pedig a Tpv. 64/B. § (2) bekezdése nem vonatkozik a Tpv. 10. §-ára. Ebből álláspontja szerint az következik, hogy az összehasonlító reklám tárgyilagosságának vizsgálatakor a bizonyítási teher nem a Telekomra, hanem a Gazdasági Versenyhivatalra ró kötelezettséget. Ez a kötelezettség egyben azt is jelenti, hogy a Gazdasági Versenyhivatal, amennyiben nem tartja megfelelőnek a Telekom által fent bemutatott bizonyítékokat, nem vonhatja le automatikusan (értsd: az Fttv. 14. §-ában foglalt igazolási kötelezettség nem teljesülése esetén) azt a következtetést, hogy a kérdéses reklámok nem tárgyilagosságok, hanem az eset összes körülményére, valamint egyéb releváns bizonyítékokra tekintettel kell a tárgyilagosságról döntenie.

255) A Telekom álláspontja szerint tehát az összehasonlító reklám tárgyilagosságának megítélésekor nem elégséges az összehasonlító reklámot közzétevő által a hatóság rendelkezésére bocsátott bizonyítékok mérlegelése. A Ket. 55. §-a és a Tpv. 64/B. §-a együttes mérlegelésével a hatóságnak teljes tényfeltárást kell végeznie, adott esetben a Tpv. 64/B. § (4) bekezdésében foglalt adatszolgáltatásra való kötelezés eszközével.

256) Az eljáró versenytanács csak részben osztja az eljárás alá vont fent leírt álláspontját. Helytállóan hivatkozott az eljárás alá vont arra, hogy amennyiben az eljárás

megindításakor vagy az eljárás során bármikor nem kerül sor az Fttv. behívására, akkor az összehasonlító reklámállítás valóságtartalmára vonatkozó Fttv. 14. §-a szerinti igazolási kötelezettsége az eljárás alá vontnak nincs. Az eljáró versenytanács megjegyzi, hogy ha az eljárás bármely fázisában alappal lett volna vélelmezhető, hogy a vizsgált összehasonlító reklámállítás egyben megtévesztő is, akkor erre is megindult volna az eljárás az Fttv. 6. vagy 7. §-ai alapján. Ilyen körülmény azonban az eljárás során nem merült fel..

257) Ugyancsak helytálló az eljárás alá vontnak a Tpv. 64/B. § (2) bekezdésére való hivatkozása is, amely csak üzletfél megtévesztésének vélelme esetén (Tpv. 8. §) teszi kötelezővé az eljárás alá vont számára az üzleti gyakorlata részét képező tényállítás valóságtartalmának igazolását.

258) A jelen határozat 229. pontjában leírtak szerint a Bíróság ítéletének 64. pontja rámutatott, hogy a 84/450/EGK [irányelv] 3a. cikke (1) bekezdésének c) pontja az összehasonlító reklám tárgyilagosságának biztosítása érdekében megköveteli, hogy a reklám által összehasonlított tulajdonságok ellenőrizhetők, azaz bizonyíthatók legyenek, azonban nem tartalmaz semmilyen pontosabb meghatározást, hogy pontosan milyen körülmények között és kinek kellene ellenőriznie az említett tulajdonságok hitelességét. A 65. pont szerint az irányelv által követett célok nem teszik lehetővé azt a megfontolást, hogy az összehasonlított tulajdonságok hitelessége ellenőrzésének inkább a fogyasztó vagy az egyéb érdekelt, különösen az összehasonlításba bevont versenytársak számára kellene nyitottnak lennie.

259) Ugyanakkor az ítélet 71. pontja szerint a fogyasztó azon lehetősége, hogy egy közigazgatási vagy bírósági eljárás keretében megszerezze reklámozótól a reklámban szereplő adatok hitelességére vonatkozó bizonyítékokat, nem mentesíti ezt a reklámozót - amennyiben a reklám az összehasonlított termékeket és árakat nem sorolja fel - különösen a reklám címzettjei számára annak megjelölési kötelezettsége alól, hogy azok hol és hogyan szerezhetnek nehézség nélkül tudomást az összehasonlítás elemeiről, az összehasonlítás hitelességének ellenőrzése vagy ellenőriztetése céljából.

260) A Bíróság végül is úgy válaszolt az előkérdésre, hogy egy összehasonlító reklámban említett tulajdonság nem teljesíti az ellenőrizhetőség követelményét, ha valamely tulajdonság említésén alapuló összehasonlítás elemeit a reklám nem sorolja fel, kivéve ha a reklám - különösen a reklámüzenet címzettjei számára - megjelöli, hogy ezen címzettek hol és hogyan szerezhetnek nehézség nélkül tudomást az összehasonlítás elemeiről, a reklám vagy annak hitelessége, illetve a szóban forgó tulajdonság ellenőrzése végett, vagy ha nem rendelkeznek az ehhez szükséges szakértelemmel, annak ellenőriztetése céljából.

261) Nem értett egyet azonban az eljáró versenytanács azzal, ahogyan az általa is irányadónak tekintett C-356/04. *Lidl Belgium* ügyben hozott bírósági ítélet 70. pontjára hivatkozik (lásd a 196. pontot). A hivatkozott ítélet 70. pontja ugyanis a 69. ponttal összefüggésben értelmezendő, amely az irányelv 6. cikkére utal. „Az irányelv 6. cikke ebben a tekintetben kötelezi a tagállamokat, hogy a megnevezett bíróságokra vagy a közigazgatási hatóságokra ruházzák az irányelv tiszteletben tartására vonatkozó hatásköröket, megköveteljék a reklámozótól, hogy bizonyítékot mutasson be a reklámban szereplő tényállítások hitelességéről, amennyiben a reklámozó és az eljárásban szereplő másik fél jogos érdekeit tekintetbe véve az adott eset körülményei alapján ez a követelmény helyénvalónak tűnik, az összehasonlító reklám esetében pedig megkövetelhetik, hogy a reklámozó az említett bizonyítékokat rövid időn belül bemutassa”. Ugyanez a rendelkezés azt is előírja, hogy ezekre a közigazgatási hatóságokra és

*bíróságokra ruházzák azt a hatáskört, hogy a tényállításokat helytelennek tekintsék, ha a kért bizonyítékot nem nyújtják be, vagy azokat elégtelennek ítélik.”*

- 262) A fenti 69. ponthoz kapcsolódóan kell értelmezni az eljárás alá vont által hivatkozott 70. pontot, miszerint ... „Ebből következik, hogy a reklámozónak képesnek kell lennie, hogy az általa elvégzett összehasonlítás hitelességét rövid időn belül bizonyítsa, az irányelv nem követeli meg tőle, hogy a reklám megfogalmazását megelőzően minden érdekelt rendelkezésére bocsássa az ilyen bizonyítékokat.” A hivatkozott 70. pont tehát a 69. pontban megfogalmazott „rövid időn belüli bemutatás” kötelezettségét pontosítja annyiban, hogy annak nem kell a reklám közzétételét megelőzően minden érdekelttel szemben eleget tennie. Az ítélet 70. pontja tehát a közzététel előtti helyzetre vonatkozik, az eljáró versenytanács azonban jelen eljárásban nem vizsgálta, hogy az eljárás alá vont a reklám közzétételét megelőzően milyen bizonyítékokkal rendelkezett, de különösen nem azt, hogy azokat a reklám közzétételét megelőzően kinek kellett volna rendelkezésére bocsátania. Erre tekintettel az eljáró versenytanács fenntartja azt az álláspontját, hogy jelen ügyben a C-356/04. *Lidl Belgium* ügyben hozott bírósági ítélet 70. pontja nem releváns. A 70. pontból az eljárás alá vont tévesen vonta le azt a következtetést, hogy nem kötelezettsége minden fogyasztó számára közzétenni az állítását alátámasztó bizonyítékokat. Egyébiránt ilyen kötelezettséget az eljáró versenytanács nem is fogalmazott meg. Az összehasonlító reklámozót a fogyasztókkal szemben terhelő kötelezettsége tekintetében pedig az ítélet 71. pontja az irányadó.
- 263) Ebből az eljáró versenytanács szerint az következik, hogy az összehasonlító reklámban meg kellett volna az eljárás alá vontnak jelölnie, hogy a fogyasztók hol és hogyan szerezhetnek nehézség nélkül tudomást az összehasonlítás elemeiről, a reklám vagy annak hitelessége, illetve a szóban forgó tulajdonság ellenőrzése végett, vagy ha nem rendelkeznek az ehhez szükséges szakértelemmel, annak ellenőrztetése céljából. Ez tehát olyan kötelezettség, amely a reklámot közzétevő vállalkozást akkor is terheli, ha egy hatóság egyébként nem vizsgálja a reklámban foglalt tényállítás valóságtartalmát vagy akár egyáltalán nem vizsgálja a közzétett reklámot. Az eljárás alá vontnak tehát az összehasonlító reklámállítás objektív ellenőrizhetőségét a fogyasztó számára legalább olyan mértékig biztosítani kell, hogy hol és hogyan szerezhetnek nehézség nélkül tudomást az összehasonlítás elemeiről, a reklám vagy annak hitelessége, illetve a szóban forgó tulajdonság ellenőrzése végett.
- 264) Jelen esetben az eljárás alá vont a fogyasztók felé „mindössze” a lefedettségi térképeit kommunikálta, feltételezve, hogy az üzenet által megcélzott fogyasztók maguktól tudják, hogy a többi szolgáltató is köteles hasonló lefedettségi térképeket közzétenni, másrészt – ami fontosabb – ezek alapján képesek az országos lefedettség vonatkozásában ellenőrizni a tényállítás valóságtartalmát. Az eljáró versenytanács szerint ugyanakkor a Magyar Telekom által közzétett, csak a saját hálózatának lefedettségére vonatkozó térkép, a másik két szolgáltató hálózatának lefedettségére vonatkozó térképek, vagy azok elérhetőségeire való utalás nélkül, összehasonlítás megalapozására nyilvánvalóan alkalmatlan, függetlenül attól, hogy a térkép ténylegesen milyen céllal készült és, hogy egy szolgáltató vonatkozásában milyen információk alátámasztására alkalmas. A Telekom ezzel összefüggésben úgy nyilatkozott (178. pont), hogy az elektronikus hírközlési szolgáltatás minőségének az előfizetők és felhasználók védelmével összefüggő követelményeiről, valamint a díjazás hitelességéről szóló 13/2011. (XII. 27.) NMHH rendelet 12. § (8)

bekezdésének<sup>209</sup> megfelelően járt el akkor, amikor országos lefedettségi (a lakott területek esetén 1:50 000 felbontású) térképet tett közzé internetes oldalán és ennek elérhetőségét ügyfélszolgálatán biztosította. Az idézett jogszabályhely alapján a térképnek alkalmasnak kell lennie arra, hogy az előfizetők az azon feltüntetett adatok alapján a szolgáltatás elérhetőségével, illetve minőségével kapcsolatban megbízható információk alapján hozzassák meg döntéseiket.

265) Az eljáró versenytanács nem vitatta (nem is vizsgálta hatáskör hiányában), hogy a lefedettségi térképek ennek az alkalmassági célnak megfelelőhettek. A térkép alapján a fogyasztó valóban meg tudja állapítani, hogy Magyarország bármely pontján az adott szolgáltatónak van-e elérhető 4G szolgáltatása (lefedettsége) vagy sem. Ebből azonban még nem következik, hogy a fogyasztó a térkép alapján pontosan meg tudja állapítani, hogy egy adott lefedettségi térképen mekkora egy szolgáltató 4G hálózatának *országos lefedettsége*. Ehhez ugyanis mind az 50 000 képpontot végig kellene tudnia vizsgálnia és összegezni az eredményeket, amihez egy átlagos fogyasztónak nyilván sem megfelelő számítástechnikai ismerete, sem ideje, sem megfelelő tudása nem lehetett. Erre tekintettel megállapítható, hogy a szolgáltatók által rendszeresen közzétett lefedettségi térképek nem alkalmasak az országos lefedettséggel kapcsolatos reklámállítások fogyasztók általi pontos ellenőrzésére.

266) A fentiek miatt nem helytálló az eljárás alá vont többször hangoztatott hivatkozása arra, hogy a lefedettségi adatait a rá irányadó jogszabálynak való megfelelés szándékával tette közzé (lásd. pl. 201. pont). A GVH-nak nincs hatásköre annak vizsgálatára, hogy a Magyar Telekom a lefedettségi adatainak (térképének) közzétételével megfelelt-e a jogszabály előírásainak vagy sem, és az eljáró versenytanácsnak sem volt ilyen szándéka. Jelen eljárásban az a releváns kérdés, hogy a – bármilyen célból – közzétett lefedettségi térképek kellő információt szolgáltattak-e a fogyasztók számára ahhoz, hogy a fogyasztók ellenőrizhessék a mobilinternet szolgáltatók hálózatainak országos lefedettségének mértékét, illetve egymáshoz viszonyított nagyságát. A 13/2011. (XII. 27.) NMHH rendelet lefedettségi térképre vonatkozó előírása [12. § (8)] ilyen, azonnali összehasonlítást lehetővé tevő országos lefedettségi mérték közzétételét nem írják elő, (v.ö. 113. pont), ezért önmagában az a tény, hogy az NMHH még soha nem állapította meg a Magyar Telekom jogszabálynak nem megfelelő magatartását, nem jelenti azt, hogy az által közzétett összehasonlító reklámhoz kapcsolódó ellenőrizhetőségi követelménynek is eleget tett volna. A jogszabály egyébként „csak” arról rendelkezik, hogy az adott mobilinternet szolgáltatónak a saját szolgáltatásának az ország gyakorlatilag bármely pontjára vonatkozóan megbízható információt kell nyújtania a szolgáltatás elérhetőségével kapcsolatban. A Magyar Telekomot tehát nem e jogszabály, hanem saját összehasonlító reklámja hozta olyan helyzetbe, hogy az országos lefedettség mértékére vonatkozó összehasonlító állításai ellenőrizhetőségéhez kellő információt kellett volna közölnie a fogyasztókkal.

---

<sup>209</sup> (8) Mobilinternet hozzáférési szolgáltatás esetén az (1) bekezdésben foglaltakon túl, a szolgáltatónak országos lefedettségi (a lakott területek esetén 1:50 000 felbontású) térképet kell internetes oldalán közzétennie és ennek elérhetőségét ügyfélszolgálatán köteles biztosítani. A térképnek alkalmasnak kell lennie arra, hogy az előfizetők az azon feltüntetett adatok alapján a szolgáltatás elérhetőségével, illetve minőségével kapcsolatban megbízható információk alapján hozzassák meg döntéseiket. A térképet a szolgáltatónak két évre visszamenőleg meg kell őriznie.

- 267) Az eljárás alá vont sem vitatta<sup>210</sup>, hogy a fogyasztó a térképek alapján legfeljebb „ránézéssel” kaphatott képet a szolgáltatók hálózatainak lefedettségeinek egymáshoz képesti alakulásáról. A szolgáltatók által közzétett térképekre való pusztán „ránézéssel” csak a lefedettségek közötti jelentős, néhány %-ot jóval meghaladó különbségek vehetők észre a fogyasztók számára. Tekintettel arra, hogy az eljárás alá vont szerint sem vizsgálható a Tptv. 10. §-a alapján indult eljárásban az összehasonlító reklámállítás valóságtartalma, ezért annak a körülménynek sincs relevanciája, hogy ténylegesen az adott időszakban az egyes szolgáltatóknak mekkora volt az országos lefedettsége, vagyis hogy a vizsgált reklámállítás valós volt-e vagy sem. A Bíróság C-356/04. *Lidl Belgium* ügyben hozott ítéletének 71. pontja alapján csak az vizsgálható jelen eljárásban is, hogy vajon az összehasonlító reklámot közzétévő vállalkozás megjelölte-e azt, hogy a fogyasztók hol és hogyan szerezhetnek *nehézség nélkül* tudomást az összehasonlítás elemeiről, a reklám vagy annak hitelessége, illetve a szóban forgó tulajdonság ellenőrzése végett, vagy ha nem rendelkeznek az ehhez szükséges szakértelemmel, annak ellenőriztetése céljából. A lefedettségi térképen túlmenően az eljárás alá vont nem jelölt meg semmi más módot, lehetőséget arra vonatkozóan, hogy a fogyasztók hol és hogyan ellenőrizhetik *nehézség nélkül* az összehasonlító reklám tényállításának hitelességét, sőt lefedettségi térképet is csak a saját hálózatára vonatkozóan közölt a Magyar Telekom, azzal egyidejűleg a másik két szolgáltató térképét nem közölte, illetve azok elérhetőségére sem utalt.
- 268) Az eljárás alá vont által javasolt „ellenőrizhetőségi teszt” második lehetősége (176. pont, második francia bekezdés) a Bíróság C-356/04. *Lidl Belgium* ügyben hozott ítéletének 71. pontja alapján nem értelmezhető az első lehetőségtől függetlenül. Ha ugyanis objektív akadály van annak, hogy a fogyasztó maga utánajárhasson, utánanézhessen az adott összehasonlítás alapját képező adatoknak és módszernek annak érdekében, hogy tesztelhesse, vizsgálhassa vagy egyáltalában értelmezhesse a reklámban megjelenített különbségeket, amelyek révén az ellenőrizni kívánt sorrend kialakul, akkor is jeleznie kell a reklámozónak, hogy a fogyasztó hogyan és kivel/mivel ellenőriztetheti az összehasonlítás alapját képező adatokat és módszert. Ez jelen eljárásban nem történt meg.
- 269) Nem mindegy továbbá, hogy miben áll az az objektív akadály, ami miatt a fogyasztók közvetlenül nem ismerhetik meg az összehasonlítás alapját képező adatokat és módszert. Ha ugyanis az objektív akadály az, hogy maga az eljárás alá vont sem rendelkezik ezekkel az információkkal, akkor nem lehet abban a helyzetben, hogy hitelt érdemlően bármilyen tényállítást tegyen. Jelen eljárásban ennek nincs jelentősége, hiszen nem volt vélelmezett a fogyasztó megtévesztése.
- 270) A fentiek alapján az eljáró versenytanács megállapította, hogy nem teljesült az ellenőrizhetőség kritériuma a reklámüzenetben foglalt tényállítás fogyasztók általi ellenőrizhetősége vonatkozásában arra tekintettel, hogy a Magyar Telekom csak saját lefedettségi térképét közölte és a lefedettségi térképek nem alkalmasak az országos lefedettséggel kapcsolatos állítások fogyasztók általi pontos ellenőrzésére, és az eljárás alá vont a reklámban nem közölte, hogy a fogyasztónak milyen objektív lehetőségek állnak rendelkezésére ahhoz, hogy a reklámüzenetben foglalt tényállítás valóságtartalmát szakértőkkel vagy hatósággal ellenőriztetni tudja.

---

<sup>210</sup> Vj/104-101/2015.

*Az összehasonlító reklámállítás meghatározó, illetve jellemző tulajdonságra vonatkozóan összességében objektív képet ad-e a fogyasztónak?*

- 271) Az eljáró versenytanács abból indult ki, hogy a mobilinternet világában a 4G képviselte generációváltás, hasonlóan minden fontos új hálózatos technológia megjelenéséhez, az üzleti siker elengedhetetlenül fontos tényezője. Ezért *különösen fontos, hogy a szolgáltatók milyen gyorsan képesek kiépíteni az új technikát alkalmazni képes hálózatot*. Ez tehát azt jelenti, hogy az új hálózatok kiépülésének időszakában a fogyasztó szempontjából nem csak, és nem is elsősorban az a fontos, hogy egy adott pillanatban, rövid időszakban melyik szolgáltatónak van a legnagyobb lefedettségű hálózata, hanem legalább annyira fontos az is, hogy a jelenlegi lefedettségén milyen gyorsan tud változtatni és hogy a jellemző előfizetői szerződési időtartamhoz képest rövid időszakon belül képes-e hasonló lefedettségű hálózatot biztosítani, mint a pillanatnyilag piacvezető szolgáltató.
- 272) A 2014. novemberi frekvencia-pályázat eredményeinek kihirdetésével a 4G hálózat fejlesztésében új fejezet nyílt. Korábban is történtek hálózatfejlesztések, amelyek eredményeképpen előfordult, hogy nem a Telekomnak volt éppen a legnagyobb lefedettségű hálózata. A 4G szolgáltatást például először a Telenor kapcsolta be Magyarországon. Az említett pályázattal azonban felgyorsult a szolgáltatók hálózatfejlesztése, már csak azért is, mert a pályázati feltételek egyike szerint rövid időn (három éven) közel teljes lefedettséget kellett mindhárom szolgáltatónak vállalnia. Az eljáró alá vont által becsatolt sajtónyilatkozatok között található volt egy olyan 2014. december 1-i mno.hu cikk is, amely szerint „egy év múlva majdnem teljes lehet a 4G-lefedettség”, v.ö. 82. pont. Márpedig, ha ennek az újsághírnek hitelt lehet adni – és ezt az eljárás alá vont sem vonhatja kétségbe, hiszen ő maga csatolta be bizonyítékként ezeket a sajtóhíreket – akkor 2015-ben egy olyan hálózatfejlesztési verseny indult be, amelynek a végeredménye 2015 végén fog látszani és a fent leírtak szerint az volt valószínűsíthető, hogy a 4G hálózat vonatkozásában ekkorra lényegesen csökkennek vagy akár eltűnnek a szolgáltatók között korábban meglévő lefedettségi különbségek.
- 273) A vizsgált nyolc hónapos időszak során valóban a Telekomnak volt a legnagyobb lefedettségű hálózata (végig ő vezetett a versenyben). De az előnye a versenytársaival szemben folyamatosan egyre kisebb lett, és a „verseny” kétharmadánál már a Telenor gyakorlatilag utolérte a területi lefedettségben és a [üzleti titok]. Ebből az következik, hogy a hálózatfejlesztés dinamikája, annak ismerete, hogy egy szolgáltató hol tart a hálózatfejlesztésben, és milyen ütemben fejleszti a hálózatát legalább annyira meghatározó tényezője lehet a piacon való megjelenésnek, létezésnek, mint az aktuálisan, adott pillanatban meglévő hálózat nagysága, mérete.
- 274) A hálózati dinamika relatív fontossága függ az aktuális piaci környezettől is. A 3G hálózat esetében a lefedettségi értékek a vizsgált időszakban, illetve az azt megelőző évben alig változnak, a hálózatok nagysága stabil, a 3G szolgáltatás piaca nem dinamikus, alig változó nagyságú hálózati környezetben történik. Ugyanezen időszakban a 4G szolgáltatás gyors ütemben kifejlődőben van, ahol a lefedettségi értékek gyorsan változhatnak függően attól, hogy az adott szolgáltató milyen ütemben, mekkora ráfordításokkal, milyen gyorsan kívánja hálózatának lefedettségét növelni és ebben a tekintetben is versenyezni a többi szolgáltatóval. Egy nem változó nagyságokkal, lefedettségekkel jellemezhető hálózat (3G) esetében tehát nem lehet számítani a hálózati lefedettség gyors változására, ezért a piaci dinamikával kapcsolatos információ kevésbé fontos a fogyasztó számára. Egész más a helyzet akkor, amikor gyorsan változó hálózatok versenyeznek egymással, és az éppen legnagyobb lefedettséggel bíró hálózat is tudhatja,

hogy az előnye előbb vagy utóbb elfogyhat vagy kismértékűre csökkenhet. Ilyen esetben a hálózat relatív nagyságával kapcsolatos reklámállítás objektivitása, a fogyasztói döntést meghatározó jellege kérdéses, mivel a hálózati lefedettség előny/hátrány átmeneti, esetlegesen gyorsan változó. .

- 275) A mobiltelefont használó fogyasztók hálózattal kapcsolatos tájékozottsága a Telekom saját felmérése szerint is igen alacsony (121. pont). Különösen látszik ez abból, hogy [üzleti titok]. Ilyen körülmények között - különösen egy újszerű mobilinternetelési technológia bevezetésének időszakában, önmagában egy általános ismeret arra vonatkozóan, hogy „*a szolgáltatók folyamatosan fejlesztik és korszerűsítik a hálózataikat*” (184. pont) - nem várható el egy átlagos fogyasztótól, hogy akárcsak halvány fogalma legyen a hálózati dinamika adott rövid időszakra vonatkozó állapotáról, a hálózatok fejlesztésének állásáról.
- 276) A hálózati dinamika ismerete azért fontos, mert egy új generációs hálózathoz való csatlakozás a vizsgált időszakhoz képest lényegesen hosszabb távú elköteleződést jelenthetett a fogyasztó számára. A szolgáltatók által benyújtott információk szerint a vizsgált időszakban mind a Telenor, mind pedig a Vodafone fejlesztési dinamikája nagyobb volt, mint a Telekomé. A Telekom versenytársak fejlesztési dinamikájára vonatkozó közlési kötelezettsége nem következik az előzőekből, annál is kevésbé, hiszen erről neki sem lehet pontos tudomása. Az eljárás alá vont által a 2016. november 9-i tárgyaláson említett példája azonban nem releváns. Előadása szerint, hálózat méretére vonatkozó közlés jogszerűségének megkérdőjelezése azt eredményezhetné, hogy például egy szolgáltató nem közölhetné egy árcsökkentési szándékát anélkül, hogy ne kellene hozzátennie azt, hogy hasonló árcsökkentésre a versenytársak is képesek. Ebben az esetben ugyanis az árcsökkenés a termék lényeges tulajdonságát képezné, amely minden más körülmény ismerete nélkül is fontos szempontot jelentene a fogyasztói döntés szempontjából. Ezért nem lenne szükséges a versenytársakra vonatkozó lehetőségek közlése a kereskedelmi kommunikációban.
- 277) Az eljáró versenytanács álláspontjából az következik, hogy a hálózat relatív nagyságára vonatkozó információ reklám főüzenetében történő kiemelésével az eljárás alá vont egy, önmagában nem meghatározó és nem jellemző tulajdonságot közölt a fogyasztókkal. A mobilinternet előfizetések tipikusan nem rövid távú elköteleződést jelentenek a fogyasztók számára. Sokkal inkább jellemző, hogy egy-két éves hűségidő vállalásával történik a szolgáltató választása. Egy futóverseny analógiáját követve nem az a végeredmény szempontjából tipikusan (jellemző) meghatározó információ, hogy a verseny egy adott pillanatában ki áll az élen, hanem az, hogy ki nyerheti meg a versenyt, és ez nem feltétlenül az éppen élen álló versenyző lesz. A vizsgált időszakban mindhárom szolgáltatótól jelentős fejlesztések voltak várhatóak, amelyek miatt önmagában annak a ténynek, hogy az időszak során egy adott időpontban melyik szolgáltatónak volt a legnagyobb lefedettségű hálózata, valójában nem volt meghatározó szerepe fogyasztó üzleti döntése tekintetében.
- 278) Az eljárás alá vont által hivatkozott sajtóanyagokból csak annyi állapítható meg, hogy a sajtóban, ezen belül is elsősorban a vonatkozó szaksajtóban megjelentek információk a mobilszolgáltatók hálózatfejlesztésének céljairól, egyes konkrétumairól. Ennek alapján azonban az eljáró versenytanács szerint nem vonható le az a következtetés, hogy a fogyasztók számára köztudomásúak lettek volna azok a fontos tények, amelyek alapján az egyes szolgáltatók a vizsgált reklámkampányokkal érintett időszakban, azaz 2014. októberétől 2015. júniusáig terjedő kilenc hónap során, illetve azt követően 2015 év végéig megvalósítani szándékolt, illetve már megvalósított 4G hálózatfejlesztések

miképpen változtatták, illetve változtathatták meg a mobilszolgáltatók hálózatai között országos lefedettségi különbségek mértékét, a 4G mobilhálózatok országos lefedettségei közötti abszolút és relatív eltéréseket. Ezzel összefüggésben az eljáró versenytanács az alábbi négy ténykörülményt tartja kiemelőnek:

- a. az NMHH 2014. októberében lezárult frekvenciakiosztási pályázatának eredményei;
- b. a Telekom és a Telenor között 2014. novemberében kötött frekvencia haszonbérleti szerződés;
- c. a Telenor 2015 június-júliusára az országos lefedettség tekintetében igen közel került a Telekom-hoz, majd 2015 végére gyakorlatilag utolérte azt;
- d. a Vodafone az országos lefedettség tekintetében 2015 végére jelentősen megközelíti az Telekom lefedettségét.

279) Tekintettel arra, hogy a mobilinternet szolgáltatások értékesítése tipikusan éves, illetve kétéves hűségidő kikötése mellett történik, a fenti négy tény ismeretével bírő tájékozott fogyasztó tudatában lehetett volna annak, hogy a Telekom hálózati lefedettsége tekintetében fennálló előnye hamarosan elfogyhat, azonban a fenti négy tény együttes ismerete az átlagos fogyasztók esetében nem valószínűsíthető (illetve a vizsgált időszakban nem is állhatott fenn, hiszen egyes tények ehhez az időszakhoz képest később következtek be). Ezért tartja az eljáró versenytanács kiemelőnek, hogy a „legnagyobb [lefedettségű] hálózat” kommunikációja, különösen a kampány szlogenjébe ültetve – a fenti ténykörülmények ismerete nélkül – önmagában nem meghatározó és tipikus tulajdonságot emel ki a mobilhálózatok lefedettségével kapcsolatban. Az nem változtat azon, hogy az országos lefedettség általában a mobilhálózatok fontos jellemző tulajdonsága. A fentiek alapján azonban megállapítható, hogy lehetnek olyan piaci körülmények, amelyek egy önmagában jelentős tulajdonság a fogyasztói döntés szempontjából tipikusan nem meghatározó tulajdonság és egy háttérbe egy másik, vele összefüggő tulajdonság is válik meghatározóvá emiatt. Jelen esetben a 2015. évre vonatkozóan a fentebb felsorolt ténykörülmények miatt a 4G mobilinternet hálózatfejlesztése dinamikája (nem pedig az éppen aktuális lefedettségi állapot) volt az a tulajdonság, amely a fogyasztói döntések szempontjából meghatározó és jellemző szemponttá vált.

280) A fentiek miatt nem helytálló az eljárás alá vont hivatkozása a GVH korábbi gyakorlatára, v.ö. 203. pont. Kiemelte, hogy erre is tekintettel került meghatározásra az az időszak, ami alatt a közzétett reklámállítás - ahogy azt az eljáró versenytanács is több esetben megállapította - valósnak bizonyult. Az, hogy a reklámozó kötelessége a reklám közzététele utáni időszakra is tekintettel lenni, olyan elvárás, amely – álláspontja szerint - nem következik sem a vonatkozó európai vagy magyar jogi környezetből, illetve a Versenytanács korábbi gyakorlatából sem. Az eljáró versenytanács hangsúlyozza ezzel összefüggésben, hogy a vizsgált időszak terjedelmének meghatározása elsősorban technikai kérdés, és azon alapul, hogy a vizsgált reklám mely időponttól meddig került közzétételre, nem pedig arra, hogy az milyen időszakban bizonyult valósnak. Másrészt – és ez a sokkal fontosabb – annak vizsgálata, hogy a mobilhálózat egy bizonyos tulajdonsága a fogyasztói döntés szempontjából meghatározó vagy lényeges-e nem áll okszerű kapcsolatban azzal a ténykörülménnyel, hogy a vizsgált reklámállítás valós volt-e vagy sem. Jelen ügyben az az állítás, hogy valamely időszakban a Magyar Telekomnak volt a legnagyobb országos lefedettségű hálózata valóban csak a 2014 októberétől és 2015 júniusáig került közzétételre. Ám ez az időszak része volt egy olyan, a közzététel időszakát bizonyosan meghaladó objektív piaci helyzetnek, amelyben elsősorban a fent

említett négy ténykörülmenynek a következtében a hálózatfejlesztések jelentősége a korábbi helyzethez képest felértékelődött a 2015. év során várható gyors változások miatt. Ilyen körülmények között fordulhat az elő, hogy mivel a fogyasztói döntés tipikusan egy-két éves hűségidő (azaz a vizsgált időszakot meghaladó időtartamú) vállalásával jár, és a szolgáltatás igénybevétele jellemzően hosszabb időszakot ölel fel, a mobilinternet hálózatának nagysága önmagában nem lehet a szolgáltatás jellemző, meghatározó tulajdonsága. Ha tehát jelen ügyben nem lennének tekintettel a 2015. év második felében (a vizsgált időszakot követően) várható fejleményekre, akkor kiüresedne a Tptv. 10. § b) pontjában tételesen felsorolt négy szempont közül a „meghatározó” és a „jellemző” tulajdonság, következésképpen éppúgy releváns tények, mint a vizsgált időszak alatti fejlemények.

- 281) A közzétett reklámállításból és az objektív piaci körülményekből fakadóan kellett volna az eljárás alá vontnak tekintettel lennie a 2015. év második felére - általa is alappal tudhatóan - várható hálózatfejlesztési fejleményekre. Éppen az eljárás alá vont által becsatolt sajtónyilatkozatok támasztják alá azt, hogy a 2014. évi frekvencia-pályázatot követően jelentős fejlesztések indulnak be, aminek következtében viszonylag rövid időn belül eltűnhetnek az országos lefedettségi mértékbeli különbségek. Ezeket a várható fejleményeket az érintett szolgáltatók vezetői bejelentették, illetve a szűkebben vett „szakma” számára ismertnek volt tekinthető. Nem kellett pontosan ismernie a Magyar Telekomnak azt, hogy mikor és milyen mértékű fejlesztéseket fognak versenytársai végrehajtani a lemaradásaik behozásához ahhoz, hogy ezek várható bekövetkeztét valószínűsíteni tudja. Az tehát, hogy a felzárkózás bekövetkezik, nyilvánvaló volt, csak az nem, hogy pontosan mikor. Ilyen körülmények között egy nyilvánvalóan átmeneti jellegű piacelsőbbségi állítás közzététele egy tipikusan hosszabb fogyasztói elköteleződéssel jellemzett piacon nem elősegíti, hanem éppen hogy akadályozza a fogyasztók azon lehetőségét, hogy „az adott piaci környezetben tájékozódhassanak az elérhető piaci alternatívákról” (v.ö. 204. pont) és valójában egy olyan tulajdonságra (pillanatnyi elsőség) vonatkozó összehasonlító állítás, amely tulajdonság a szolgáltatás – annak fogyasztók általi igénybevételeinek hosszára is tekintettel – vonatkozásában nem meghatározó, jellemző. Az ilyen helyzetek kezeléséhez nem szükséges általános jogszabályi tiltás, elegendő lehet a tisztességes verseny iránti kellő elköteleződés.
- 282) Ezzel összefüggésben azt az elvi lehetőségre vonatkozó általános tudást sem tartja ezzel összefüggésben relevánsnak az eljáró versenytanács, hogy a piaci versenyben adott időpillanatban előnnyel rendelkező vállalkozás piaci előnyét az idő előrehaladtával el is veszítheti. Itt ugyanis a 4G hálózatok fejlesztésével kapcsolatban lényeges kérdés nem csak az, hogy esetleg később már nem csak neki lesz közel teljes országos lefedettségű hálózata, hanem a döntését meghatározó kérdés a reklám címzettjei számára az, hogy ez mikor, milyen hamar következhet be. A jelen eljárásban megállapított tényállás alapján egyértelműen megállapítható, hogy a Telenor igen rövid időn belül (a kampány indítását követő egy év alatt) szinte teljes mértékben „ledolgozta” a hátrányát, a Vodafone pedig igen közel került ehhez a 2015. év végére. Ezért a pusztán a hálózat relatív nagyságára vonatkozó Telekom információ (miszerint most éppen neki van a legnagyobb hálózata) nem adhatott objektív képet a reklám címzettjei számára az országos lefedettséggel kapcsolatban, annak ellenére sem, hogy azok közzétételének időpontjában az információ valós volt.
- 283) Az eljárás alá vont az előzetes álláspontra adott válaszában előadta, hogy egy önmagában valós állítás csak akkor lehet a tárgyilagosság követelményét érintően a Tptv. 10. §-át sértő, ha az a gyakorlatban megvalósulni nem képes, objektivitást mellőző

állítások. A Telekom által közzétett állítás szerinte nyilvánvalóan megvalósult a gyakorlatban, és az objektivitást sem mellőzte, így nem lehet jogsértő sem.

- 284) Az eljáró versenytanács már az előzetes álláspontjában sem vitatta, hogy a vizsgált időszakban, azaz 2014. októberétől 2015. júniusáig, valóban a Telekom hálózatának országos lefedettségi mutatói voltak a legnagyobbak. Ezt támasztják alá a mobilszolgáltatók által a GVH-val közölt adatok (118. pont), illetve az NMHH erre vonatkozó közlése (114. pont). Az eljáró versenytanács megjegyzi, hogy az NMHH ezen közlésével kapcsolatban rögtön hozzátette, hogy „majdnem ekkora a Telenor Magyarország Zrt, '4G' hálózatának lefedettsége is”.
- 285) Az eljáró versenytanács az objektivitás körében értékelte a hálózati dinamikával kapcsolatos információk hiányát és megállapíthatónak tartja azt, hogy a „legnagyobb 4G hálózat” szlogenű kampányban alkalmazott „legnagyobb [lefedettségű] hálózat” reklámállítás nem tekinthető objektívnek. Nem minősülhet eszerint objektívnek az a közlés, hogy egy adott pillanatban egy mobilszolgáltató hálózatának lefedettsége a legnagyobb akkor sem, ha az a közlés pillanatában igaz volt, ha egyébként objektíve megállapítható, hogy ez a helyzet csak viszonylag rövid ideig fog fennállni. Önmagában az a körülmény, hogy 2014. októberétől 2015. júniusáig, valóban a Telekom hálózatának országos lefedettségi mutatói valóban a legnagyobbak voltak, a fentebb ismertetett piaci körülmények miatt nem teszik objektívvé az összehasonlítást a 4G hálózatok lefedettsége tekintetében. Éppen az eljárás alá vont hívta fel a figyelmet arra, hogy a Tptv. 10. § (2) bekezdésének b) pontja tekintetében nincs az eljárás alá vontnak a reklámállításai valóságtartalmára vonatkozó igazolási kötelezettsége. Nem is ezt vizsgálta az eljáró versenytanács, hanem azt, hogy a hálózat relatív nagyságára vonatkozó közlése kellően objektív volt-e. Az összehasonlító reklám objektivitása körében nem csak a közlés valóságtartalmát kell vizsgálni, hanem azt is, hogy az adott tulajdonság (jelen esetben a hálózat nagysága) tipikusan meghatározó szempont-e az adott piaci körülmények között a 4G mobilinternet szolgáltató választásában vagy nem.
- 286) Az eljáró versenytanács nem tartja relevánsnak az eljárás alá vont azon észrevételét sem, amely szerint jelentős befektetéssel járt számára a legnagyobb lefedettséghez szükséges frekvenciakészlet megszerzése és ezt a befektetést annak reményében tette, hogy a frekvenciakészlet birtokában a lehető legszélesebb mértékben biztosítsa előfizetői számára a 4G szolgáltatás elérhetőségét. Amennyiben a Versenytanács jogsértőnek minősíti a jelen eljárásban vizsgált reklámállítást, úgy az azzal a következménnyel jár, hogy a jelentős pénzügyi befektetés árán elért versenyelőny a fogyasztók felé nem kommunikálható. Ez egyértelműen a verseny gyengülésével járna.
- 287) A fentiekkel összefüggésben az eljáró versenytanács megjegyzi, hogy nem tekinthető a verseny gyengülésének, ha egy jogsértőnek bizonyuló reklámkampány miatt az eljárás alá vont nyeresége/árbevétele kisebb lesz az emiatt kiszabott bírság miatt, hiszen éppen a verseny tisztaságának megőrzése érdekében van szükség ilyen esetben erre a lépésre. Nem az eljárás alá vont versenyelőnyének megszerzésére irányuló befektetés ésszerűsége kérdőjeleződik meg a jogsértés megállapítása, illetve az ehhez kapcsolódó bírság miatt, hanem az ebből származó versenyelőnyt tisztességtelenül kihasználni kívánó reklámkampányé. A jelen eljárásban vizsgált reklámállítás jogsértőként való minősítése nem jelenti azt, hogy az eljáró versenytanács általában megtiltani kívánná az ilyen és hasonló jelentős pénzügyi befektetések árán megszerzett igazolható versenyelőny kommunikálását, még ha az egyébiránt átmeneti jellegű is. Az összehasonlító reklám szabályainak betartása – más jogszabályok mellett - éppen azt a célt szolgálja, hogy az előnyben lévő vállalkozás ne tudja tisztességtelen módon kihasználni ezt az előnyt –

versenytársai rovására. Ez a körülmény nyilvánvalóan nem a verseny gyengülését, hanem éppen ellenkezőleg, a tiszta verseny erősödését célozza.

- 288) Az eljáró versenytanács megjegyzi, hogy a magyarországi mobil telekommunikációs piacon általában, ezen belül a mobilinternet piacon különösen fontos annak megakadályozása, hogy egy, a hálózat fogyasztók által fontosnak gondolt tulajdonsága tekintetében a verseny dinamikáját figyelmen kívül hagyó összehasonlító reklám akár két évre is magához kötheti a fogyasztókat a piacvezető vállalkozás. Figyelemmel arra, hogy Magyarországon az internet penetráció az OECD országok közül az egyik legalacsonyabb<sup>211</sup>, ugyanakkor a mobil tarifák a legmagasabbak között vannak<sup>212</sup>, továbbá, hogy a piac kevés szereplős, egy, az objektivitást nélkülöző összehasonlító reklám különösen hátrányosan befolyásolhatja a versenytársak versenyhelyzetét, ezáltal a mobilpiaci verseny intenzitását általában.<sup>213</sup>

### *Összegezés*

- 289) A fentiek alapján az eljáró versenytanács megállapította, hogy a Telekom a 2014. október 18-tól 2015. június 30-ig lebonyolított „legnagyobb 4G hálózat” szlogenű kampányai keretében nem meghatározó, nem jellemző szempont szerint és nem ellenőrizhetően, ezáltal nem tárgyilagosan hasonlította össze a saját és versenytársai 4G hálózatainak lefedettségét, amivel megsértette a Tptv. 10. § b) pontjának vonatkozó rendelkezését.

## **X.3. Az „akár 150 MBit/s sebességgel”, illetve az „akár 150 MBit maximális sebességgel” állítások értékelése**

### **X.3.1. A megtévesztő kereskedelmi gyakorlat értékelési keretei**

#### *Az érintett fogyasztók*

- 290) Az eljárás alá vont által kínált 4G hálózatot azok a fogyasztók keresik, akik vagy már használják a mobilinternetet vagy annak lehetőségével számolnak. Az Fttv. 4. § (1) bekezdése szerint ha a kereskedelmi gyakorlat a fogyasztók egy meghatározott csoportjára irányul, az adott csoport tagjaira általánosan jellemző magatartást kell figyelembe venni.

#### *Az üzleti döntés*

- 291) Az üzleti döntés fogalma szélesebb terjedelmű a fogyasztó gazdasági döntéseinek polgári jog szerinti fogalmánál, a szerződési akarat kifejezésénél. Üzleti döntésnek minősül a fogyasztó azon döntése, amikor azonosítja a kielégítendő szükségletét és valamely vállalkozást vagy valamely szolgáltatást választja szükséglete kielégítéséért.
- 292) A jogi értékelés szempontjából relevanciával bíró fogyasztói döntés meghozatala egy folyamat, amelynek nemcsak az egészét, hanem egyes szakaszait is védi a jog a maga eszközeivel. Ez a folyamat a fogyasztók figyelmének felkeltését is magában foglalja, s a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen magatartások, kereskedelmi gyakorlatok tilalma már e szakasszal kapcsolatban is érvényesülést kíván, így ez sem történhet tisztességtelen módon. Nemcsak az olyan magatartás lehet jogellenes, amely kizárólagosan meghatározza

<sup>211</sup> <http://www.oecd.org/sti/broadband/broadband-statistics-update.htm>

<sup>212</sup> <https://www.strategyanalytics.com/access-services/networks/tariffs---mobile-and-fixed/broadband/oecd-mobile-broadband/about-telecom-pricing#.WFJPCLAZUdU>

<sup>213</sup> Az eljárás alá vont jelen eljárásban vizsgált összehasonlító reklámállításának a mobilpiaci versenyre gyakorolt hatásával ilyen formában az eljáró versenytanács már az új előzetes álláspontjában is foglalkozott, ezért nem helytálló az ennek hiányát kifogásoló, a 198. pontban leírt eljárás alá vonti kifogás.

a fogyasztó döntését, hanem minden olyan magatartás, amely érdemben kihatással van a folyamatra - ideértve a figyelem felkeltését is. Kifogásolható már önmagában az a körülmény, hogy a tisztességtelen magatartás, kereskedelmi gyakorlat hatására a fogyasztó felveszi a kapcsolatot a vállalkozással, keresi annak termékét.

- 293) A fentiek alapján jelen versenyfelügyeleti eljárásban a fogyasztók figyelmének felkeltése a 4G mobilhálózat 150 Mbit/s sebességére csak abban az esetben tekinthető ügyleti döntésnek, ha a célcsoport átlagfogyasztójának érthető jelentéstartalommal bír. Ha igen, akkor ezen a ponton fogalmazódhat meg a fogyasztókban, hogy hogyan tervezzék, ütemezzék a mobilinternet használatuk változtatását. Ha nem, akkor az üzenet nem alkalmas arra, hogy a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készítse, amelyet egyébként nem hozott volna meg.

#### *Az eljárás alá vont felelőssége*

- 294) Figyelembe véve az Fttv. – a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértése miatti felelősségről rendelkező – 9. §-ának (1) bekezdésének rendelkezését és azt a tényt, hogy az eljárás alá vontnak a jelen versenyfelügyeleti eljárásban vizsgált termék értékesítéséből bevétele keletkezett, egyértelműen rögzíthető, hogy a vizsgált kereskedelmi gyakorlattal érintett áru értékesítése, eladásának ösztönzése az eljárás alá vont vállalkozásnak közvetlenül érdekében állt, ezért a vizsgált kereskedelmi gyakorlatért az Fttv. alapján a Telekom felelősséggel tartozik.

#### **X.3.2. Jogi értékelés**

- 295) Az eljárás alá vont vállalkozás 2014. október 18. és 2014. december 31. között alkalmazott két kampányában („Legnagyobb 4G kampány”, „4G rollout tél kampány”) egyes kommunikációs eszközein megjelenítette az „akár 150Mbit/s sebességgel” állítást. Az állítás egyes helyeken „akár 150 MBit/s maximális sebességgel” jelent meg az eljárás alá vont 4G hálózatával történő letöltés sebességére vonatkozóan.

- 296) A GVH joggyakorlata szerint az „akár” kifejezéssel felvezetett reklámígéret akkor lehetnek jogszerűek, ha

- az „akár” szó tájékoztatásokban való alkalmazása nem szükségszerűen megvalósuló lehetőséget jelent, azonban a tájékoztatásban megfogalmazott ígéret szempontjából nem egy elméleti, hanem egy reális lehetőséget kell, hogy jelentsen;
- a tájékoztatásban használt „akár” szó azt üzeni a fogyasztóknak, hogy az „akár” szóval megjelenő ajánlat nem minden esetben, azaz nem automatikusan érhető el, hanem csak bizonyos korlátozásokkal, feltételek megvalósulása esetén. Nem versenyjogi elvárás tehát, hogy az „akár” szóval felvezetett reklámígéret minden esetben megvalósuljon;
- ezek a feltételek megismerhetők és a feltételek teljesülésének reális alapja van;
- a reklámállítás az „akár” fordulatot a fogyasztó számára jól észlelhetően, a kiemelt terméktulajdonsághoz kapcsolódóan tartalmazza, alkalmas a feltételek közvetett módon történő megjelenítésére. A tájékoztatás üzenetének ugyanis kimondatlanul része, hogy az nem valósul meg minden esetben, azaz annak feltételei vannak.<sup>214</sup>

- 297) Az „akár” fordulatot használó reklám megtévesztőnek minősülhet abban az esetben, ha

---

<sup>214</sup> A 2015. évi I.6.48. sz. elvi döntés a Vj/112/2014. sz. ügy alapján.

- a tájékoztatást közzétevő vállalkozásnak nincs olyan terméke, melyre a hirdetett mérték jellemző,
- a reklámban kiemelten megjelenő – elsősorban ár/árjellegű – főüzenetet a kevésbé hangsúlyosan, elszakítottan megjelenített feltételek lényegesen módosítják,
- a feltüntetett mérték csak szélsőséges esetben, a vizsgált terméktulajdonság tekintetében atipikus fogyasztói kör számára elérhetően érvényesül.<sup>215</sup>

298) Az eljárás alá vont szerint a kifejezés fizikai réteg szinten (L1) érvényes, a 3GPP TS 36.213 szabvány szerinti 150,752Mbps sebességre utal letöltési irányban. A Telekom az iparágban világszerte szokványosan használt fizikai réteg sebességek alapján adta meg a 150Mbps sebességet (mind a szolgáltatók, mind a készülék- és bázisállomás gyártók kommunikációjában a fizikai réteg megjelölése a szokványos). Jellemzően a magyarországi versenytársi kommunikációban is fizikai réteg sebességre vonatkoznak a számértékek, pl. akár a Vodafone által publikált 14,4Mbps, 21Mbps, 42Mbps sebességű 3G hálózatról. Előadta, hogy a 150Mbps sebességet egy 20MHz-es vivőszélességű 4G cellában nagyon jó rádiós körülmények között és a sebességet megfelelően kezelni képes felhasználói készülékkel lehet elérni a fizikai réteg szintjén.

299) Az NMHH által üzemeltetett [www.szelessav.net](http://www.szelessav.net) weboldalon az elméleti maximális sebesség kapcsán olvasható, hogy *az elméleti maximális sebességet több okból sem lehet elérni. Az egyik ok az, hogy az internetkapcsolat használatakor, az adatátvitel során vannak olyan információk, amelyek számunkra, felhasználók számára nem értékesek, azonban a hálózat működéséhez elengedhetetlenek. Sok olyan információt kell átjuttatni, ami látszólag nem hasznos adat. Az elméleti maximális értékbe minden beletartozik. Másrészt azért nem tudjuk elérni az elméleti maximális sebességet az adatok le- vagy feltöltése során, mert a sáv szélesség több okból is ingadozik.*

300) A fentiek alapján megállapítható, hogy a 150 MBit/s kifejezés az eljárás alá vont vizsgált kereskedelmi kommunikációban nem a fogyasztó által – akár különlegesen jó feltételek mellett – elérhető maximális letöltésre utal, hanem csak egy elméleti lehetőség, amely a gyártók számára elérhető „fizikai réteg” sebességére vonatkozik. Nem arról van tehát szó, hogy az „akár” szóval megjelenő ajánlat nem minden esetben, azaz nem automatikusan érhető el, hanem hogy a fogyasztó számára sohasem.

301) Az eljárás alá vont hivatkozik ezzel összefüggésben arra, hogy mindhárom mobilszolgáltató a hálózat fizikai képességét megjeleníti az ÁSZF-jében. Ezzel kapcsolatban az eljáró versenytanács megjegyzi, hogy a fogyasztó számára leginkább csak a „garantált” vagy a „minimális” le- és feltöltési sebesség kerül kommunikálásra, amelyek jellemzően sokkal alacsonyabbak, mint a hálózat fizikai képességeként az ÁSZF-ben közölt értékek.

302) A fizikai réteggel kapcsolat információk nem jelennek meg a kommunikációban, de ha az itt közölt módon megjelennének is, az átlagfogyasztó számára semmiféle konkrét jelentéstartalommal nem bírának. Ennek alapján semmit nem tudna meg az egyébként számára lényeges tulajdonságról, a letöltési sebességről. Mivel azonban ez a körülmény nem jelenik meg a kereskedelmi kommunikációban, a fogyasztó a 150 MBit/s sebességet – ha nem is feltétlenül számára, de – elérhető sebességnek gondolja és ennek alapján ez befolyásolja az üzleti döntését legalábbis a figyelmének a felkeltésére alkalmas

<sup>215</sup> A 2015. évi I.6.48. sz. elvi döntés a Vj/112/2014. sz. ügy alapján.

formában. Ezen nem változtat az a tény sem, hogy más szolgáltatók is használják a fogyasztó számára valós jelentéstartalommal nem bíró fizikai réteg sebességét kifejező számadatot.

- 303) Mindezek alapján az eljáró versenytanács megállapítja, hogy az eljárás alá vont az „akár 150 MBit/s maximális sebesség”, illetve az „akár 150 MBit/s sebesség” a fogyasztó megtévesztésére alkalmas jelentéstartalommal reklámozta a 4G hálózatában elérhető letöltési sebességet, ami által megvalósította az Fttv. 6. § (1) bekezdésének b) pontjában foglalt magatartást, és ezzel megsértette az Fttv. 3. § (1) bekezdésében foglalt tilalmat.

#### **X.4. Összegezés**

- 304) Az eljáró versenytanács megállapítja, hogy a Telekom
1. a 2014. október 18-tól 2015. június 30-ig lebonyolított „legnagyobb 4G hálózat” szlogenű kampányai keretében nem tárgyilagosan hasonlította össze a saját és versenytársai 4G hálózatainak lefedettségét, amivel megsértette a Tpv. 10. § b) pontjának vonatkozó rendelkezéseit;
  2. a 2014. október 18. és 2014. december 31. között lebonyolított két kampánya során („Legnagyobb 4G kampány”, „4G rollout tél kampány”) egyes kommunikációs eszközein a fogyasztók megtévesztésére alkalmas módon használta a hálózathoz való letöltéssel kapcsolatban az „akár 150 MBit/s sebességgel”, illetve az „akár 150 MBit/s maximális sebességgel” állításokat, amivel megvalósította az Fttv. 6. § (1) bekezdésének b) pontjában foglalt magatartást, és ezzel megsértette az Fttv. 3. § (1) bekezdését.

### **XI. A szankciók**

- 305) A jogsértés Tpv. 76. §-a (1) bekezdésének e) pontja alapján történő megállapításán túlmenően az eljáró versenytanács bírság szabott ki az eljárás alá vonttal szemben a Tpv. 78. §-ának (1) bekezdése alapján, a bírság összegét a Tpv. 78. §-a (3) bekezdésének megfelelően meghatározva.
- 306) A bírság mértékének meghatározásával kapcsolatban kialakult versenytanács gyakorlatot a GVH Elnökének és a Versenytanács Elnökének 2/2015. számú Közleménye (a továbbiakban: Bírságközlemény) foglalja össze. A Bírságközlemény a Kúria megközelítését figyelembe véve kiemeli, hogy a bírság kiszabásának célja az, hogy a vállalkozásokat visszatartsa a tisztességtelen piaci magatartástól, és egyúttal megteremtse a gazdasági verseny tisztességét. Ez a cél pedig csak olyan mértékű bírsággal valósítható meg, amely a versenyjogsértést elkövető vállalkozásnak arányos, de érezhető megterhelést jelentő anyagi hátrányt okoz, s olyan összegű, amely az eljárás alá vontat és más vállalkozást hasonló magatartástól visszatart.
- 307) A Bírságközlemény 9. pontja szerint a versenyfelügyeleti eljárás során megállapított jogsértés miatt kiszabott, megfelelő mértékű bírság több jogpolitikai célt is szolgál. Egyrészt, konkrétan az adott vállalkozást, szükségszerűen pedig a többi piaci szereplőt is elrettenti a jövőbeli hasonló cselekményektől (speciális és generális prevenció), másrészt az eljárás alá vont vállalkozást bünteti múltbeli cselekménye miatt, harmadsorban megerősíti a jogkövető vállalkozásokat abban, hogy a tisztességes üzleti magatartás a helyénvaló.

- 308) A Bírságközlemény 10. pontja szerint, a fenti célokra is figyelemmel a kiszabandó bírság összegének a meghatározása alapvetően négy, egymást követő lépésben történik. A GVH először meghatározza a bírság kiinduló összegét, majd az adott ügyben figyelembeveendő, a jogsértés súlyát, hatását enyhítő és súlyosító körülmények mérlegelésével meghatározza a bírság alapösszegét. Ezt követően – amennyiben indokolt – az esetleges korrekciós tényezőkre tekintettel megváltoztatja az alapösszeget, végül figyelemmel van a bírság maximális összegére mint korlátra.
- 309) A Bírságközlemény 12. pontja szerint a bírság mértékének akár a jogsértéshez kapcsolódó költségekhez, akár a jogsértéssel érintett releváns árbevételhez történő kötése egyaránt alkalmas annak elérésére, hogy a jogsértő magatartásért arányos bírság kerüljön kiszabásra.
- 310) A Bírságközlemény 22. pontja szerint amennyiben a kommunikációs költség a jogsértés jellege miatt irreleváns vagy annak összege nem ad megfelelő viszonyítási alapot, vagy ha nem állnak rendelkezésre megbízható adatok, úgy a GVH a jogsértéssel érintett árukból realizált, időarányos, a vizsgált időszakhoz és a jogsértő kereskedelmi gyakorlathoz köthető árbevétel 5%-át tekinti a bírság kiinduló összegének. A jelen határozat rendelkező részében leírt három jogsértést külön-külön fogja szankcionálni az eljáró versenytanács.
- 311) Az eljáró versenytanács a jelen ügyben a jogsértő kampányok, IV. fejezetben megadottak szerinti teljes kommunikációs összegét tartotta alkalmasnak arra, hogy megfelelő viszonyítási alapot adjon a jelen eljárásban vélelmezett, és az I. sz. rendelkezésben leírt első jogsértés szankcionálásához, különös tekintettel arra, hogy a „legnagyobb 4G hálózat” valamennyi kampány fő üzenete volt. Az eljáró versenytanács számításai szerint e kampány teljes kommunikációs költségösszeg [üzleti titok]- Ft.
- 312) Az I. sz. rendelkező rész második részében leírt jogsértéssel kapcsolatos bírság kiinduló összegét az e jogsértéssel összefüggésbe hozható, ugyancsak a IV. fejezetben megadott kommunikációs eszközök költségeiből kiindulva állapította meg az eljáró versenytanács, amely [üzleti titok], Ft. E jogsértéssel összefüggésben az eljáró versenytanács súlyosbító vagy enyhítő körülményeket nem azonosított.
- 313) A Bírságközlemény 25. pontja szerint a jogsérelem súlyát az I. sz. rendelkező rész első részében leírt jogsértéssel kapcsolatban az eljáró versenytanács enyhítő és súlyosbító körülményeket is meghatározott. Tekintettel kell lenni a jogsértés körülményeire, különösen a Tptv. 78. §-ában példálódzó módon felsorolt szempontokra, így például a fogyasztói érdekek sérelmének a körére, a jogsértés kiterjedtségére, hatásaira. Figyelembe kell venni továbbá a vállalkozás jogsértéshez való viszonyulását is. A GVH az eset összes körülményeit mérlegelve dönt az alapösszeg meghatározása során a kiinduló összeg felfelé vagy lefelé történő módosításáról, biztosítva azt, hogy valamely körülményt kétszeresen ne vegyen figyelembe, akár a vállalkozás terhére, akár előnyére válna is az.
- 314) Jelen eljárásban az eljáró versenytanács az alábbi súlyosbító tényezőket vette figyelembe:
- kiemelt súlyosbító tényezőként azt, hogy a magatartás olyan áruval (4G szolgáltatás) volt kapcsolatos, amely még nem volt ismert a fogyasztók széles körében, újszerű és összetett jellege miatt jelentős az információs aszimmetria és ezért viszonylag csekélyek a piaci tapasztalatok a fogyasztók részéről (Bírságközlemény 35. pont);

- közepesen súlyosító tényezőként azt, hogy a kampányok egymást erősítően, egymásra épülve, ugyanazt a szlogent használva viszonylag hosszú ideig tartottak (Bírságközlemény 37. pont);
  - kiemelt súlyosító tényezőként, hogy a jogsértő magatartás hatása az egy-két éves hűségidők miatt elhúzódhatott (Bírságközlemény 37. pont);
- 315) Az eljáró versenytanács kiemelt enyhítő körülményként vette figyelembe azt a körülményt, hogy a Tpt. 10. §-ának az összehasonlító reklámra vonatkozó rendelkezéseinek vizsgálata során korábban nem fordult elő olyan helyzet, hogy egy önmagában valós állítással kapcsolatban az érintett tulajdonság meghatározó, jellemző jellegének, ezáltal a tárgyilagosság hiánya lett volna megállapítható. Ebben a tekintetben tehát a jelen eljárásban hozott döntés újszerűnek tekinthető.
- 316) Az eljáró versenytanács kis súlyú enyhítő körülményként vette figyelembe azt a tényt, hogy az országos lefedettség mértékében a szolgáltatók közötti valós különbség a lefedettségi térképekre történő „ránézéssel” történő ellenőrizhetősége az egyik szolgáltatóval kapcsolatban a vizsgált időszakban teljes egészében, a másik szolgáltatóval kapcsolatban pedig a vizsgált időszak jelentős részére vonatkozóan megvalósult. A kis súlyt az indokolja, hogy az ellenőrizhetőség körében elsősorban a 268. pontban összefoglalt, a *Lidl Belgium* ügy 71. pontjából eredő közzétételi kötelezettségének való meg nem felelést tartotta súlyosabb jogsértésnek az eljáró versenytanács, amin a ránézéssel történő részbeni megvalósulás nem változtat.
- 317) A bírság kiinduló összegei, valamint a fentebb felsorolt súlyosító és enyhítő körülmények alapján az eljáró versenytanács két magatartásra összesen 600.000.000, azaz hatszázmillió forint bírságot állapított meg. Ez a bírság összeg fejezi ki leginkább az eljáró versenytanács 287. és 288. pontokban kifejtett álláspontját a versenylőnyt tisztességtelenül kihasználni kívánó reklámkampányról. Jelen esetben az eljáró versenytanács nem vitatta, hogy a Telekom jelentős befektetésekkel érte el, hogy az országos 4G mobilhálózati lefedettség tekintetében átmenetileg ugyan, de valóban fennálljon a piacelsőbbsége, amelyet ő lényeges versenylőnynek tekintett. Erre a körülményre az eljárás alá vont egy jogsértőnek bizonyult reklámkampányt épített fel, amelytől nyilvánvalóan a bevételeinek növekedését várta. A bevételek növekedése – az eljárás alá vont által is sikeresnek minősített – reklámkampány hatására nyilván a kampány költségeit jelentősen meghaladta, ellenkező esetben üzletileg nem különbözött volna attól a helyzettől, ha nincs kampány. A fenti összegű bírság célja annak a többletbevételnek, illetve egy részének az elvonása, amely a jogsértő kampánnyal összefüggésben minimálisan keletkeznie kellett az eljárás alá vontnál. A bírság összeg mögötti árbevétel-növekmény tehát sokkal inkább köthető magához a reklámkampányhoz, semmint az ezt megelőző befektetésekhez és csak a jogsértő kereskedelmi gyakorlatra elköltött többletkiadást fedezni hivatott többletbevételt alig meghaladó mértékben szándékozott az eljáró versenytanács elvonni.
- 318) Az összehasonlító reklám szabályainak megsértése versenyhatások szempontjából alapesetben is egy súlyos jogsértés, egy háromszereplős piacon, amelyen a verseny a 288. pontban kifejtettek szerint egyébként sem a leghatékonyabb, egy ilyen magatartás különösen aggályos lehet.
- 319) Az eljáró versenytanács álláspontja szerint jelen eljárásban a bírság fentiek szerint kialakított összege kellő elrettentő erőt képvisel tekintettel az ügy összes körülményeire és a vállalkozás, illetve vállalkozáscsoport egészéhez viszonyítottan, a generális és speciális

prevenációs célra is figyelemmel, ezért a Bírságközlemény 61. és 62. pontjai szerint további korrekcióra nem volt szükség.

- 320) A Bírságközlemény 69. pontja szerint a bírság megállapításának utolsó lépéseként tekintettel kell lenni a Tptv. által meghatározott felső határra, amely szerint a bírság összege legfeljebb a vállalkozás, illetve ha az egy vállalkozáscsoport tagja, azon – a határozatban azonosított – vállalkozáscsoport a határozat meghozatalát megelőző üzleti évben elért nettó árbevételének tíz százaléka lehet, amelynek a bírsággal sújtott vállalkozás a tagja. A Tptv. 78. §-ának (2) bekezdése értelmében bírság legmagasabb összegének meghatározásakor a nettó árbevételt a határozat meghozatalát megelőző üzleti évre vonatkozó éves beszámoló vagy egyszerűsített éves beszámoló alapján kell meghatározni. Erre tekintettel az eljáró versenytanács rendelkezésére álló információk szerint a bírság maximális értékét az eljárás alá vont 2015. évi nettó árbevételének 10%-a alapján határozta meg. A kiszabott bírság a nettó árbevétel 0,00119-ed része, azaz a kiszabható maximális bírság 1,2 %-a. A kiszabott bírság összege tehát nem éri el (valójában meg sem közelíti) a bírságmaximumot.

## **XII. Egyéb kérdések**

- 321) A bírságot a határozat kézhezvételétől számított harminc napon belül kell megfizetni, függetlenül attól, hogy a határozattal szemben keresetet terjesztenek-e elő. A Polgári perrendtartásról szóló 1952. évi III. törvény 332. §-ának (2a) bekezdése szerint a keresetlevél benyújtásának a végrehajtásra nincs halasztó hatálya, a felperes azonban a keresetlevélben a végrehajtás felfüggesztését kérheti. A végrehajtást a kérelem elbírálásáig az eljáró versenytanács nem foganatosítja.
- 322) Az eljárás alá vont részletfizetési kérelmet nem terjesztett elő. A fentiekre tekintettel az eljáró versenytanács a részletfizetési kedvezményről nem rendelkezett.
- 323) A bírságnak a GVH 10032000-01037557-00000000 számú bírságbevételi számlája javára történő befizetésekor a közlemény rovatban feltüntetendő
- az eljárás alá vont neve,
  - versenyfelügyeleti eljárás száma,
  - a befizetés jogcíme (bírság).
- 324) A Ket. 140. §-ának (1) bekezdése értelmében a végrehajtást megindító hatóság vagy a bíróság függesztheti fel a végrehajtást. A Ket. 140. §-ának (3) bekezdése szerint a végrehajtást megindító hatóság a kötelezett kérelmére kivételesen akkor függesztheti fel a végrehajtást, ha a kötelezett a felfüggesztésre okot adó, méltányolható körülményt igazolta, és a kötelezettet a végrehajtási eljárás során korábban nem sújtották eljárási bírsággal.
- 325) A Ket. 132. §-ának (1) bekezdése szerint a pénzfizetési kötelezettségének határidőre eleget nem tevő késedelmi pótlékot köteles fizetni. A (2) bekezdés szerint a késedelmi pótlék mértéke minden naptári nap után a felszámítás időpontjában érvényes jegybanki alapkamat kétszeresének 365-öd része.
- 326) A bírság és a késedelmi pótlék meg nem fizetése esetén a GVH megindítja a határozat végrehajtását. Az eljáró versenytanács tájékoztatja a kötelezetteket, hogy a Tptv. 90/A. §-ának (1) bekezdése alapján a GVH által kiszabott, teljesítési határidőben meg nem fizetett

bírság (valamint a meg nem fizetett bírság után felszámítandó és meg nem fizetett késedelmi pótlék) behajtása iránt az állami adóhatóság intézkedik.

327) A határozat elleni jogorvoslati jogot a Tpvt. 82. §-ának (1) bekezdése biztosítja.

Budapest, 2017. január 17.

Dr. Bara Zoltán s.k.  
előadó versenytanácsstag

dr. Szoboszlai Izabella s.k.  
versenytanácsstag

Dudra Attila s.k.  
versenytanácsstag