



1054 Budapest, Alkotmány u. 5.  
**Levélcím:** 1245, Budapest 5. Pf. 1036  
**Telefon:** (06-1) 472-8865  
**Ügyszám:** VJ/13/2019.  
**Iktatószám:** VJ/13-41/2019.

### Betekinthető változat!

A Gazdasági Versenyhivatal eljáró versenytanácsa a Dudás Hargita Zavodnyik Ügyvédi Iroda (1036 Budapest, Lajos utca 66.; eljáró ügyvéd: dr. H. Á. és dr. Z.J.) által képviselt **Magyar Telekom Nyrt.** (1097 Budapest, Könyves Kálmán krt. 36.) eljárás alá vont vállalkozás ellen fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának feltételezett megsértése miatt indult versenyfelügyeleti eljárásban megtartott nyilvános tárgyalást követően meghozta az alábbi

### **h a t á r o z a t o t .**

Az eljáró versenytanács megállapítja, hogy a Magyar Telekom Nyrt. 2018 novemberétől kezdődően a [www.telekom.hu/most](http://www.telekom.hu/most) weboldalon valótlanul alkalmazta „az ország legjobb mobilhálózata” szlogent, ezáltal megtévesztő kereskedelmi gyakorlatot folytatott.

A jogsértés megállapítása mellett az eljáró versenytanács megtiltja a jogsértő magatartás további folytatását, s ennek igazolására kötelezi a Magyar Telekom Nyrt.-t. Ennek keretében a Magyar Telekom Nyrt. a [www.telekom.hu/most](http://www.telekom.hu/most) weboldal tartalmát köteles módosítani, és ennek megtörténtét az eljáró versenytanács döntésének kézhezvételét követő 30 napon belül a weboldal tartalmáról készített képernyőmentésekkel igazolni a Gazdasági Versenyhivatal felé.

A határozat ellen a kézhezvételtől számított 30 napon belül közigazgatási per indítható. A keresetlevelet a Gazdasági Versenyhivatalnál kell benyújtani elektronikusan az erre rendszeresített űrlap<sup>1</sup> használatával, mely a Gazdasági Versenyhivatal honlapján érhető el. A Gazdasági Versenyhivatal a keresetet az ügy irataival együtt továbbítja a közigazgatási perre hatáskörrel és illetékességgel rendelkező Fővárosi Törvényszéknek. A törvényszék eljárásában a jogi képviselő kötelező.

Az eljáró versenytanács meghozta továbbá az alábbi

### **v é g z é s t .**

Az eljáró versenytanács a 2018 novemberében közzétett óriásplakátok tekintetében a versenyfelügyeleti eljárást megszünteti.

A végzés ellen a kézhezvételtől számított nyolc napon belül közigazgatási per indítható. A keresetlevelet a Gazdasági Versenyhivatalnál kell benyújtani elektronikusan az erre rendszeresített űrlap<sup>2</sup> használatával, mely a Gazdasági Versenyhivatal honlapján érhető el. A

<sup>1</sup> [http://www.gvh.hu/data/cms1041089/GVH\\_gvh\\_k01\\_19\\_01.jar](http://www.gvh.hu/data/cms1041089/GVH_gvh_k01_19_01.jar)

<sup>2</sup> [http://www.gvh.hu/data/cms1041089/GVH\\_gvh\\_k01\\_19\\_01.jar](http://www.gvh.hu/data/cms1041089/GVH_gvh_k01_19_01.jar)

Gazdasági Versenyhivatal a keresetet az ügy irataival együtt továbbítja a közigazgatási perre hatáskörrel és illetékességgel rendelkező Fővárosi Törvényszéknek. A törvényszék eljárásában a jogi képviselő kötelező.

Ha a jogorvoslatra jogosult az egybefoglalt határozat és végzés ellen is jogorvoslattal él, a határozat elleni jogorvoslat szabályait kell alkalmazni.

## I n d o k o l á s

### I.

#### Az eljárás tárgya

1. A Gazdasági Versenyhivatal (a továbbiakban: GVH) 2019. március 19-én kelt VJ/13/2019. számú végzésével versenyfelügyeleti eljárást indított annak vizsgálatára, hogy a Magyar Telekom Nyrt. által kereskedelmi kommunikációin 2018 novemberétől alkalmazott állításai, mellyel az ország legjobb mobilhálózatoként jellemzi hálózatát, megfelelően alátámasztottak-e. A megjelölt magatartással a Magyar Telekom Nyrt. a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvény (a továbbiakban: Fttv.) 6. §-a (1) bekezdés b) pontjában foglalt tényállás megvalósításával valószínűsíthetően megsértette az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdésében foglalt tilalmat. A végzés szerint az *„alkalmazott kereskedelmi kommunikációkban megjelölt P3 communications GmbH által végzett mérések egy 2018. augusztus 18. és szeptember 1. közötti, múltbeli időszakra vonatkoznak. Ezek a mérések valószínűsíthetően nem alkalmasak az „ország legjobb mobilhálózata” állítás igazolására, tekintettel többek között arra, hogy*
  - *a mérések a hálózatok teljesítményének egyes paramétereire vonatkoznak,*
  - *a mérések nem az ország teljes területét fedik le,*
  - *12 napos, a kereskedelmi kommunikáció alkalmazásának teljes időszakához képest múltbeli időszakot ölelnek fel,*
  - *egyes mérési adatok esetében a versenytársak pár %-kal magasabb értéket értek el, illetve*
  - *egyes mérési adatok tekintetében csupán pár %-os különbség tapasztalható a versenytársakhoz képest, melyek esetében kérdéses, hogy a fogyasztó (a fogyasztói élmény) szempontjából mennyire tekinthető érzékelhetőnek ez az eltérés.”*
2. A vizsgálati jelentést<sup>3</sup> a vizsgáló 2019. november 13-án terjesztette a Versenytanács elé, ezzel az eljárás a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény (a továbbiakban: Tpv.) 47. § (2) bekezdése alapján versenytanácsi szakaszba került.
3. Az eljáró versenytanács 2019. november 29-én a Tpv. 73. §-ának (3) bekezdése alapján észrevételezés céljából megküldte az eljárás alá vontnak a vizsgálati jelentést.<sup>4</sup> A Magyar Telekom Nyrt. a vizsgálati jelentésre észrevételt nem tett.

---

<sup>3</sup> VJ/13-31/2019.

<sup>4</sup> VJ/13-33/2019.

4. Az eljáró versenytanács 2020. február 20-án közölte az eljárás alá vonttal előzetes álláspontját,<sup>5</sup> melyre a Magyar Telekom Nyrt. észrevételeket<sup>6</sup> tett. Az eljárás alá vont kérelmére az eljáró versenytanács 2020. március 12-én nyilvános tárgyalást<sup>7</sup> tartott az ügyben.

## II.

### Az eljárás alá vont

5. A Magyar Telekom Nyrt. a vizsgált kereskedelmi kommunikáció alkalmazásának idején működő három magyarországi, saját hálózattal rendelkező mobilszolgáltató vállalkozás egyike, a német Deutsche Telekom AG által irányított DT-csoport tagja. A Magyar Telekom Nyrt. az általa közvetlenül vagy közvetve irányított vállalkozások révén az elektronikus hírközlési szolgáltatások teljes körével foglalkozik.<sup>8</sup>
6. Az eljárás alá vont 2018. évi nettó értékesítési árbevétele a konszolidált eredménykimutatás alapján 657.104.000.000 Ft volt.<sup>9</sup>
7. A Magyar Telekom Nyrt.-vel szemben az elmúlt 10 évben több eljárás volt folyamatban, és zárult jogsértés kimondásával a jelen eljárás tárgyát képező magatartás tanúsítását megelőzően.

Eljárás száma	Döntés ideje	Az eljárás alá vont kifogásolt magatartása	A kiszabott bírság mértéke
VJ/3/2010.	2010. október 20.	A 2009. október 2. és december 30. között megtartott „90 Golf, 90 nyertes” elnevezésű játékkal kapcsolatban fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot tanúsított.	200.000.000 Ft
VJ/38/2011.	2012. május 18.	2011. február 24. és 2011. május 31. között jogszerűtlen összehasonlító reklámokat alkalmazott és a fogyasztókkal szemben tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot tanúsított, amikor egyes kereskedelmi kommunikációiban a "leggyorsabb mobil adathálózat" és a "leggyorsabb szélessávú mobil adathálózat", valamint ezekkel azonos tartalmú kijelentéseket tette.	100.000.000 Ft
VJ/89/2012.	2013. október 29.	Tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot folytatott, amikor 2011. szeptember 1. és 2012. augusztus 31. között 5%-os Energia Start, illetve 8%-os Energia Extra díjkezdményt ígért, valamint egyes reklámeszközökön meghatározott összegű éves megtakarítási lehetőséget kínált, ugyanakkor ezen kedvezményeket a vizsgált időszakban szerződött ügyfelei csak 2012. augusztus 31-ig, így a fogyasztók által racionálisan várhatónál rövidebb ideig, illetve	20.000.000 Ft

<sup>5</sup> VJ/13-35/2019, betekintheső iratváltozat: VJ/13-37/2019.

<sup>6</sup> VJ/13-38/2019.

<sup>7</sup> VJ/13-39/2019.

<sup>8</sup> VJ/13-2/2019. számú irat 2. kérdésre adott válasz szerint

<sup>9</sup> VJ/13-21/2019. számú irat 4. számú melléklete

		kisebb mértékben érvényesíthették.	
VJ/19/2014.	2014. október 15.	2013. október 1. és 2013. november 17. között az üzletfelek megtévesztésére alkalmas módon adott tájékoztatást a Next Business XL, illetve a Next Business M üzleti mobil-díjcsomagok áráról.	90.000.000 Ft

### III.

#### A vizsgált kereskedelmi gyakorlat

8. A versenyfelügyeleti eljárás kizárólag annak vizsgálatára terjed ki, hogy a Magyar Telekom Nyrt. által 2018 novemberétől alkalmazott, hálózatát az ország legjobb mobilhálózatoként jellemző állítások megfelelően alátámasztottak-e a kommunikációkban hivatkozott P3 communications GmbH (a továbbiakban: P3) mérései által.
9. A vizsgált kereskedelmi gyakorlat nem egy önálló kampány keretében, hanem egy nagyobb kampány – melynek fő üzenete a „*Bármit elérhetsz, bármit megváltoztathatsz*” volt – részeként valósult meg.<sup>10</sup> A vizsgált állítások azonosíthatóan óriásplakátokon, illetve a Magyar Telekom Nyrt. weboldalán kerültek alkalmazásra.<sup>11</sup>
10. Az alábbiakban csak azok a kommunikációk kerülnek ismertetésre, amelyek a vizsgált állítást tartalmazták (az eljáró versenytanács vastagon szedett betűvel emelte ki az eljárás tárgyát képező szlogent).

#### III.1. Óriásplakát

11. Az óriásplakátok két típusa jelent meg 2018 november 1. és 30. között. A plakátok országszerte [ÜZLETI TITOK] helyen – [ÜZLETI TITOK] – kerültek kihelyezésre,<sup>12</sup> melynek net-net költsége [ÜZLETI TITOK] Ft, ügynökségi díjat is magában foglaló költsége nettó [ÜZLETI TITOK] Ft volt.<sup>13</sup>
12. Az óriásplakátokon Lévay György illetve Keszthelyi Vivien képe mellett az alábbi szöveg volt látható:<sup>14</sup>

**„BÁRMIT ELÉRHETSZ, BÁRMIT MEGVÁLTOZTATHATSZ**

*Lépj előre a mostba az ország legjobb mobilhálózatán!\**

*telekom.hu/most*

*\*A P3 communications GmbH „Best in Test” minősítése alapján.*

[A plakát alján apró betűvel a következő kiegészítő tájékoztatás szerepelt:] \* A P3 communications GmbH által 2018. augusztus 18. és szeptember 1. között végzett mérések

<sup>10</sup> Eredetileg B/1060-4/2018. számú irat 1. kérdésre adott válasz, átemelve a VJ/13-20/2019. számú irat 2. számú mellékleteként, illetve VJ/13-3/2019. számú irat 6. kérdésre adott válaszként

<sup>11</sup> A „Bármit elérhetsz, bármit megváltoztathatsz” kampány keretében alkalmazott valamennyi kommunikációs eszközt a VJ/13-4/2019. számú irat 6. számú melléklete tartalmazza (CD melléklet)

<sup>12</sup> VJ/13-4/2019. számú irat 6. számú melléklet szerinti excel fájl (CD melléklet)

<sup>13</sup> Eredetileg B/1060-3/2018. számú irat 1/c melléklet, átemelve a VJ/13-20/2019. számú irat 1. számú mellékleteként

<sup>14</sup> Eredetileg B/1060-3/2018. számú irat 1.a) melléklet, átemelve a VJ/13-20/2019. számú irat 1. számú mellékleteként

alapján. A hálózat kizárólag a lefedettségi területen belül vehető igénybe, az elérhető sebesség függ az adott készülék és díjcsomag képességétől és attól, hogy az adott ponton támogatja-e a hálózat. További információ: [www.p3-group.com/en/hungary](http://www.p3-group.com/en/hungary)”

### III.2. Weboldal

13. A Magyar Telekom Nyrt. nyilatkozata<sup>15</sup> szerint a <https://www.telekom.hu/most> weboldal 2018. november 1-jétől volt elérhető, s még jelenleg is az alábbi tartalommal üzemel. A weboldal tartalma az alábbiak szerint azonosítható.<sup>16</sup>

14. A weboldal felső menüsora alatt közvetlenül egy – a vizsgált állítást nem tartalmazó – videó<sup>17</sup> volt látható, mellette az alábbi szöveg szerepelt:

„Milyen az új „tipikusan magyar”?

*Itt az alkalom, hogy leszámoljunk a bénító gondolatokkal és a kifogásokkal. Az ország legjobb mobilhálózata\* és a digitális világ inspiráló megoldásai kezdedbe adják a lehetőséget, a Most Generáció pedig mutatja az utat. Az On the Spot csapata által készített videóban bemutatjuk azokat, akik már megmutatták, hogy lehet más a tipikusan magyar gondolkodás.”*

15. Valamennyi videó egy gördülősávon is elérhető volt. A videók alatt egy önálló boxban az 1 perces „Mi a tipikusan magyar?” című reklámfilm<sup>18</sup> mellett az alábbi szöveges tartalmak voltak olvashatóak:

„Bármit elérhetsz, bármit megváltoztathatsz!” [magenta színű betűkkel, alatta az alábbi 6 szöveg váltakozott dinamikusan, más megjelenítési mód esetén statikusan egymás alatt szerepeltek]

1. *Mi a tipikusan magyar? Erre a kérdésre legtöbbször pesszimista vagy kishitű válaszokat adunk. A világunk azonban változik, és a technológia, a digitális világ lehetőséget biztosít arra, hogy az eddig lehetetlennek tűnőt is megvalósítsuk, új értelmet adjunk a régi dolgoknak, és bebizonyítsuk, hogy itthonról is bármit elérhetünk.*

2. *Most van itt az idő, hogy átforgalmazzuk gondolkodásunkat, leszámoljunk a rossz beidegződésekkel, és elhiggyük, hogy a megfelelő hozzáállással, a digitalizáció lehetőségeit segítségül hívva bármit elérhetünk, bármit megváltoztathatunk. A Telekom biztosítja ehhez a digitális világ minden eszközét és az ország legjobb mobilhálózatát\*.*

[Kisebbségi betűmérettel, de olvashatóan:] \*A P3 communications GmbH „Best in Test” minősítése és a 2018. augusztus 18. és szeptember 1. között végzett mérések alapján. A hálózat kizárólag a lefedettségi területen belül vehető igénybe, az elérhető sebesség

<sup>15</sup> VJ/13-15/2019. számú irat 5. kérdésre adott válasza

<sup>16</sup> VJ/13-21/2019. számú feljegyzés 3. számú melléklete

<sup>17</sup> A videóból több különféle változat volt elérhető, de a vizsgált állítást egyik sem tartalmazta.

A videókat az On the Spot készítette Keszthelyi Viviennel (háromszoros túraautó-bajnok), Barabási Albert Lászlóval (hálózatkutató), Axente Vanessával (magyar szupermodell), Lévy Györggyel (mérnök, aki saját robotkezeit fejleszti), a Huszár testvérekkel (kreatív testvérpár) és Dr. Wenzel Klárával (színtévesztés korrigálásának magyar úttörője). A VJ/13-29/2019. számú irat 3. kérdésre adott válasza szerint a videók az alábbi ütemezéssel kerültek a weboldalra kihelyezésre: Keszthelyi Vivien, Barabási Albert László – 2018. november 8.; Axente Vanessa – 2018. november 12.; Lévy György – 2018. november 14.; Huszár testvérek – 2018. november 19.; Dr. Wenzel Klára – 2018. november 26.

<sup>18</sup> A reklámfilm maga nem utalt a vizsgált állításra.

*függ az adott készülék és díjcsomag képességétől és attól, hogy az adott ponton támogatja-e a hálózat. További információ: [www.p3-group.com/en/hungary](http://www.p3-group.com/en/hungary)”*

3. *A most élő magyarok jelentik az első olyan generációt, amelynek megvannak az eszközei a negatívumokat felerősítő szemlélet megváltoztatásához, és ehhez a Most Generáció mindenki számára tökéletes példákkal szolgál.*
4. *„Több önbizalomra és pozitív szemléletre van szükség, arra, hogy elhiggyék az emberek, itthonról is lehet sikeresnek lenni. Bízom benne, hogy egyre többen felismerik, mennyi kiaknázatlan lehetőség van körülöttünk. Merjünk nagyot álmodni, és váltsuk valóra szenvedéllyel és kitartással!” Axente Vanessa*
5. *„Amellett, hogy a családom, a barátaim, és az engem körülvevő nemzetközi szakemberek feltétel nélkül támogatnak, a mai napig találkozom itthon kétkedő hangokkal. Hol azért, mert lány vagyok, hol azért, mert fiatal, hol pedig mert egy kis országból származom. Ez a fajta pesszimizmus sokakat visszatart az álmai valóra váltásától. Pedig semmivel sem vagyunk hátrányosabb helyzetben, mint bármely más ország szülöttei. A technológiának köszönhetően kinyílt a világ.” Keszthelyi Vivien*
6. *„Sosem volt még olyan lehetőség az önfejlesztésre, mint most. Itt az idő, hogy felülírjuk azt a magyar kultúrában mélyen gyökerező cinizmust, ami azt mondatja velünk, hogy “úgysem lehet jobb”! Meg kell változtatnunk a hozzáállásunkat a világhoz. Definiáljuk újra, mit jelent sikeresnek lenni. Találjuk meg a saját környezetünkben és életünkben a siker lehetőségét. Minden egyes tett, ami közelebb visz a céljainkhoz, már önmagában is siker.” Lévay György*
16. A weboldalon szereplő további szöveges illetve videós tartalmak a vizsgált állítást nem tartalmazták.
17. A <https://www.telekom.hu/most> oldal látogatottsága 2018 novemberében [ÜZLETI TITOK], 2018 novemberét követően [ÜZLETI TITOK] volt.<sup>19</sup> Az egyes aloldalak közül a legnagyobb megtekintéssel [ÜZLETI TITOK] oldalai bírtak.<sup>20</sup>

### **III.3. A kereskedelmi kommunikációval kapcsolatban ismert egyéb tények, adatok**

18. A kampány vonatkozásában a Magyar Telekom Nyrt. benyújtotta a reklámügynökségi briefet.<sup>21</sup> A briefen szereplő indulási dátum nem egyezik a kampány indulási dátumával, melynek kizárólagos oka a Magyar Telekom Nyrt. nyilatkozata szerint, hogy a kreatív fejlesztése és a kampány tervezése az eredetileg tervezettnél több időt vett igénybe.<sup>22</sup>
19. A brief a kifogásolt állítás, illetve a P3 tekintetében [ÜZLETI TITOK].<sup>23</sup>
20. [ÜZLETI TITOK]<sup>24</sup>

<sup>19</sup> VJ/13-12/2019. számú irat 6. számú melléklet

<sup>20</sup> VJ/13-12/2019. számú irat 6. számú melléklet

<sup>21</sup> Eredetileg B/1060-3/2018. számú irat 2. számú melléklete, átemelve a VJ/13-20/2019. számú irat 1. számú mellékleteként

<sup>22</sup> VJ/13-29/2019. számú irat 2. kérdésre adott válasza

<sup>23</sup> [ÜZLETI TITOK]

<sup>24</sup> VJ/13-24/2019. számú irat melléklete



21. A „Bármit elérhetsz, bármit megváltoztathatsz” fő üzenetű kampány kapcsán – melynek keretében a vizsgált állítás is megjelent – a Magyar Telekom Nyrt. három célt fogalmazott meg:<sup>25</sup>
- a) A digitális attitűd fejlesztése, annak az üzenetnek a megjelenítése, hogy (a Telekom által nyújtott) digitális eszközökkel, szolgáltatásokkal minden lehetséges itthonról is.
  - b) A Telekom márka állásfoglalása egy olyan társadalmi ügy mellett, mely részvétellel ösztönöz és közös élmény köré épül.
  - c) A Most Generáció, mint cselekvő, a digitális lehetőségeket használó, kihasználó generáció, ezáltal a többiek számára példát mutató emberek csoportjának pozícionálása.
22. A Magyar Telekom Nyrt. hangsúlyozta, hogy az „ország legjobb mobilhálózata” a marketingkommunikációs kampányában ugyan szerepelt, annak azonban fő üzenete a „Bármit elérhetsz, bármit megváltoztathatsz” volt.<sup>26</sup> A kampány üzenete volt továbbá, hogy a Magyar Telekom Nyrt. által biztosított technológia segítségével határozza meg a „Most Generáció”, hogy „mi a tipikusan magyar”. Az eljárás alá vont e körben utalt arra, hogy a kampány során abból a kettősségből indult ki, hogy miközben a magyarok az élet számos területén tehetségesek és sikeresek, még nem értették meg teljes mértékben, hogy értelmetlen várniuk, hogy külső erők változtassák pozitív irányba életüket. Hangsúlyozta, hogy a Magyar „Telekom hisz abban, hogy bárki érhet el sikereket, Magyarországról is, ha él a Most generáció lehetőségeivel és bátran tesz, cselekszik, lép, nem fél a kudarcoktól.” A Magyar Telekom Nyrt. egy alternatívát kínál a magyarokra jellemző, „külső körülményektől függés” hozzáállásával szemben azt üzenve, hogy „a Most digitális lehetőségei révén többre vagy képes.”<sup>27</sup>
23. Az „ország legjobb mobilhálózata” állítás kapcsán a Magyar Telekom Nyrt. úgy nyilatkozott, hogy annak üzenete: „a Telekom rendelkezik az ország legjobb mobilhálózatával, azaz a 3G és 4G hálózaton a legjobb le és feltöltési sebességet biztosító hálózattal.”<sup>28</sup>
24. A kampánnyal a Magyar Telekom Nyrt. a teljes lakosságot célozta.<sup>29</sup>
25. A kampány hatékonysága kapcsán az eljárás alá vont csatolta a reklámhatékonysági vizsgálatok eredményeit,<sup>30</sup> az eredmények magyarázatát,<sup>31</sup> továbbá az angol nyelvű dokumentumok magyar nyelvű összefoglalóját.<sup>32</sup> A csatolt dokumentumok alapján az alábbi megállapítások tehetők.

<sup>25</sup> Eredetileg B/1060-3/2018. számú irat 3. kérdésre adott válasz, átemelve a VJ/13-20/2019. számú irat mellékleteként

<sup>26</sup> Eredetileg B/1060-3/2018. számú irat 1. kérdésre adott válasza szerint, átemelve a VJ/13-20/2019. számú irat 1. számú mellékleteként

<sup>27</sup> Eredetileg B/1060-3/2018. számú irat 3. kérdésre adott válasza szerint, átemelve a VJ/13-20/2019. számú irat mellékleteként

<sup>28</sup> Eredetileg B/1060-3/2018. számú irat 4. kérdésre adott válasza szerint, átemelve a VJ/13-20/2019. számú irat mellékleteként

<sup>29</sup> VJ/13-6/2019. számú irat 1. kérdésre adott válasz

<sup>30</sup> VJ/13-4/2019. számú irat 5. számú melléklet szerint

<sup>31</sup> VJ/13-15/2019. számú irat 7. kérdésre adott válasz

<sup>32</sup> VJ/13-22/2019. számú irat

26. [ÜZLETI TITOK]
27. [ÜZLETI TITOK]
28. A Magyar Telekom Nyrt. a kampányt, melynek keretében a vizsgált állítás is megjelenítésre került, sikeresnek értékelte, mivel a célja párbeszéd generálása volt a technológia adta lehetőségekről, mely egyéni és közösségi szinten is segíthet a célok elérésében. A kampány nyomán értékelése szerint elindult egy aktív érzelmet is kiváltó diskurzus, főleg a predesztinációs gondolkodásmódról, közel 30 újságcikk jelent meg a témában, a YouTube-on egy hét alatt 160.000 organikus megtekintés és 2.300 komment született.<sup>33</sup>

#### IV.

##### Az érintett szolgáltatás, piac

29. A versenyfelügyeleti eljárásban közvetlenül érintett szolgáltatás a Magyar Telekom Nyrt. mobil hálózata, azon belül is különösen a mobil internet hálózata.
30. Az eljárás alá vont 2G/3G/4G/4G+ hálózaton biztosít internetelérést a fogyasztóknak. A Magyar Telekom Nyrt.-nél a legnagyobb kínált sebességű (300 Mbit/s) 4G+ mobilinternet szolgáltatás 2016. október 1-jei hatállyal került bevezetésre.<sup>34</sup>
31. A Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság (a továbbiakban: NMHH) 2015. IV. – 2018. IV. negyedévére vonatkozó mobilpiaci jelentés<sup>35</sup> alapján „a felhasználók által bonyolított internetforgalom három év alatt több mint négyszeresére nőtt.” A Központi Statisztikai Hivatal (a továbbiakban: KSH) Statisztikai Tükör (2019. március 14.) Távközlés, internet, televízió-szolgáltatás, 2018. IV. negyedév című jelentéséből<sup>36</sup> kiemelendő, hogy a „kombinált szolgáltatáscsomagok és a havidíjas előfizetések elterjedésével a mobil-adatelőfizetések száma is folyamatosan emelkedik. 2018 IV. negyedévében a mobilhálózat adatforgalma (70 petabyte) 62%-kal nőtt 2017. IV. negyedévhez viszonyítva. A 4G-s technológia használatának elterjedését jelzi, hogy az összes adatforgalom 90%-a már 4G/LTE rendszeren keresztül zajlott.”
32. A Magyar Telekom Nyrt. a piac általános bemutatása érdekében csatolta a BellResearch Kft. által készített tanulmányt (2017) annak felhasználási engedélyével együtt.<sup>37</sup> A tanulmány egyes, releváns megállapításai a következők:
- a) [ÜZLETI TITOK]<sup>38</sup>
- b) [ÜZLETI TITOK]<sup>39</sup> [ÜZLETI TITOK]<sup>40</sup>

<sup>33</sup> VJ/13-2/2019. számú irat

<sup>34</sup> VJ/24-74/2018. számú határozat 12. pontja szerint

<sup>35</sup> VJ/13-21/2019. számú irat 1. számú melléklet

<sup>36</sup> VJ/13-21/2019. számú irat 2. számú melléklet

<sup>37</sup> Hivatkozva a VJ/13-2/2019. számú irat 3. kérdésre adott válaszában, ténylegesen csatolva a VJ/13-4/2019. számú irat 2. és 3. számú mellékleteként.

<sup>38</sup> 8. dia alapján

<sup>39</sup> 9. és 62. dia

<sup>40</sup> 64. dia



- c) [ÜZLETI TITOK]<sup>41</sup>
- d) [ÜZLETI TITOK]<sup>42</sup>
- e) [ÜZLETI TITOK]<sup>43</sup>
- f) [ÜZLETI TITOK]<sup>44</sup>
- g) [ÜZLETI TITOK]<sup>45</sup>
- h) [ÜZLETI TITOK]<sup>46</sup>

## V.

### Rendelkezésre álló bizonyítékok

#### V.1. A szelessav.net oldalon fellelhető adatok a vizsgált időszakban

33. A weboldalon az internetszolgáltatás mérhető minőségi jellemzőiről az alábbi tájékoztatás lelhető fel:

*Az internetszolgáltatás legfontosabb minőségi jellemzői a következők:*

*Le- és feltöltési sebesség: A le-, ill. feltöltési sebesség azt jelenti, hogy egységnyi idő alatt mekkora adatmennyiség töltődik le a számítógépünkre, vagy mennyi töltődik fel a gépünkről egy távoli szerverre. A mérés eredményét Mbit/s vagy kbit/s egységben kapjuk.*

*Késleltetés (Ping): A késleltetés (angol szóval latency) az az időintervallum, amely egy adatcsomag átviteléhez szükséges a hálózati kapcsolaton keresztül. Miután egy adatcsomagot elküldtünk, a számítógépünk visszaigazolást vár attól a géptől, amelyikre az adatot továbbította. Az üzenet elküldésétől a visszaigazolás megérkezéséig tartó időszakot nevezzük késleltetésnek. A szélessáv.net oldalon található „Ping” kifejezés is a késleltetés fogalmát fedi le.*

*A késleltetés mérése során egy tesztcsomag (ping) indul a forrástól a célig, majd vissza. Ezt az időt jeleníti meg ezredmásodpercben (ms) a mérőalkalmazás. A túl nagy késleltetés problémákat okozhat egyes szolgáltatások igénybevétele során, például ha élő beszélgetést szeretnénk folytatni az interneten, vagy online játékot szeretnénk játszani.<sup>47</sup>*

34. A szelessav.net oldalon – többek között – az NMHH mérőautói által rögzített mérési eredmények tekinthetők meg. A mérőautók az országot járják, és menet közben mérik a mobilinternet-hálózatokon tapasztalható le- és feltöltési sebességet, a válaszidőket és a lefedettséget (térerő). Az eredményeket a honlap térképén, táblázatban és grafikonon is megjeleníti.

---

<sup>41</sup> 82. dia

<sup>42</sup> 85. dia

<sup>43</sup> 86. dia

<sup>44</sup> 88. dia alapján

<sup>45</sup> 90-92. diák alapján

<sup>46</sup> 96. dia

<sup>47</sup> Forrás [utolsó letöltés: 2020. február 3.]: [http://szelessav.net/hu/tudta-e/\\_a\\_szeles\\_savrol\\_es\\_a\\_savszelessegrol/az\\_internetszolgáltatásnak\\_mely\\_minosegi\\_jellemzoi\\_merhetok\\_#szocikk53](http://szelessav.net/hu/tudta-e/_a_szeles_savrol_es_a_savszelessegrol/az_internetszolgáltatásnak_mely_minosegi_jellemzoi_merhetok_#szocikk53)

35. Azt, hogy a hivatkozott weboldal tartalma mi volt a vizsgált időszakra vonatkozóan, a Magyar Telekom Nyrt. csatolni nem tudta. E körben kérte az NMHH megkeresését VJ/13-15/2019. számú beadványában.

## V.2. A P3 által végzett mérések, és azok eredményei

36. A P3 egy nemzetközileg elismert, elfogadott és foglalkoztatott benchmark cég, amelynek szolgáltatásait a Magyar Telekom Nyrt. is igénybe veszi nyilatkozata szerint. A méréseket a P3 a saját módszertana szerint végzi, tipikus felhasználói szokások figyelembevételével, fókuszálva az ügyfél által érzékelt hálózati minőségre.<sup>48</sup>
37. A P3 módszertana kapcsán egyrészt rendelkezésre áll a P3 oldalán elérhető tájékoztató<sup>49</sup> és a P3 által összeállított „Benchmark Framework” című leírás.<sup>50</sup> A mérési eredményeket a Magyar Telekom Nyrt. tekintetében a P3 által kibocsátott „Certificate” tartalmazza, míg az eredmények felhasználhatóságára, interpretálására vonatkozó információk, szabályok a „Benchmark Certification Deed” című dokumentumban találhatóak.<sup>51</sup>

### V.2.1. Módszertan

38. Az angol nyelvű weboldalról az összehasonlító rendszer működésével kapcsolatban az alábbi alapvető információk ismerhetők meg.<sup>52</sup> A tesztelések során a tipikus felhasználási szokásokat tartják szem előtt, autós tesztet, gyalogos tesztet végeznek, és tömeges használati adatokat gyűjtenek. Autóteszt segítségével az okostelefon hang- és adatteljesítményét mérik, mely teszt átfogó jellegű, az útvonalakat és a tesztelési módszertant objektív módon határozzák meg. A hálózati teljesítményről alkotott képet egy alkalmazás-alapú, a felhasználó okostelefonjának háttérben futó adatgyűjtő motor segítségével gazdagítják (ez az ún. crowdsourcing). Ennek lényege, hogy a végfelhasználói okostelefonok mérőeszközzé válnak, így nyújtva adatot arról, hogy a fogyasztók miként használják és élvezik a mobil kommunikációt, mind a mobil hálózatokon, mind a Wi-Fi hálózatokon. Az összehasonlítás során több mint 100 KPI-t (fő teljesítmény mutató) vizsgálnak, úgy mint a szolgáltatás hosszú távú elérhetősége, hálózati lefedettség és adatátviteli sebesség.
39. A P3 metodológia főbb jellemzői a „Benchmark Framework” című leírás alapján az alábbiak:
- [ÜZLETI TITOK]
40. A P3 pontozási modell 3 pillérű (kategória), összesen maximum 1000 pont érhető el, az egyes pillérek az elérhető pontszámokkal:
- Hang: 340 pont
  - Adat: 510 pont
  - Crowdsourcing (közösségi használat): 150 pont
41. [ÜZLETI TITOK]

<sup>48</sup> VJ/13-6/2019. számú irat

<sup>49</sup> VJ/13-28/2019. számú irat melléklete

<http://p3-networkanalytics.com/methodology-2/> [utolsó letöltés: 2019. október 29.]

<sup>50</sup> VJ/13-8/2019. számú irat melléklete, magyar nyelvű összefoglaló VJ/13-15/2019. számú beadvány melléklete

<sup>51</sup> VJ/13-4/2019. számú irat 7. számú melléklete

<sup>52</sup> A weboldal tartalmának magyar nyelvű összefoglalóját az eljáró versenytanács készítette.

42. [ÜZLETI TITOK]

43. [ÜZLETI TITOK]

#### V.2.2. Mérési eredmények

44. A Magyar Telekom Nyrt. esetében a mérések az alábbiakat tartalmazzák a Certificate alapján:

- Drive teszt hang és adat vonatkozásában,
- nagyvárosokban, kisvárosokban/településeken, útvonalakon, illetve
- crowdsourced mérés.<sup>53</sup>

45. A hang- és adatszolgáltatással kapcsolatos mérés kizárólag Drive teszt révén történt, melyet 2018. augusztus 18. és szeptember 1. között végeztek el Samsung Galaxy S8 készülékkel, 12 mérési napon. A mérések meghatározott nagyvárosokban, városokban és útszakaszon történtek (6000 km mérési távolság, 31 város), a teljes magyar lakosság 35%-át reprezentáló városokban, útszakaszokon.

46. A Crowdsourcing mérés a lakott területek 53%-át fedte le, nagyjából 21.000 km<sup>2</sup> nagyságú területen, a lefedettség és letöltési sebesség tekintetében 2018. június – augusztus között, az adatszolgáltatás elérhetősége tekintetében 2018. március – augusztus között került sor a mérésre.

47. A mérés során a Magyar Telekom Nyrt. összesen 914 pontra tett szert, míg a másik két, méréssel érintett szolgáltató 866 pontra, illetve 837 pontra. A pontszámok összetételét az alábbi táblázat szemlélteti.

	Magyar Telekom Nyrt.	Mobilszolgáltató 2	Mobilszolgáltató 3
Hangszolgáltatás	312	302	250
Adatszolgáltatás	474	449	460
Crowdsourcing	128	115	127
Összesen	914	866	837

48. A részletes adatok ismertetésétől az eljáró versenytanács eltekint, e helyen pusztán jelzi, hogy

- a) négy mérési részeredmény esetén valamelyik versenytárs eredménye jobb volt, mint a Magyar Telekom Nyrt. eredménye (*Hangszolgáltatások tekintetében a településeket összekötő útvonalhálózaton mért hálózati eredményt, a Tömeges felhasználás minősége [Crowdsourced Quality] tekintetében pedig a hangszolgáltatás lefedettségét, az adatszolgáltatás lefedettségét és az adatszolgáltatás elérhetőségét, rendelkezésre állását illetően*),
- b) hét mérési részeredmény esetén ugyan a Magyar Telekom Nyrt. ért el legmagasabb pontszámot, de ebből két esetben a Magyar Telekom Nyrt. és a mérésben második helyen végzett versenytárs eredménye között csak 1-2%-pontos eltérés volt azonosítható (*Adatszolgáltatások tekintetében a nagyvárosokban, illetve a településeket összekötő útvonalhálózaton mért hálózati eredményt illetően*).

<sup>53</sup> Eredetileg B/1060-4/2018. számú irat 3. számú melléklet, átemelve a VJ/13-20/2019. számú irat mellékleteként

49. Az adatszolgáltatásokra vonatkozó részletes mérési eredmények közül kiemelendő, hogy
- a) két mérési részeredmény esetén valamelyik versenytárs eredménye jobb volt, mint a Magyar Telekom Nyrt. eredménye (*Letöltési sebesség nagyvárosokban, Feltöltési sebesség a településeket összekötő útvonalhálózaton*),
  - b) négy mérési részeredmény esetén a Magyar Telekom Nyrt. és a mérésben második helyen végzett versenytárs eredménye között csak 1-2%-pontos eltérés volt azonosítható (*Böngészés nagyvárosokban és városokban, valamint Feltöltési sebesség és Youtube használat nagyvárosokban*).

### V.2.3. Az eredmények interpretációja

50. A fentiek alapján a Certificate-ben a P3 azt igazolta, hogy a Magyar Telekom Nyrt. érte el a legjobb teszteredményt a magyar mobil szolgáltatások összehasonlítása terén 2018 augusztusában.<sup>54</sup> Az alkalmazható állításokkal kapcsolatban az alábbi ajánlás jelenik meg:
- a) *Best in Test*
  - b) *Best in Data*
  - c) *Best in Voice*
  - d) *Best in Crowdsourced Quality*
51. A „Benchmark Certification Deed” című dokumentumból az alábbiak emelendők ki:<sup>55</sup>  
[ÜZLETI TITOK]<sup>56</sup>

### **V.3. A Magyar Telekom Nyrt. fogyasztói tudatosságra vonatkozó kutatási anyaga**

52. A Magyar Telekom Nyrt. csatolt egy fogyasztói tudatossággal kapcsolatos kutatási anyagot,<sup>57</sup> [ÜZLETI TITOK].
53. [ÜZLETI TITOK]
54. [ÜZLETI TITOK]

## **VI.**

### **Az eljárás alá vont álláspontja**

55. Az eljárás alá vont Magyar Telekom Nyrt. a VJ/13-3/2019. számú beadvány 11. pontjában – fenntartva a VJ/13-20/2019. számú irat 1. számú mellékleteként átemelt B/1060-3/2018. számú beadványban tett előadását – kifejtette álláspontját, mely szerint a kampányban szerepelt ugyan utalás arra, hogy hálózata az ország legjobb hálózata, ugyanakkor a kampány fő üzenete nem a vizsgált állítás volt, hanem a „*Bármit elérhetsz, bármit megváltoztathatsz*” mondat.

---

<sup>54</sup> „Magyar Telekom Nyrt. achieved Best in Test in the Mobile Benchmark Hungary 08/2018.”

<sup>55</sup> VJ/13-4/2019. számú irat

<sup>56</sup> Az eredeti angol szöveg a következő:

[ÜZLETI TITOK]

<sup>57</sup> VJ/13-4/2019. számú irat, 4. számú melléklet (CD) angol nyelven, magyar nyelvű összefoglaló a VJ/13-22/2019. számú iratban

56. Kiemelte, hogy álláspontja szerint a [www.szelessav.net](http://www.szelessav.net) és a P3 mérési módszertanával készült mérések kellően alátámasztják a „legjobb mobil hálózat” állítás tárgyilagosságát. Vitatta továbbá, hogy „a legjobb hálózat” kifejezés használatával azt sugallta volna, hogy „hálózata minden hálózat felett áll”, „hálózata maximális sebességgel vehető igénybe”, meglátása szerint ezek teljesen megalapozatlanok az alkalmazott állítással kapcsolatban.
57. Az eljáró versenytanács előzetes álláspontjára tett észrevételeiben<sup>58</sup> illetve a nyilvános tárgyaláson előadottak<sup>59</sup> során az eljárás alá vont elsődlegesen kérte annak megállapítását, hogy a vizsgált állítás nem jogsértő, másodlagosan indítványozta az eljárás megszüntetését. Harmadlagos kérelmében a bírság mellőzését kérte, míg negyedlegesen a bírság kiszabása során az általa előadott enyhítő körülmények figyelembevételét. Az előzőek alátámasztására a Magyar Telekom Nyrt. az alábbiakat adta elő.
58. A jelen eljárás jogalapja nem megfelelő, a vizsgált kereskedelmi kommunikációk értékelésére nem kerülhet sor az Fttv. 6. § (1) bekezdés b) pontjának alkalmazásával, mivel az ügyindító végzés által megfogalmazottan is az eljárás (és a vizsgált kommunikációk) tárgyát a Magyar Telekom Nyrt. hálózata képezi, amely viszont nem feleltethető meg az áru Fttv. 2. § c) pontja szerinti fogalmának. Közvetlen kapcsolat hiányában pedig – a VJ/10/2017. számú ügyben kifejtettek értelmében – az Fttv. 6. § (1) bekezdés b) pontja sem alkalmazható, s ebből a szempontból nem releváns, hogy a vizsgált magatartás közvetetten szolgálta-e valamely áru (szolgáltatás) értékesítését vagy sem. A Magyar Telekom Nyrt. utalt továbbá arra, hogy a Versenytanács következetes gyakorlata értelmében az olyan kereskedelmi gyakorlatok, amelyek alapján közvetve felismerhetővé válhat a versenytársak szolgáltatása is, összehasonlító reklámnak minősülhetnek. Az összehasonlító reklámok kapcsán pedig kiemelte, hogy a megtévesztő és összehasonlító reklámról szóló 2006/114/EK irányelv európai parlamenti és tanácsi irányelv csak azt írja elő – egyebek mellett –, hogy az összehasonlító reklám nem lehet a UCP irányelv<sup>60</sup> 6. és 7. cikke értelmében megtévesztő, ugyanakkor azt nem tartalmazza, hogy nem ütközhet a UCP irányelv generálklauzulájába, s ilyen előírás a magyar szabályozásban sem jelenik meg. Mindezek alapján álláspontja szerint a vizsgált magatartás kapcsán az Fttv. 3. § (2) bekezdésének alkalmazhatósága sem merülhet fel.
59. Az eljárás alá vont szerint az eljáró versenytanács tévesen határozta meg a vizsgált kereskedelmi kommunikációk üzenetét is. Egyrésztől ugyanis az ország legjobb mobilhálózata szlogen nem vált a fogyasztói üzenet részévé, hiszen az óriásplakátok korlátozott áteresztő képessége miatt alapvetően csak a főszöveg, kép és embléma alkalmas az információk átadására. Másrésztől, ahol az üzenet részévé vált is, nem azt közvetítette a fogyasztók felé, hogy a Magyar Telekom Nyrt. hálózata a mobilinternet- és a hangszolgáltatások terén minden vonatkozásban a legjobb, hanem a kommunikációk a Magyar Telekom Nyrt. mobilhálózatát – a fogyasztói értékeléssel összhangban – összességében minősítették, amelyet a P3 mérések egyértelműen alátámasztanak. Megjegyezte továbbá, hogy a vizsgált kommunikációk egy nagyobb kampány részét képezték, ami kihatással van a fogyasztói üzenetre is, hiszen a különböző reklámelemeket nem külön-külön, hanem összehangoltan tekintve kell vizsgálni. Ennek megfelelően mind a

---

<sup>58</sup> VJ/13-38/2019.

<sup>59</sup> VJ/13-39/2019.

<sup>60</sup> A belső piacon az üzleti vállalkozások fogyasztókkal szemben folytatott tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatairól szóló, 2005. május 11-i 2005/29/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv.

kampánynak, mind a kommunikációknak az volt a fő üzenete, hogy a Most generáció tagjaként változtathatunk a világon, hozzáállásunk és attitűdünk megváltoztatásával, a digitális világ eszközeivel.

60. A Magyar Telekom Nyrt. álláspontja szerint a vizsgált kereskedelmi kommunikációk nem voltak alkalmasak a fogyasztók megtévesztésére. Az eljáró versenytanács semmilyen bizonyítékkal nem támasztotta alá azon következtetését, hogy a legjobb mobilhálózat szlogent a fogyasztók akként értelmeznék, hogy az külön-külön, minden tekintetben irányadó. Ezzel szemben az eljárás alá vont szerint a fogyasztók is tisztában vannak azzal, hogy egy mobilhálózat többféle tulajdonsággal bírhat, éppen ezért a fogyasztó a hálózat tulajdonságait összességében értékeli, ez van összhangban a fogyasztói szokásokkal is (a fogyasztók nem egyes részszolgáltatásokat használnak, erre nincs is lehetőségük, és gazdaságilag sem lenne észszerű).
61. Önmagában a mérések elvégzésének és a kereskedelmi kommunikációk alkalmazásának időpontja közötti eltérés sem ad alapot a jogsértés megállapítására, korábban ezt csak egészen extra esetekben kifogásolta a Versenytanács. A Kúriának a Vj/104/2015. számú ügyben hozott Kf.VI.37.735/2018/7. számú ítélete értelmében pedig nem fogadható el egy olyan álláspont, amely azzal a következménnyel járna, hogy mindazokon a területeken, ahol a piac dinamikusan változik, az egyes termékek műszaki tulajdonságai folyamatosan fejlődnek, az adott tulajdonság tekintetében piacvezető társaság a versenytársakhoz képest elért jobb teljesítményét nem tudná reklámozni. A mérések időbeli vetülete feltüntetésének hiánya kapcsán a Magyar Telekom Nyrt. előadta, hogy egyrészt ez a fogyasztók szempontjából nem bír relevanciával, másrészt legfeljebb csak az Fttv. 7. §-a alapján lenne megítélhető, erre viszont a jelen eljárás nem terjed ki. A mérések reprezentativitása az eljárás alá vont szerint szintén nem kifogásolható, hiszen azok a tipikus felhasználói szokások figyelembevételével készültek, azaz az átlagos fogyasztói élményt mutatják, ekként az erre alapozott közléssel az átlagfogyasztó megtévesztése sem valósulhat meg. A Magyar Telekom Nyrt. által megfogalmazott szlogen pedig összhangban van mind a mérési eredményekkel, mind azok P3 által javasolt interpretációjával.
62. Az eljárás alá vont kétségbe vonta, hogy a vizsgált kereskedelmi kommunikációk alkalmasak lettek volna az ügyleti döntések torzítására, azt az eljáró versenytanács nem bizonyította az Alkotmánybíróság és a Kúria által felállított mércének megfelelően (így például nem világos, miért váltana a kereskedelmi gyakorlat hatására díjcsomagot a fogyasztó, vagy hogy miért maradna a Magyar Telekom Nyrt. szolgáltatásánál, ha elégedetlen vele). E körben utalt a VJ/70/2014 és VJ/93/2014. számú ügyekben hozott döntésekre, melyek alapján álláspontja szerint a jelen eljárásban is megszüntetésnek lenne helye.
63. A bírsággal összefüggésben az eljárás alá vont kifejtette, hogy a vizsgált kommunikációs eszközök nem csak a kifogásolt állítást tartalmazták, s nem is az volt a fő üzenetük, a költségeik azonban nem kerültek arányosításra. Emiatt – hivatkozva a Kúria Vj-17/2014. számú eljárás kapcsán hozott Kfv.III.37.421/2017/7. számú ítéletére – a kifogásolt kereskedelmi kommunikációk tényleges költsége nem került meghatározásra, így az eljáró versenytanács nincs abban a helyzetben, hogy bírságot szabjon ki. Ha ennek ellenére az eljáró versenytanács mégis bírságot kívánna kiszabni, akkor enyhítő körülményként kell figyelembe vennie, hogy az egyes kereskedelmi kommunikációk nem csak a kifogásolt üzenetet tartalmazták (ez a honlap esetében olyan mértékű, hogy a bírság mellőzését teszi



indokolttá), a kereskedelmi gyakorlat nem volt kiterjedt / intenzív, rövid ideig tartott, s a honlap látogatottsága nem volt kiemelkedő. A felróhatóság körében nem hagyható figyelmen kívül, hogy a Magyar Telekom Nyrt. gyakorlatát egy független vállalkozás méréseire alapította, amely a VJ/26/2016. számú ügyben született döntés és az előzetes álláspont szerint is egy nemzetközileg elismert benchmark cég. Az eljárás alá vont észrevételei értelmében tekintettel kell lenni továbbá arra is, hogy a Vj/38/2011. számú ügy kapcsán a jogalap részbeni különbözősége következtében csak kisebb fokú hasonlóság azonosítható a jelen ügygel.

## VII.

### Jogi háttér

64. Az Fttv. 1. § (1) bekezdése értelmében ez a törvény állapítja meg az áruhoz kapcsolódó, a kereskedelmi ügylet lebonyolítását megelőzően, annak során és azt követően a fogyasztóval szemben alkalmazott kereskedelmi gyakorlatokra vonatkozó követelményeket, és az azok megsértésével szembeni eljárás szabályait. Ugyanezen jogszabályhely (2) bekezdése szerint e törvény arra a kereskedelmi gyakorlatra terjed ki, amely Magyarország területén valósul meg, továbbá arra is, amely Magyarország területén bárkit fogyasztóként érint.
65. Az Fttv. 2. §
  - 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 ügyleti 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.
66. Az Fttv. 3. § (1) bekezdése kimondja, hogy tilos a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat.
67. Az Fttv. 3. § (3) bekezdése szerint a (2) bekezdés értelmében tisztességtelen különösen az a kereskedelmi gyakorlat, amely megtévesztő (6. § és 7. §) vagy agresszív (8. §).
68. Az Fttv. 6. § (1) bekezdés b) pontja értelmében 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 az áru lényeges jellemzője tekintetében, és ezáltal a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készíti, amelyet egyébként nem hozott volna meg, vagy erre alkalmas.
69. Az Fttv. 10. § (3) bekezdése szerint a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértése miatt a GVH jár el, ha a kereskedelmi gyakorlat a gazdasági verseny érdemi befolyásolására alkalmas.

70. Az Fttv. 11. § (1) bekezdése szerint a 10. § alkalmazásában a gazdasági verseny érdemi érintettségének megállapításánál – a jogsértéssel érintett piac sajátosságainak figyelembevételével – a következő szempontok irányadóak:
- a) az alkalmazott kereskedelmi gyakorlat kiterjedtsége, figyelemmel különösen a kommunikáció eszközének jellegére, a jogsértéssel érintett földrajzi terület nagyságára, a jogsértéssel érintett üzletek számára, a jogsértés időtartamára vagy a jogsértéssel érintett áru mennyiségére, vagy
  - b) a jogsértésért felelős vállalkozás mérete a nettó árbevétel nagysága alapján.
71. Az Fttv. 14. § értelmében 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.
72. Az Fttv. 19. § c) pontja értelmében a kereskedelmi gyakorlat tisztességtelenségének megállapítására irányuló eljárásra az Fttv.-ben meghatározott eltérésekkel a Gazdasági Versenyhivatal eljárása tekintetében a Tpvt. rendelkezéseit kell alkalmazni.
73. A Tpvt. 95/F. § (1) bekezdése alapján a versenyfelügyeleti eljárásban a Tpvt.-nek az eljárás megindításakor (2019. március 19-én) hatályos eljárási rendelkezéseit kell alkalmazni.
74. Az eljáró versenytanács határozatában a Tpvt. 76. § (1) bekezdés
- f) pontja alapján megállapítja a jogsértés tényét,
  - h) pontja értelmében megtiltja a jogsértő magatartás további folytatását,
  - i) pontja szerint jogsértés megállapítása esetén kötelezettséget ír elő, így különösen az ügylet jellegének megfelelő üzleti kapcsolat létrehozásától vagy további fenntartásától való indokolatlan elzárkózás esetén szerződéskötésre kötelez,
75. A Tpvt. 60/A. § b) pontja szerint a vizsgáló, illetve az eljáró versenytanács a versenyfelügyeleti eljárást megszünteti, ha az eljárás során beszerzett bizonyítékok alapján nem állapítható meg, hogy a magatartás jogsértő-e, és az eljárás folytatásától sem várható eredmény.
76. A Tpvt. 46. § (1) bekezdése szerint az általános közigazgatási rendtartásról szóló 2016. évi CL. törvény rendelkezéseit a versenyfelügyeleti eljárásban akkor kell alkalmazni, ha azt a törvény kifejezetten előírja.
77. A Tpvt. 45. § rendelkezése szerint a GVH illetékessége az ország egész területére kiterjed.

## VIII.

### Jogi értékelés

#### VIII.1. Hatály, hatáskör és illetékesség

78. Az eljárás tárgyát képező állítások óriásplakátokon és a Magyar Telekom Nyrt. weblapján jelentek meg, melyek vitathatatlanul az Fttv. 2. § d) pontja értelmében vett kereskedelmi gyakorlatnak (kereskedelmi kommunikációnak, reklámnak) minősülnek.

79. A vizsgált kereskedelmi gyakorlat tartalma és megjelenési jellemzői, valamint az eljárás alá vont nyilatkozata alapján megállapítható, hogy a kommunikáció – az Fttv. 2. § a) pontja szerinti – természetes személy fogyasztókat célozott, így a tényállásra az Fttv. rendelkezései alkalmazandók.
80. Az Fttv. 10. § (3) bekezdése szerint a GVH kizárólagos hatáskörrel rendelkezik a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértése miatt indított ügyekben, ha a kereskedelmi gyakorlat a gazdasági verseny érdemi befolyásolására alkalmas. A gazdasági verseny érdemi érintettsége jelen eljárásban – figyelemmel arra, hogy a Magyar Telekom Nyrt. a vizsgált kereskedelmi gyakorlatát az ország számos pontján észlelhető óriásplakátokon, illetve a [www.telekom.hu/most](http://www.telekom.hu/most) weboldalon valósította meg, illetve, hogy a telekommunikációs szolgáltatásokból a Magyar Telekom Nyrt.-nek jelentős árbevétele származik – fennáll. Az eljárás tehát a GVH hatáskörébe tartozik az Fttv. 11. § (1) bekezdés a) és b) pontja alapján.
81. A GVH illetékességét az eljárásra a Tpvt. 45. § állapítja meg.

### **VIII.2. Az eljárás jogalapja**

82. Bár az eljárás alá vont vitatta, hogy a Magyar Telekom Nyrt. hálózata az Fttv. 2. § c) pontja szerinti értelemben vett árunak minősülne, ekként a Magyar Telekom Nyrt. hálózatával kapcsolatos kijelentéseket tartalmazó kommunikáció az Fttv. 6. § (1) bekezdés b) pontja alapján értékelhető lenne, az eljáró versenytanács fenntartja, hogy az eljárás helyes jogalapon került lefolytatásra. A vizsgált szlogen („Magyarország legjobb mobilhálózata”) ugyan közvetlenül valóban a Magyar Telekom Nyrt. hálózatára vonatkozik, azonban a hálózat legjobb volta a fogyasztók számára nyilvánvalóan azt az üzenetet közvetíti, hogy az azon nyújtott szolgáltatások is a legjobbak. A hálózat minőségét maga az eljárás alá vont is a P3-nak a hálózaton nyújtott szolgáltatások minőségét tesztelő méréseire hivatkozással hirdette legjobbnak. Az eljárás alá vont érvelésének elfogadása azzal a következményekkel járna, hogy az image jellegű reklámok nem lennének az Fttv. 6. §-a alapján, aktív megtevesztésként megítélhetőek.

### **VIII.3. Az eljárás alá vont felelőssége**

83. A felelősség megállapíthatóságának alapja az Fttv.-ben az ún. „érdek-elv”, mely alapján elsődlegesen azon vállalkozások felelőssége állapítható meg a közzétett kereskedelmi gyakorlat tekintetében, amelynek az értékesítés, eladásösztönzés közvetlenül érdekében áll, mely szabályt az Fttv. 9. § (1) bekezdése rögzíti. Általánosságban elmondható, hogy a vállalkozások – a piac működési logikája szerint – szolgáltatásaikat ellenszolgáltatás fejében nyújtják, így anyagi érdekük fűződhet a kereskedelmi gyakorlathoz.
84. Az Fttv. 9. § (1) bekezdésében alkalmazott érdek-elv figyelembevételével a jelen esetben a Magyar Telekom Nyrt. felelőssége megállapítható, tekintettel arra, hogy a mobil hálózathoz köthető szolgáltatások értékesítése, eladásának ösztönzése közvetlenül érdekében állt, mivel abból bevétele származott a vizsgált időszakban.

### **VIII.4. Érintett fogyasztói célcsoport**

85. A versenyfelügyeleti eljárásban azok a természetes személy fogyasztók lehetnek érintettek, akik mobil (internet) szolgáltatást vesznek igénybe vagy kívánnak igénybe venni függetlenül attól, hogy a Magyar Telekom Nyrt. már meglévő vagy lehetséges új ügyfeleiként tekintünk rájuk.

86. Fentieket a becsatolt reklámügynökségi brief, illetve a Magyar Telekom Nyrt. nyilatkozata is alátámasztja.
87. A célcsoport heterogén jellege miatt nem volt azonosítható a kereskedelmi gyakorlat szempontjából olyan csoport, mely bármilyen ismérv alapján különösen kiszolgáltatottnak lenne tekinthető, így az eljáró versenytanács a kereskedelmi gyakorlatot az olyan fogyasztó magatartása szemszögéből vizsgálta, aki észszerűen tájékozottan, az adott helyzetben általában elvárható figyelmességgel és körültekintéssel jár el.

#### **VIII.5. A kommunikáció üzenete, összhatása**

88. A Magyar Telekom Nyrt. hivatkozott arra, hogy a kampány fő üzenete a „Most generáció” és a „tipikusan magyar” szembeállítására építve a „Bármit elérhetsz, bármit megváltoztathatsz” szlogen volt, s hogy a kampány egészének üzenete befolyásolja a vizsgált kommunikációs eszközök fogyasztói értelmezését is. Ezzel kapcsolatban az eljáró versenytanács emlékeztet arra, hogy következetes gyakorlata<sup>61</sup> értelmében „(n)em szükségszerűen eredményezi a kereskedelmi kommunikáció valótlan információ közlése miatti jogsértő jellegének megszüntetését, ha a vállalkozás integrált, több kereskedelmi kommunikációs eszközt és csatornát alkalmazó kommunikációs kampányt folytat. Ez marketing szempontból indokolt döntés lehet, ugyanakkor az integrált kommunikációs kampány során a fogyasztói döntési folyamat azonos szakaszában megvalósuló párhuzamos tájékoztatások nem szükségszerűen eredményezik azt, hogy a fogyasztó a különböző kereskedelmi kommunikációkból szerzett információkat elemzi, összeveti, s a valótlan információkat közlő kereskedelmi kommunikáció üzenetét maga korrigálja, ilyen kötelezettség nem is telepíthető a fogyasztóra. (Vj/9/2010.)”
89. Az eljárás alá vont utalt továbbá arra, hogy a versenytanács következetes gyakorlata<sup>62</sup> értelmében „a kültéri kommunikációs eszközök (óriásplakát, citylight, az üzletben elhelyezett, de a külső tér felé néző plakátok stb.) befogadására egy fogyasztónak korlátozott ideje, néhány másodperce van. Ebből következően ezen kommunikációs eszközök néhány motívummal dolgozhatnak, amennyiben hatásosak kívánnak maradni (fősor, kép és embléma), s jellemzően nem azonos súllyal, nem azonos mérvű kiemeléssel jelennek meg ugyanolyan fontos közlések (pl. a fősor és az annak helyes értelmezéséhez szükséges információk). A kereskedelmi kommunikáció főüzenetének tehát kiemelkedő szerepe van, s az apró betűs információk tájékoztatásban betöltött szerepe gyakorlatilag elhanyagolható.” Mindezek alapján a Magyar Telekom Nyrt. azzal érvelt, hogy a vizsgált állítás nem vált a fogyasztói üzenet részévé.
90. Az óriásplakátokkal kapcsolatban az eljáró versenytanács – korábbi gyakorlatával összhangban – nem vitatja, hogy a fősor, kép és embléma szerepe meghatározó az üzenet fogyasztó általi észlelése szempontjából. A jelen esetben ugyanakkor az „ország legjobb hálózata” szlogen szorosan kapcsolódott a „Bármit elérhetsz, bármit megváltoztathatsz” fősorhoz. Az előzőeket mérlegelve az eljáró versenytanács arra a következtetésre jutott, hogy a rendelkezésre álló bizonyítékok alapján a jelen ügy körülményeire figyelemmel nem állapítható meg egyértelműen, hogy az „ország legjobb mobilhálózata” szlogen a

<sup>61</sup> Elvi jelentőségű döntések I.6.9. pontja.

<sup>62</sup> Ld. a Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsának az Fttv.-vel, a Tpv. III. Fejezetével, a Grt.-vel, az Éltv.-vel, a 1169/2011/EU rendelettel és a Gyftv.-vel kapcsolatos elvi jelentőségű döntései 2018 (a továbbiakban: Elvi jelentőségű döntések) I.7.19. pontja.

fogyasztó által észlelt üzenet részévé vált-e, különös tekintettel arra, hogy a vizsgált állítás a fősorhoz képest kisebb betűmérettel íródott, a fősor / fő üzenet önmagában is viszonylag hosszabb (két soros) volt, a kép pedig mérete, az ábrázolt személy kilétének kevéssé ismert volta s az óriásplakát elrendezése miatt a szöveghez képest inkább magára vonhatta a figyelmet.

91. Az eljáró versenytanács ugyanakkor aláhúzza, hogy a kommunikációs eszközök áteresztő képességének korlátozott volta az internetes weboldal kapcsán nem állapítható meg, hiszen a honlap tartalmát az olvasó hosszabban is tanulmányozhatja, így az „ország legjobb mobilhálózata” szlogen az üzenet részévé válhatott, különös tekintettel arra, hogy első alkalommal az a honlap tetején, a közvetlenül a weboldal felső menüsora alatt elhelyezett videó mellett jelent meg. Az ezt kiegészítő, a P3 méréseire vonatkozó állítással kapcsolatban azonban megállapítható, hogy a \* jellel felvezetett szöveg a legjobb hálózatra való első utalástól viszonylag távolabb helyezkedett el, s a magyarázó szöveggel a honlap dinamikus megjelenítése esetén a fogyasztó nem is feltétlenül találkozott, hiszen az a folyamatosan változó tartalmak egyikeként jelent csak meg. Összességében tehát a vizsgált kereskedelmi gyakorlat keretében a Magyar Telekom Nyrt. piacelsőségi állítást tett közzé, mely állítás a honlapot megtekintő fogyasztókhoz eljuthatott. A megfogalmazott üzenet jelen idejű – a megtekintés időpontjára vonatkozik, a fogyasztó az észlelés pillanatára vetítve értelmezheti, hogy az eljárás alá vont rendelkezik az országban a legjobb mobilhálózattal.
92. Amennyiben a P3 „Best in Test” minősítésre utaló kiegészítést a fogyasztó észlelte, megerősödhetett benne az az üzenet, hogy a Magyar Telekom Nyrt. a legjobb mobilhálózattal rendelkezik, melyet kutatás hitelesít, így adva nagyobb nyomatékot, hitelességet az alkalmazott piacelsőségi állításnak.
93. A weboldallal kapcsolatban érdemes továbbá kiemelni, hogy erőteljesen mutatja be a Magyar Telekom Nyrt. digitális fejlődés iránti elkötelezettségét, sugallva, hogy annak eléréséhez elengedhetetlen a jó minőségű internet-szolgáltatás. Emellett a vizsgált állítás alkalmazására a „Most generáció” kampány keretén belül került sor, amely elsődlegesen a jelen digitális vívmányaira, az ezek által biztosított lehetőségekre fókuszált, így szintén az internet szolgáltatás kiemelt jelentőségét hangsúlyozta. Mindezek alapján megállapítható, hogy a fogyasztók számára a legjobb mobilhálózat szlogen feltehetően elsődlegesen a mobilinternet hálózat vonatkozásában érvényesülhetett, ugyanakkor általános megfogalmazása miatt lehettek olyan fogyasztók is, akik az állítást a hangszolgáltatásokra is értelmezték.
94. A fentiek alapján a vizsgált állítás alkalmas lehet a fogyasztókban azt a benyomást kelteni, hogy a „legjobb” a „legjobb minőségű” hálózatot jelenti, mely minőség meghatározó és mérhető elemei az internet szolgáltatás vonatkozásában a le- és feltöltési sebesség (fájlok, weboldalak és videók tekintetében egyaránt), a lefedettség, a rendelkezésre állás stb. Éppen ezek azok a jellemzők, amiket a P3 is kiemelt a Certificate részletes adatai között az általa mért nagyszámú KPI közül, s ez az értelmezés összhangban van a Magyar Telekom Nyrt. saját megfogalmazásával is, miszerint az „ország legjobb mobilhálózata” állítás üzenete az, hogy az eljárás alá vont rendelkezik az ország legjobb mobilhálózatával, azaz a 3G és 4G hálózaton a legjobb le- és feltöltési sebességet biztosító hálózattal. Amennyiben a fogyasztók a felsőfokú jelzőt a Magyar Telekom Nyrt. hálózatára általánosságban – azaz nem csak a mobil internet hálózatra szűkítetten – értelmezik, a „legjobb minőséget” a



hangszolgáltatásokra is kivetítik, így a hangszolgáltatások lefedettsége, a hanghívások sikeressége, a kapcsolat zavartalansága stb. tekintetében is a többi szolgáltatónál jobb minőségre vonatkozó várakozások alakulhatnak ki bennük.

### VIII.6. A megtévesztés értékelése

95. A megtévesztés tényállása körében az Fttv. 6. § (1) bekezdés b) pontja alapján
- egyrészt azt kell értékelni, hogy a vizsgált kereskedelmi gyakorlat az áru lényeges jellemzője tekintetében valótlan információt tartalmazott-e, vagy valós tény – figyelemmel megjelenésének valamennyi körülményére – olyan módon jelenített-e meg, hogy az megtévesztette, vagy alkalmas volt arra, hogy megtévesztesse a fogyasztót,
  - másrészt azt, hogy ez a megtévesztő magatartás alkalmas volt-e arra, hogy a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készítse, amelyet egyébként nem hozott volna meg.

#### VIII.6.1. Valótlan, megtévesztésre alkalmas információ

96. Az, hogy egy hálózat hova rangsorolódik a versenytársi hálózatokhoz képest, az áru, azaz a hálózaton nyújtott mobil szolgáltatások lényeges jellemzőjének tekinthető. Így amikor a Magyar Telekom Nyrt. azt az állítást tette közzé, miszerint övé „az ország legjobb mobilhálózata”, hálózatának lényeges jellemzője tekintetében alkalmazott állítást, melyet a fogyasztók értelemszerűen kivetítenek a hálózaton nyújtott internet és hangszolgáltatásokra is. A magyar értelmező kéziszótár (és a mindennapi használat) szerint<sup>63</sup> a „leg” a felsőfok jele, annak kifejezésére szolgál, hogy valamely tulajdonság, határozatlan mennyiség, valamely körülmény három vagy több személy, illetve dolog közül valamelyikben az összes többit felülmúló mértékben, fokban van meg.
97. Fentiekre – illetve a Versenytanács gyakorlatára<sup>64</sup> – figyelemmel a „legjobb” szó akkor nyer a fogyasztói döntésre hatással bíró tartalmat, ha
- ahhoz valamely objektív, kézzel fogható jellemző is társul, amelyet a fogyasztók is értenek és akár össze is tudnak vetni, és amelyet – ha a kommunikációjukban is használják – a vállalkozásoknak is össze kell tudniuk vetni maguk és a versenytársaik esetében, vagy
  - valamilyen egyéb módon objektívizálódik az állítás – pl. egy hiteles piackutatás eredményeinek ismertetése révén. Ebben az esetben a „legjobb” állítás már nem pusztán egy-egy véleményt tükröz, hanem egy sokaság véleményét, és ami így tényszerű eredményeket, elismertséget, minőséget sugall.
98. Jelen esetben „az ország legjobb hálózata” állítást az eljárás alá vont a P3 „Best in Test” minősítésére alapozta. Mint ahogyan azt az eljáró versenytanács már rögzítette, önmagában az a körülmény, hogy az állítást a Magyar Telekom Nyrt. valamilyen minősítésre, tehát objektív körülményre alapította, a kereskedelmi gyakorlatból a fogyasztók legalább egy része számára megismerhetővé vált, az a fogyasztói üzenet részét képezte. Előbbiek nyomán pedig a fogyasztókban éppen az állítással kapcsolatos bizalom erősödhetett, hiszen olvasatukban az állítás adatokkal alátámasztott, hiteles, a tesztek eredményét nem kérdőjelezi meg.

<sup>63</sup> <https://mek.oszk.hu/adatbazis/magyar-nyelv-ertelmezo-szotara/kereses.php?kereses=leg&csakcimben=on>

<sup>64</sup> lásd VJ/91-24/2013. számú végzés 8. pontja



99. Megjegyzi az eljáró versenytanács, hogy a „legjobb mobilhálózat” szlogen önmagában, a P3 tesztre való utalás nélkül is hordozhat objektív tartalmat a fogyasztók számára. A mobilhálózatok és különösen a mobilinternet hálózatok tekintetében ugyanis a fogyasztók saját felhasználói tapasztalataik és a szolgáltatók korábbi intenzív kommunikációs tevékenysége folytán – legalább részben – ismeretekkel bírnak arról, hogy mely tényezők, jellemzők határozzák meg egy hálózat minőségét, így a „legjobbság” a tudatukban összekapcsolódhat ezen kiemelt minőségi jellemzők szerinti minősítéssel (így különösen az eljárás alá vont által is hivatkozott le- és feltöltési sebességgel vagy a lefedettség mértékével).
100. Az eljárás alá vont nem specifikálta, hogy hálózata mely szempontból minősül a legjobbnak, és e tekintetben a P3 méréseire hivatkozással közzétett „Best in Test” kifejezés sem orientálta érdemben a fogyasztókat (amennyiben azzal a honlap megtekintése során egyáltalán találkoztak). Bár a weboldalon a P3 honlapjának elérhetősége is szerepelt, de nem linkesített formában, így a fogyasztó csak némi böngészést követően győződhetett volna meg arról, hogy ez a minősítés pontosan mit is jelent.<sup>65</sup> Az eljáró versenytanács álláspontja szerint így a fogyasztók értelmezésében az „ország legjobb hálózata” szlogen azt jelenthette, hogy a Magyar Telekom Nyrt. hálózata minden lényeges tekintetben – azaz a fenti 94. pontban felsorolt szempontok szerint külön-külön is – a legjobb, nem csak összességében. Bár az eljárás alá vont vitatta ezen fogyasztói értelmezés létjogosultságát, az eljáró versenytanács rámutat, hogy maga is úgy fogalmazta meg az állítás üzenetét, hogy a Magyar Telekom Nyrt. *„rendelkezik az ország legjobb mobilhálózatával, azaz a 3G és 4G hálózaton a legjobb le és feltöltési sebességet biztosító hálózattal.”* Azaz az eljárás alá vont szerint is a fogyasztók nem összességében gondolják legjobbnak a Magyar Telekom Nyrt. hálózatát, hanem a számukra lényeges dimenziók mentén. E körben a Magyar Telekom Nyrt. a le- és feltöltési sebességet emelte ki, de az eljáró versenytanács korábbi eljárásokból származó információi alapján (ld. pl. VJ/26/2016., VJ/77/2013. stb.) hasonlóan fontos szempont az előfizetők számára például a hálózat lefedettsége, a web böngészés sebessége. Ezt támasztja alá az is, hogy a több mint 100 KPI közül néhány kiemelt jellemzőt maga a P3 is megjelenített a Certificate elnevezésű dokumentumban, vélhetően azért, mert az összességében vett pontszámokon túl ezen tényezőknek is jelentőséget tulajdonított a hálózat minősége, megítélése szempontjából. Még ha esetleg a fogyasztók többsége a kereskedelmi gyakorlat hatására összességében ítélte is legjobbnak a Magyar Telekom Nyrt. hálózatát, az előzőekben kifejtettekre tekintettel lehettek olyan fogyasztók, akiknek a várakozása a reklám alapján az volt, hogy az eljárás alá vont minden lényeges szempont tekintetében jobban teljesít. Márpedig a versenytanács következetes gyakorlata értelmében egy kereskedelmi kommunikáció üzenetének megfogalmazásakor a vállalkozásoknak figyelemmel kell lenniük az összes észszerűen lehetséges fogyasztói értelmezésre.<sup>66</sup>
101. A fentiekre tekintettel az eljáró versenytanácsnak tehát az ügyindító végzés keretei között azt kellett megvizsgálnia, hogy a P3 mérése megfelelően alá tudja-e támasztani, hogy a Magyar Telekom Nyrt. rendelkezett „az ország legjobb” hálózatával a kommunikációk

<sup>65</sup> Megjegyzi az eljáró versenytanács, hogy a hivatkozott elérési útvonalon jelenleg nem is található tartalom.

<sup>66</sup> Ld. pl. VJ/116/2007. (L’Oreal), VJ/18/2012. (Penny) „A fogyasztók felé irányuló tájékoztatással szemben követelmény, hogy az egyértelmű legyen. Ha a tájékoztatás nem egyértelmű, annak következményeit a vállalkozásnak kell viselnie, mindenekeelőtt oly módon, hogy valamennyi értelmezés valóságnak való megfelelését igazolnia kell.”

közzétételének időpontjában. E körben az eljáró versenytanács rögzíti, hogy magát a mérési módszertant nem kívánja minősíteni, értékelésében kizárólag arra szorítkozik, hogy a hivatkozott mérések, melyek a kereskedelmi kommunikáció megerősítését szolgálták, valóban alkalmasak-e annak alátámasztására, hogy a kereskedelmi kommunikáció közzétételekor a Magyar Telekom Nyrt. rendelkezett az „ország legjobb” hálózatával.

102. Hangsúlyozandó, hogy a weboldal tartalma 2018 novemberében vált megismerhetővé a fogyasztók számára, az adott – észlelési – pillanatra vetítve azt az állítást, hogy az eljárás alá vont vállalkozás hálózata tekinthető az ország legjobb mobilhálózatának. Ugyanakkor a P3 mérés drive tesztjét 2018. augusztus 18-a és szeptember 1-je között, Crowdsourcing mérését 2018. március és augusztus között végezték. Tehát az eljárás alá vont egy-egy közelmúltbeli időszak adott állapotát tükröző mérési adatokkal igyekezett alátámasztani a megfogalmazásában jelen idejű állítását.
103. A mérési eredmények időbeli keretei ugyanakkor nem váltak, válhattak teljes körűen a fogyasztói észlelés részévé. A weboldal ugyanis nem utalt arra, hogy a méréseket részben 2018. március és augusztus között végezték, és a \* jellel felvezetett kiegészítő szöveg a kifogásolt állítás első megjelenésétől viszonylag távolabb, a dinamikus megjelenítési mód esetén egy váltakozó tartalmú elem részeként került elhelyezésre, amellyel a fogyasztó nem feltétlenül találkozott. Márpedig az olyan gyorsan változó piacokon, mint amilyen a telekommunikációs szolgáltatások köre, ahol a technológia fejlődése és a hálózatok folyamatos kiépítése, korszerűsítése állandó változásokat okoz, különösen fontos a pillanatnyi, múltbeli állapotokat tükröző adatok kommunikálása során – a fogyasztók számára is érzékelhető és érthető módon – utalni azok időbeli vetületére.
104. Az eljáró versenytanács aláhúzza továbbá, hogy a drive teszt mérésekre a lakosság 35%-át reprezentáló városokban és útszakaszon, a crowdsourcing mérésekre pedig a lakott területek 53%-án került sor. Ennek megfelelően a tesztek nem az ország egészét reprezentálták, a megfogalmazott és alkalmazott állítás ennek ellenére országosan mindenkihez szólt – maga a Magyar Telekom Nyrt. is úgy nyilatkozott, hogy a kampánnyal az országban mindenkit céloztak.
105. Az V.2.2. fejezetben ismertetettek szerint továbbá a P3 dokumentumai alapján nem állapítható meg egyértelműen, teljes bizonyossággal, hogy valamennyi mérési szegmensben a Magyar Telekom Nyrt. teljesített volna a legjobban. A legmagasabb összpontszámot ugyan ő érte el, mind a hangszolgáltatások, mind az adatszolgáltatások, mind pedig a Crowdsourcing mérések tekintetében, továbbá együttesen is, ugyanakkor egyes mérési szempontok tekintetében nem az első helyen végzett. Ez utóbbiak között több olyan szempont van, amelyeknél az adatokat a P3 közvetlenül az előfizetők készülékeiről, tényleges használat során gyűjtötte (így például hangszolgáltatás lefedettsége, adatszolgáltatás lefedettsége, adatszolgáltatás elérhetősége, rendelkezésre állása), amelyek a fogyasztói élmény, a fogyasztók által ténylegesen tapasztalható hálózati minőség kapcsán különös relevanciával bírnak, hiszen – szemben a drive teszt adataival – a fogyasztók által ténylegesen megtapasztalt adatokat tükrözik, tehát nem egy hálózat elvi maximális teljesítményét mérik.
106. Kiemelendő, hogy ha a kereskedelmi kommunikációk összhatásaként – a szélesebb kampányba ágyazottságra tekintettel – szűkebb tartalommal, kizárólag a mobil internet hálózatra vonatkozóan azonosítjuk a fogyasztói üzenetet, a P3 mérési eredményei ekkor sem támasztják alá teljes körűen a Magyar Telekom Nyrt. adathálózatának minden

(lényeges) jellemzőre kiterjedő „legjobb” voltát. A fentebb már részletezett, tényleges használaton alapuló mérési eredmények közül az adathálózati lefedettség és az adatszolgáltatások rendelkezésre állása tekintetében ugyanis a Magyar Telekom Nyrt. a három szolgáltató közül a legalacsonyabb pontszámot érte el, és az adathálózaton mérőkocsival végzett mérések között is volt olyan szempont, ahol a Magyar Telekom Nyrt. csak a második helyen végzett (letöltés nagyvárosban, illetve feltöltés úthálózaton).

107. Az előbbieken alapján az ország egész hálózatára kiterjedő, minden egyes fogyasztó felé megfogalmazott, a Magyar Telekom Nyrt. mobil(internet) hálózatának legjobb voltára utaló kategorikus állítás nem állja meg a helyét, mivel a P3 által végzett teszt nem támasztja alá az alkalmazott állítás valóságtartalmát a fent megjelölt időbeliségi kifogás, a korlátozott reprezentativitás és a konkrét eredmények tükrében sem.
108. A szelessav.net oldal tartalmával kapcsolatban az eljáró versenytanács nem tartotta szükségesnek az NMHH megkeresését. Ennek legfőbb indoka az, hogy a kereskedelmi kommunikációban a Magyar Telekom Nyrt. kifejezetten a P3 „Best in Test” mérési eredményekre utalt, így az eljáró versenytanács elsősorban azt vizsgálta meg, hogy a P3 „Best in Test” mérési eredmények ténylegesen alá tudták-e támasztani az „ország legjobb mobilhálózata” állítást. Ebből a szempontból tehát a szelessav.net oldal tartalma nem meghatározó.

#### VIII.6.2. Az ügyleti döntés és az ügyleti döntés befolyásolására való alkalmasság

109. Mint ahogyan arra a Versenytanács minden Fttv. körében értékelt magatartás kapcsán rámutat, 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 nem korlátozódik a szerződéskötési folyamatra, annál sokkal bővebb, magában foglalja a fogyasztók figyelmének felkeltését, illetve a szerződés megkötése utáni aktusokat is, melyek során szintén érvényesülést kíván a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen magatartások, kereskedelmi gyakorlatok tilalma.
110. Jelen ügyben értékelt kereskedelmi gyakorlattal kapcsolatban is többféle ügyleti döntés képzelhető el annak függvényében, hogy az adott fogyasztó éppen milyen keresleti jellemzőkkel rendelkezik az érintett piacon (a fogyasztó ügyféli minőségben észleli-e a kommunikációt, rendelkezik-e prepaid vagy postpaid, hűségnyilatkoztató vagy anélküli mobil(internet) előfizetéssel, felmerült-e már benne az igény ezen szolgáltatások megrendelésére vagy éppen lemondására, módosítására stb.). A kommunikáció hatására a fogyasztó dönthet úgy, hogy
  - a) új előfizetőként igénybe veszi a Magyar Telekom Nyrt. által nyújtott mobil(internet) szolgáltatást, és szerződést köt arra vonatkozóan,
  - b) szolgáltatót vált,
  - c) elhalasztja a szolgáltatóváltásra vonatkozó ügyleti döntését,
  - d) fenntartja szerződéses viszonyát, illetve növeli a szolgáltató vagy annak szolgáltatása felé tanúsított bizalmát.
111. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint a Magyar Telekom Nyrt. kommunikációs alkalmasak a fogyasztók fenti típusú ügyleti döntéseinek a befolyásolására, hiszen a fogyasztók igyekeznek a legjobb paraméterekkel rendelkező szolgáltató állományához

csatlakozni. A fogyasztók előtt ismert, hogy a jó felhasználói élményhez, zenehallgatáshoz, videó nézéshez, letöltéshez, megosztásokhoz elengedhetetlen a magas fel- és letöltési sebességgel rendelkező hálózat, ugyanakkor az eljárás alá vont által csatolt brief tanúsága szerint is [ÜZLETI TITOK]. Ennek megfelelően a fogyasztók figyelmének megragadására különösen alkalmasak az olyan egyszerű üzenetet hordozó, egyben image- és márképítő szlogenek, mint amilyen a jelen ügyben vizsgált „legjobb hálózat” állítás.

112. Észrevételeiben a Magyar Telekom Nyrt. vitatta, hogy a kereskedelmi gyakorlat hatására a fogyasztó fenntartaná az eljárás alá vonttal kötött szerződését, ha saját tapasztalatai alapján elégedetlen a szolgáltatásával. Az eljáró versenytanács ezzel összefüggésben rámutat, hogy egyrészt nem szükséges, hogy bármely fogyasztó ténylegesen így döntsön, elegendő az alkalmasság bemutatása, másrészt az ügyleti döntés befolyásolására való alkalmasság vitathatatlanul megállapítható, hiszen egy kutatással is alátámasztott minősítés elgondolkodtathatja a fogyasztót arról, érdemes-e elégedetlensége esetén váltania, ha a lehetséges alternatívák közül (még így is) a Magyar Telekom Nyrt. hálózata, szolgáltatása a legjobb. Egy más szolgáltató elégedetlen fogyasztóit pedig arra ösztönözheti egy független külső szereplő mérésére alapozott állítás, hogy elégedetlenségüknek szolgáltató-váltással hangot is adjanak.

### **VIII.7. Összegzés**

113. A fentebb részletesen kifejtettek tekintettel a P3 méréseire alapozott, az „ország legjobb mobilhálózata” állítás nem tekinthető valósnak, ezért az eljáró versenytanács megállapítja, hogy a Magyar Telekom Nyrt. 2018 novemberétől kezdődően a [www.telekom.hu/most](http://www.telekom.hu/most) weboldalon valótlannal alkalmazta „az ország legjobb mobilhálózata” szlogent, ezáltal – az Fttv. 6. § (1) bekezdés b) pontjában foglalt tényállás megvalósításával – az Fttv. 3. § (1) bekezdésébe ütköző magatartást tanúsított.
114. Mivel az óriásplakátok kapcsán nem állapítható meg egyértelműen, hogy az „ország legjobb mobilhálózata” állítás a fogyasztói üzenet részévé vált volna, így az eljárás során beszerzett bizonyítékok alapján nem állapítható meg, hogy a magatartás jogsértő-e, és az eljárás folytatásától sem várható eredmény, az eljáró versenytanács az eljárást a Tpv. 60/A. § b) pontja szerint megszünteti.

## **IX.**

### **Jogkövetkezmények**

115. Az eljáró versenytanács a jogsértés Tpv. 76. § (1) bekezdés f) pontja alapján történő megállapításán túlmenően a Tpv. 76. § (1) bekezdés h) pontja alkalmazásával megtiltja a jogsértő magatartás további folytatását, és ugyanezen szakasz i) pontja alapján az eltiltásnak való megfelelés igazolására kötelezi a Magyar Telekom Nyrt.-t. Ennek keretében az eljáró versenytanács előírja az eljárás alá vont számára, hogy módosítsa a [www.telekom.hu/most](http://www.telekom.hu/most) weboldal tartalmát, és ennek megtörténtét az eljáró versenytanács döntésének kézhezvételét követő 30 napon belül a weboldal tartalmáról készített képernyőmentésekkel igazolja a GVH felé.
116. Az eljáró versenytanács ugyanakkor a bírság kiszabásától eltekintett, mert jogsértőnek csak a [www.telekom.hu/most](http://www.telekom.hu/most) weboldalon közzétett kommunikáció minősült, amelynek

látogatottsági adatai alapján és a jogsértés jellegére tekintettel az eljáró versenytanács arra a következtetésre jutott, hogy a jogsértés súlya nem indokolja bírság kiszabását.

## X.

### Egyéb kérdések

117. A Tpv. 80/I. § szerint a jogorvoslatra az adott fejezetben nem szabályozott kérdésekben az Ákr. rendelkezéseit kell megfelelően alkalmazni. Az Ákr. 112. §-a szerint a hatóság határozata ellen önálló jogorvoslatnak van helye, a hatóság végzése ellen önálló jogorvoslatnak akkor van helye, ha azt törvény megengedi. A 113. § (1) bekezdése szerint a közigazgatási per kérelemre induló jogorvoslati eljárás. A 114. § (1) bekezdése szerint az ügyfél – az önálló fellebbezéssel nem támadható végzések kivételével – a véglegessé vált döntés ellen közigazgatási pert indíthat. Az Ákr. 116. § (3) bekezdés d) pontja értelmében önálló fellebbezésnek van helye az eljárást megszüntető elsőfokú végzés ellen.
118. A közigazgatási perrendtartásról szóló 2017. évi I. törvény (a továbbiakban: Kp.) 157. §-ának (7) bekezdése szerint, ha jogszabály bírósági felülvizsgálatot tesz lehetővé, azon 2018. január 1-jétől közigazgatási pert kell érteni. A közigazgatási per szabályait a Kp. határozza meg.
119. A Kp. 29. §-ának (1) bekezdése az elektronikus kapcsolattartásra a polgári perrendtartás szabályait rendeli megfelelően alkalmazni. A polgári perrendtartásról szóló 2016. évi CXXX. törvény 608. §-ának (1) bekezdése szerint az elektronikus ügyintézés és a bizalmi szolgáltatások általános szabályairól szóló 2015. évi CCXXII. törvény (a továbbiakban: E-ügyintézési tv.) alapján elektronikus úton történő kapcsolattartásra kötelezett minden beadványt kizárólag elektronikusan – az E-ügyintézési tv.-ben és végrehajtási rendeleteiben meghatározott módon – nyújthat be a bírósághoz.
120. Az E-ügyintézési tv. 9. §-ának (1) bekezdése alapján elektronikus ügyintézésre köteles az államigazgatási szerv feladat- és hatáskörébe tartozó ügyben ügyfélként eljáró gazdálkodó szervezet és annak jogi képviselője.
121. A Kp. 39. §-ának (6) bekezdése szerint – ha törvény eltérően nem rendelkezik – a keresetlevél benyújtásának a közigazgatási cselekmény hatályosulására halasztó hatálya nincs. Ugyanakkor a Kp. 50. §-a szabályozza az azonnali jogvédelem iránti kérelmet az alábbiak szerint. Akinek jogát, jogos érdekét a közigazgatási tevékenység vagy az azzal előidézett helyzet fenntartása sérti, a közvetlenül fenyegető hátrány elhárítása, illetve a jogvitára okot adó állapot változatlan fenntartása érdekében a perre hatáskörrel és illetékességgel rendelkező bíróságtól az eljárás során bármikor azonnali jogvédelmet kérhet. Azonnali jogvédelem keretében kérhető a halasztó hatály elrendelése is. A kérelem benyújtható a keresetlevéllel együtt is. Ha nem a keresetlevéllel együtt nyújtják be, a kérelmet a bírósághoz kell benyújtani. A kérelemben részletesen meg kell jelölni azokat az indokokat, amelyek az azonnali jogvédelem szükségességét megalapozzák, és az ezek igazolására szolgáló okiratokat csatolni kell. A kérelmet megalapozó tényeket valószínűsíteni kell.
122. A Tpv. 77. § (1) bekezdés d) pontja értelmében a GVH utóvizsgálat keretében hivatalból ellenőrzi az eljáró versenytanács végrehajtható határozatában előírt, meghatározott cselekmény elvégzésére, meghatározott magatartás tanúsítására vagy attól való



tartózkodásra vonatkozó, az a)-c) pontban nem említett kötelezettség teljesítését, ha az a rendelkezésre álló adatokból nem állapítható meg. Ugyanezen szakasz (6) bekezdés d) pontja kimondja, hogy a vizsgálonak az utóvizsgálatban előterjesztett jelentése alapján az eljáró versenytanács a feltétel teljesülésének, illetve az előírt kötelezettség teljesítésének megállapítása esetén az utóvizsgálatot végzéssel megszünteti, ennek hiányában az (1) bekezdés d) pontja szerinti esetben elrendeli a kötelezettség végrehajtását vagy bírságot szab ki.

123. A Tpv. XII/A. fejezete rendelkezik a GVH döntésének végrehajtásáról.
124. A Tpv. 84/A. §-a alapján a végrehajtásra a fejezetben nem szabályozott kérdésekben az Ákr. rendelkezéseit kell megfelelően alkalmazni.
125. A Tpv. 84/D. § (2) bekezdése értelmében a meghatározott cselekmény végrehajtását a GVH foganatosítja, kivéve, ha az eljáró versenytanács végrehajtási bírság kiszabásáról döntött. A meghatározott cselekmény végrehajtására irányuló végrehajtási eljárásban kiszabható eljárási bírságra a 61. § (3) bekezdését kell alkalmazni.
126. Az Ákr. 133. §-a értelmében a végrehajtást – ha törvény vagy kormányrendelet másként nem rendelkezik – a döntést hozó hatóság, másodfokú döntés esetén pedig az elsőfokú hatóság rendeli el.

Budapest, 2020. március 27.

Váczai Nóra  
előadó versenytanácsstag

dr. Szoboszlai Izabella  
versenytanácsstag

dr. Kuritár Dávid  
versenytanácsstag