

1026 Budapest, Riadó u. 1-3.  
Levélcím: 1534 Budapest, Pf. 958  
KRID: 213396918  
Telefon: (06-1) 472-8865  
Ügyszám: VJ/24/2022.  
Iktatószám: VJ/24-47/2022.

**Betekinthető változat!**

A Gazdasági Versenyhivatal eljáró versenytanácsa a Dudás Hargita Zavadnyik Ügyvédi Iroda (1036 Budapest, Lajos u. 66., KRID: 19226680) és dr. K. M. L. kamarai jogtanácsos által képviselt **Magyar Telekom Nyrt.** (1097 Budapest, Könyves Kálmán krt. 36.) eljárás alá vont vállalkozással szemben fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának feltételezett megsértése miatt indított versenyfelügyeleti eljárásban nyilvános tárgyalást követően meghozta az alábbi

### **h a t á r o z a t o t .**

- I. Az eljáró versenytanács megállapítja, hogy a Magyar Telekom Nyrt. eljárás alá vont vállalkozás 2021 decemberében, valamint 2022 márciusában folytatott, mobilinternet szolgáltatással kapcsolatos kedvezményt népszerűsítő kampányában közzétett kereskedelmi kommunikációival azt a valótlan benyomást keltette a már lezárt díjsomaggal rendelkező fogyasztókban, hogy az általa kínált kedvezményt meglévő díjsomagjukra történő hűségvállalással is igénybe vehetik és ezzel megvalósította a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvény (a továbbiakban: Fttv.) 6. § (1) bekezdés b) pontjában foglalt tényállást, és ezzel megsértette az Fttv. 3. § (1) bekezdésében előírt tilalmat.
- II. Az eljáró versenytanács az I. pont szerinti jogsértés miatt a Magyar Telekom Nyrt. eljárás alá vont vállalkozást kötelezi 21.700.000 Ft (azaz huszonegymillió-hétszázezer forint) versenyfelügyeleti bírság megfizetésére, amelyet a kötelezett a Magyar Államkincstár 10032000-01037557-00000000 számú versenyfelügyeleti bírságszámlája javára köteles megfizetni a határozat közzétételétől számított 30 napon belül. Befizetéskor a közlemény rovatban feltüntetendő az eljárás alá vont neve, a versenyfelügyeleti eljárás száma, a befizetés jogcíme (versenyfelügyeleti bírság). Ha a kötelezett pénzfizetési kötelezettségének határidőben nem tesz eleget, akkor az adózás rendjéről szóló törvény szerinti késedelmi pótlékkal azonos módon számított mértékű késedelmi pótlékot fizet. A bírság (és az esetleges késedelmi pótlék) meg nem fizetése esetén a Gazdasági Versenyhivatal megindítja a határozat végrehajtását.

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 képviselet kötelező.

---

<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)

# I N D O K O L Á S

## I.

### A versenyfelügyeleti eljárás tárgya és egyes eljárási lépések

1. A Gazdasági Versenyhivatal (a továbbiakban: GVH) 2022. június 22-én indított versenyfelügyeleti eljárást Magyar Telekom Nyrt. (a továbbiakban Telekom, vagy eljárás alá vont) ellen, mivel az alábbiakban ismertetett magatartása alapján valószínűsíthető volt, hogy az Fttv. 6. § (1) bekezdés b) pontjában foglalt tényállás megvalósításával megsértette az Fttv. 3. § (1) bekezdésében előírt tilalmat.
2. Az eljárás indítására okot adó információk szerint a Magyar Telekom Nyrt. 2021 decemberében, valamint 2022 márciusában folytatott, mobilinternet szolgáltatással kapcsolatos kedvezményt népszerűsítő kampányában (pl. „50% kedvezményt kapsz mobilneted havidíjából 3 hónapon át, és még 30 GB mobil netet is díjmentesen belföldre 90 napra, ha 1 éves hűséget vállalsz mobil előfizetésedre a Telekom alkalmazásban.”) valószínűsíthetően azt a benyomást keltette a fogyasztókban, hogy az ígért kedvezményeket az előfizető a meglévő előfizetői díjsomagjára történő további egy év hűségidő vállalásával igényelheti, ugyanakkor a rendelkezésre álló adatok alapján valószínűsíthető volt, hogy egyes előfizetők csak a meglévő díjsomagiuktól eltérő feltételekkel, új díjsomagra történő szerződéskötés eredményeként válhattak jogosulttá a kedvezmény igénybevételére.
3. A versenyfelügyeleti eljárás bejelentés kapcsán indult. A bejelentéssel összefüggő eljárás száma: B/29/2022.<sup>2</sup>
4. A vizsgáló 2022. november 21-én terjesztette jelentését<sup>3</sup> a Versenytanács elé. Az eljáró versenytanács a vizsgálati jelentést a Telekom részére megküldte észrevételezés céljából<sup>4</sup>, amelyre a Telekom tett észrevételeket.<sup>5</sup> Az eljáró versenytanács az előzetes álláspontjának<sup>6</sup> közlését és a Telekom arra tett írásbeli észrevételeinek<sup>7</sup> benyújtását követően a Telekom kérelmére nyilvános tárgyalást<sup>8</sup> tartott.

## II.

### Az eljárás alá vont vállalkozás

5. A Telekom a német Deutsche Telekom AG által irányított DT-csoport tagja, az általa közvetlenül vagy közvetve irányított vállalkozások révén az elektronikus hírközlési szolgáltatások teljes körével foglalkozik.
6. Az eljárás alá vont 2022. évi konszolidált nettó árbevétele 746.669.000.000 Ft volt.

---

<sup>2</sup> A releváns iratok átemelését a VJ/24-6/2022. sz. irat tartalmazza.

<sup>3</sup> VJ/24-27/2022. sz. irat.

<sup>4</sup> VJ/24-28/2022. sz. irat.

<sup>5</sup> VJ/24-31/2022. sz. irat.

<sup>6</sup> VJ/24-39/2022. irat.

<sup>7</sup> VJ/24-45/2022. irat.

<sup>8</sup> VJ/24-45/2022. irat.

7. Az eljárás alá vonttal szemben a megelőző tíz évben az alábbi ügyekben állapított meg a Versenytanács jogsértést:

Eljárás száma	Döntés ideje	Az eljárás alá vont kifogásolt magatartása	Kiszabott bírság mértéke
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 díjkedvezményt 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 kisebb mértékben érvényesíthették.	20 000 000 Ft
VJ/19/2014.	2014. október 15.	A Telekom 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 mobildíjcsomagok áráról.	90 000 000 Ft
VJ/104/2015.	2017. január 17.	2014. október 18. és 2015. június 30. között lebonyolított hat kampányában nem tárgyilagos összehasonlítást alkalmazott a versenytársak tekintetében a „legnagyobb 4G hálózat” állítás használata során. 2014. október 18. és 2014. december 31. között lebonyolított két kampánya során 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 maximális sebességgel” állításokat.	3 086 464 Ft
VJ/25/2016. VJ/18/2021.	2017. február 23. 2021. július 22.	A Telekom a 2015. július 1. és augusztus 31. között „A Telekom 4G mobilinternetet választják a legtöbben. Bíz rá magad!” elnevezésű kampánya keretében közzétett kereskedelmi kommunikációi során nem ellenőrizhetően és ezért nem tárgyilagosan hasonlította össze saját és versenytársai 4G hálózatát.	24 500 000 Ft
VJ/4/2018.	2019. március 28.	A 2017. augusztus 17-én kiküldött „Mennyit fizetnél egy iPhone-ért?” eDM ajánlatban megjelenített reklámajánlatában nem tárgyilagosan hasonlította össze saját és versenytársa előfizetői csomagja részeként az iPhone készülékajánlatokat.	12 500 000 Ft
VJ/24/2018.	2019. december 18.	2018. február 1. és 2018. március 31. között a „Most generáció” kampánya keretében alkalmazott maximális sebességű hálózat állítással megtévesztette a fogyasztókat, mivel valótlanul sugallta azt, hogy mobilinternet és otthoni internet hálózata maximális sebességű és ezen maximális sebesség mindenhol, bárki számára elérhető.	100 000 000 Ft
VJ/21/2018.	2020. március 12.	Tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot tanúsított, amikor a 2016 augusztusától 2017. április 30-ig alkalmazott Next S és Next M tarifacsomagokkal 2 év hűségidővel lakossági ügyfeleknek kínált mobiltelefon készülékeket, valamint mobiltelefon készülékeket egyéb áruval együtt népszerűsítő kereskedelmi kommunikációs eszközein azt a látszatot keltette, hogy a reklámozott készülékért kizárólag a hirdetésben feltüntetett árat (ellenértéket) kell a fogyasztónak megfizetnie, de nem utalt arra, hogy - bár az a készülékár elkerülhetetlen eleme - a fizetendő havidíj készülékárat is tartalmaz, illetve arra, hogy az mekkora.	670 000 000 Ft
VJ/13/2019.	2020. március 27.	2018 novemberétől kezdődően valótlanul állította a Telekom a mobilhálózatával kapcsolatban, hogy az az „ország legjobb mobilhálózata”, mellyel fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot valósított meg.	-
VJ/32/2020.	2021. december 9.	a Telekom megtévesztette a fogyasztókat, amikor 2017 novemberétől kezdődően a mobilinternet szolgáltatása	310 000 000 Ft

		keretében kínált nullás díjszabású tematikus opciókat és díjsomagokat korlátlanként népszerűsítette, miközben egyes funkciók, adatforgalmi irányok használata csökkentette a fogyasztók adatforgalmi keretét.	
--	--	---	--

### III.

#### Az érintett szolgáltatás és piac

##### III.1. A kínálati oldal

8. A Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság (a továbbiakban: NMHH) 2017. III - 2021. II. negyedévére vonatkozó Mobilpiaci Jelentése (a továbbiakban: Mobilpiaci Jelentés) szerint a mobiltelefon-szolgáltatás piacán a hívásforgalmat bonyolított SIM-kártyák alapján számított piaci részesedések tekintetében 2017 közepe és 2021 közepe között folyamatosan a Telekom volt a piacvezető, részesedése 44-45 százalék körül alakult. A piaci sorrendben a vizsgált időszak elején másodiknak számító Telenor Magyarország Zrt. (Telenor) részesedése ezen időszak alatt 1,8 százalékponttal csökkent, míg a harmadik helyen álló Vodafone Magyarország Zrt.-é (Vodafone) 1,7 százalékponttal nőtt, ezzel az időszak végére – 2020 harmadik negyedévtől kezdődően – átvette a piaci második pozíciót. A piaci részesedésükben látható különbség ugyanakkor elenyésző, 2021 második negyedévében alig haladja meg a 0,5 százalékpontot. 2020 második negyedévéhez viszonyítva a vizsgált időszak végére – tehát az utolsó egy éves időintervallumban – a Telekom és a Telenor piaci részesedése 0,5, illetve 0,7 százalékponttal csökkent, míg a Vodafone piaci részesedése 0,6 százalékkal emelkedett, illetve az egyéb mobil szolgáltatók együttes piaci részesedése 0,7 százalékkal emelkedett.<sup>9</sup>
9. A mobilinternet-szolgáltatás piacán az internetforgalmat bonyolított SIM-kártyák száma alapján számított piaci részesedések tekintetében 2017 közepe és 2020 közepe között ugyancsak a Telekom volt a piacvezető szolgáltató, részesedése 2021 második negyedévében 43,1 százalék volt. A második és a harmadik helyen álló Telenor és Vodafone között hullámzóan alakult a verseny, többször is helyet cserélt a két szolgáltató. 2020 harmadik negyedévében a DIGI elérte és meghaladta a 2 százalékos piaci részesedést, 2021 második negyedévében a negyedik saját rádiótelefon-hálózattal rendelkező szolgáltató piaci részesedése 2,2 százalék volt. A további, mobilrádiótelefon-hálózattal nem rendelkező szolgáltatók együttes piaci részesedése a 2021 közepén sem érte el az 1 százalékot. 2020 második negyedévéhez viszonyítva a vizsgált időszak végére – tehát az utolsó egy éves időintervallumban – a Telekom piaci részesedése 1,1 százalékponttal csökkent. A Telenor piaci részesedése nem változott, míg a Vodafone piaci részesedése 0,6 százalékponttal emelkedett.<sup>10</sup>

##### III.2. Keresleti oldal

10. A Mobilpiaci Jelentés szerint a mobiltelefon- és/vagy mobilinternet-szolgáltatás elérését lehetővé tevő aktivált és forgalmat bonyolított SIM-kártyák száma a vizsgált időszakban (2017. év közepe és 2021. év közepe között) érdemben nem változott; a vizsgált időszak végén az aktivált SIM-kártyák száma 11,2 millió, míg a forgalmat bonyolított SIM-

<sup>9</sup> VJ/24-22/2022. 4. sz. melléklet 5. o. (elérhető:

[https://nmhh.hu/dokumentum/225891/NMHH\\_mobilpiaci\\_jelentes\\_2017Q3\\_2021Q2.pdf](https://nmhh.hu/dokumentum/225891/NMHH_mobilpiaci_jelentes_2017Q3_2021Q2.pdf))

<sup>10</sup> VJ/24-22/2022. 4. sz. melléklet 5. o. (elérhető:

[https://nmhh.hu/dokumentum/225891/NMHH\\_mobilpiaci\\_jelentes\\_2017Q3\\_2021Q2.pdf](https://nmhh.hu/dokumentum/225891/NMHH_mobilpiaci_jelentes_2017Q3_2021Q2.pdf))

kártyák száma 10,4 millió darab körül alakult. A csaknem stagnáló darabszám mellett folytatódott a kártyák előfizetési típus szerinti átrendeződése: a forgalmat bonyolított post paid kártyák aránya ez idő alatt 61,3 százalékról 70,7 százalékra emelkedett.<sup>11</sup>

11. A Mobilpiaci Jelentés szerint továbbá az egy SIM-kártyára jutó havi átlagos hívásforgalom tekintetében jelentős a különbség az előfizetési típusok között: egy post paid előfizetés átlagban több mint tízszer annyi forgalmat bonyolít (341 perc/hó), mint egy pre paid előfizetés (33 perc/hó). A teljes hívásforgalom 96,1 százalékát indították post paid előfizetésekről.<sup>12</sup>
12. A Bellresearch Kft. által készített 2020. évi Infokommunikációs jelentés szerint [üzleti titok].<sup>13</sup> [az ábra ÜZLETI TITOK]
13. Az NMHH megbízásából készített, *Az elektronikus hírközlési piac fogyasztóinak vizsgálata* c. felmérés szerint arra a kérdésre, hogy „Gondolkodott már azon az elmúlt 5 évben, hogy átviszi mobiltelefon előfizetését egy másik szolgáltatóhoz?”, a megkérdezett fogyasztók 94%-a „nem”-mel felelt. A szolgáltatóváltást gátló tényezők között szerepelt, hogy „nincs baja a szolgáltatással” (65%), „teljesen elégedett azzal” (55%), illetve objektív tényezőként a megkérdezettek 40%-a hivatkozott a hűségkedvezményekre.<sup>14</sup> Ezzel összhangban jelenik meg a szolgáltatóváltással kapcsolatos attitűdök között hangsúlyosan az az érv, hogy „nem akarok lemondani a szerződésem nyújtotta kedvezményekről”.<sup>15</sup>
14. A felmérés szerint az adott szolgáltatásra előfizető háztartások havi átlagos költsége a helyhez kötött szolgáltatások esetében már évek óta stagnál. Egyedül a háztartások mobilköltségei nőnek enyhén. Mivel az egy előfizető háztartásra jutó SIM darabszám átlaga nem változott jelentősen (2021-ben 2,01), ez a növekedés inkább abból adódhat, hogy egyre több előfizetés tartalmaz korlátlan híváslehetőséget, illetve mobilinternetet.<sup>16</sup> Bár az előfizetők zöme elégedett a távközlési szolgáltatásokkal (fizetős tévé, helyhez kötött internet, kis képernyőn - mobiltelefon kijelzőjén - használt internetkapcsolat), mindhárom szolgáltatás esetében az árral voltak a legkevésbé elégedettek az ügyfelek, a mobilinternetnél még az adatkorlát mértéke is viszonylag alacsony értékelést kapott.<sup>17</sup>

---

<sup>11</sup> VJ/24-22/2022. 4. sz. melléklet 6-7.o. (elérhető:

[https://nmhh.hu/dokumentum/225891/NMHH\\_mobilpiaci\\_jelentes\\_2017Q3\\_2021Q2.pdf](https://nmhh.hu/dokumentum/225891/NMHH_mobilpiaci_jelentes_2017Q3_2021Q2.pdf))

<sup>12</sup> VJ/24-22/2022. 4. sz. melléklet 7. o.

[https://nmhh.hu/dokumentum/225891/NMHH\\_mobilpiaci\\_jelentes\\_2017Q3\\_2021Q2.pdf](https://nmhh.hu/dokumentum/225891/NMHH_mobilpiaci_jelentes_2017Q3_2021Q2.pdf)

<sup>13</sup> VJ/24-22/2022. 5. sz. melléklet 87. o.

<sup>14</sup> VJ/24-22/2022. 3. sz. melléklet 53.o.

[https://nmhh.hu/dokumentum/227957/nmhh\\_haztartasi\\_felmeres\\_2021\\_riport.pdf](https://nmhh.hu/dokumentum/227957/nmhh_haztartasi_felmeres_2021_riport.pdf)

<sup>15</sup> VJ/24-22/2022. 3. sz. melléklet 55-57.o.

[https://nmhh.hu/dokumentum/227957/nmhh\\_haztartasi\\_felmeres\\_2021\\_riport.pdf](https://nmhh.hu/dokumentum/227957/nmhh_haztartasi_felmeres_2021_riport.pdf)

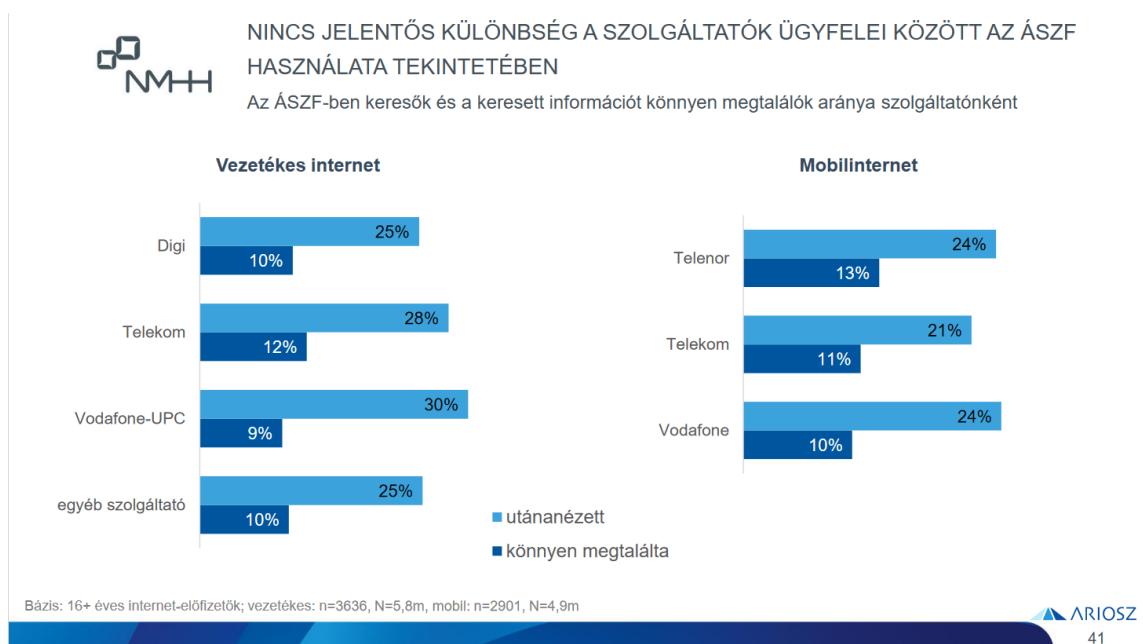
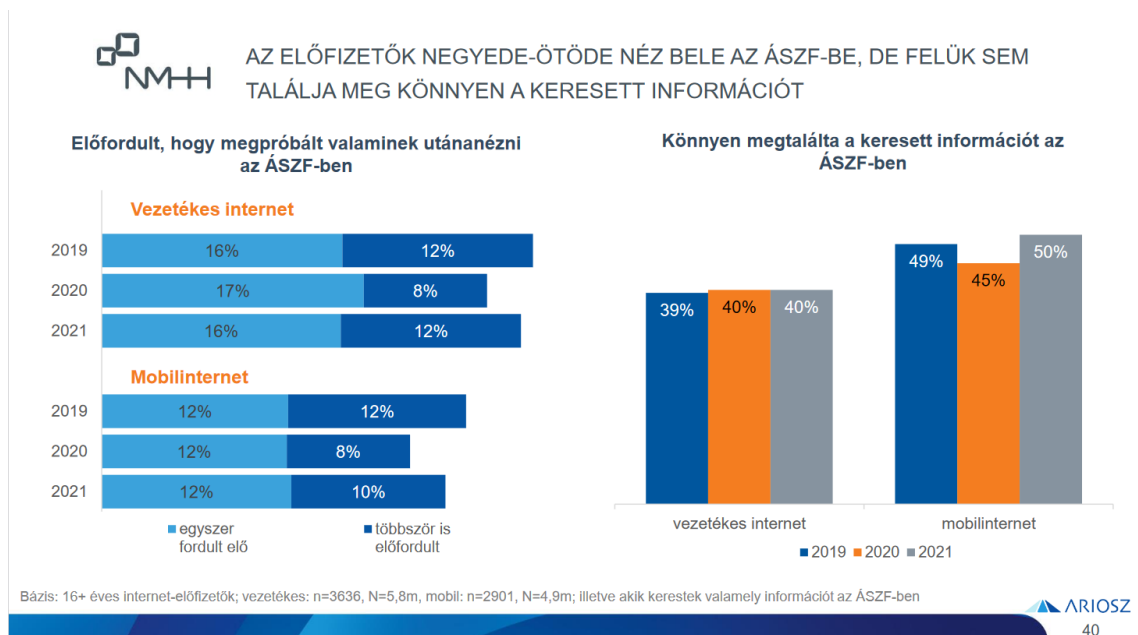
<sup>16</sup> VJ/24-22/2022. 3. sz. melléklet 17. o., 24. o.

[https://nmhh.hu/dokumentum/227957/nmhh\\_haztartasi\\_felmeres\\_2021\\_riport.pdf](https://nmhh.hu/dokumentum/227957/nmhh_haztartasi_felmeres_2021_riport.pdf)

<sup>17</sup> VJ/24-22/2022. 3. sz. melléklet 19.o.

[https://nmhh.hu/dokumentum/227957/nmhh\\_haztartasi\\_felmeres\\_2021\\_riport.pdf](https://nmhh.hu/dokumentum/227957/nmhh_haztartasi_felmeres_2021_riport.pdf)

15. Az Általános Szerződési Feltételekben való keresés gyakoriságát az elmúlt években a felmérésből származó alábbi ábrák szemléltetik.<sup>18</sup>



## IV.

### A vizsgált kereskedelmi gyakorlat

#### IV. 1. Az érintett promóciók

<sup>18</sup> VJ/24-22/2022. 2. sz. melléklet 40-41. o.

[https://nmhh.hu/dokumentum/228626/elektronikus\\_hirkozlesi\\_piaci\\_fogyasztonak\\_vizsgálata\\_internethasznalok\\_2021.pdf](https://nmhh.hu/dokumentum/228626/elektronikus_hirkozlesi_piaci_fogyasztonak_vizsgálata_internethasznalok_2021.pdf)

16. Jelen versenyfelügyeleti eljárásban közvetlenül érintett promóció az eljárás alá vont két alábbi akciója (a továbbiakban: promóciók).<sup>19</sup>
- A. 30 GB 90 napra és 3 havi 50% adat havidíj-kedvezmény egy év hűséggel Telekom alkalmazásban (2021. december)
  - B. 30 GB 90 napra egy év hűséggel Telekom alkalmazásban (2022. március)
17. A kedvezmény kizárólag a Telekom alkalmazásban megjelenő díjsomagok valamelyikére kötött, egy éves határozott időtartamú szerződések esetén volt igénybe vehető azon előfizetők számára, akik jogosultságuk alapján értesítést kaptak az ajánlat elérhetővé válásáról.<sup>20</sup>
18. Az előbbi pont szerinti jogosultság értelmében a kedvezmény aktiválása azon fogyasztók számára vált elérhetővé és a Telekom azon fogyasztókat kereste meg, akik a következő feltételeknek megfeleltek:<sup>21</sup>
- [üzleti titok],
  - [üzleti titok]<sup>22</sup>,
  - [üzleti titok].
19. A határozat 1. sz. melléklete tartalmazza azon díjsomagok felsorolását, amellyel rendelkező fogyasztók részt vehettek a promóciókban (a továbbiakban: Korábbi díjsomagokat tartalmazó táblázat, amely szürke háttérrel jelöli azon díjsomagokat, amelyekre a fogyasztók az akció keretében átszerződhetek).<sup>23</sup> Azon díjsomagok kapcsán, amelyekre a fogyasztók az akció keretében átszerződhetek megjegyzendő, hogy
- a táblázatban Mobil S 2020-ként szereplő díjsomag csak a 2021. decemberi promóció idején volt értékesíthetőként elérhető Mobil S elnevezéssel, majd annak 2022. februári lezárására tekintettel új Mobil S díjsomag vált elérhetővé, amely új díjsomag tehát csak a 2022. márciusi promócióban volt elérhető<sup>24</sup>,
  - a 2021. decemberi promóció idején a Mobil S 2020 kizárólag a Net 8 GB és Net 25 GB díjsomagokkal volt elérhető.<sup>25</sup>
20. Az eljárás alá vont által a promóciók népszerűsítése során alkalmazott kereskedelmi gyakorlat az alábbi kommunikációs eszközökön valósult meg:
- SMS üzenetek;
  - Telekom mobilalkalmazáson belül *push* üzenetek;
  - Telekom mobilalkalmazáson belül szövegdobozok (banner-ek);
  - közvetlen telefonos megkeresés (*telesales*).

---

<sup>19</sup> VJ/24-4/2022.

<sup>20</sup> VJ/24-6/2022. (B/29-5/2022.)

<sup>21</sup> VJ/24-6/2022. (B/29-9/2022.)

<sup>22</sup> VJ/24-17/2022.

<sup>23</sup> VJ/24-4/2022. 1. sz. melléklet, VJ/24-14/2022.

<sup>24</sup> VJ/24-4/2022., VJ/24-9/2022.

<sup>25</sup> VJ/24-4/2022.

21. Az eljárás alá vont előadta, hogy azon fogyasztók, akik a Telekom alkalmazásból a mobil készülékre küldött üzenetet megkapták, azok az SMS-t is, továbbá a 2021 decemberében és a 2022 márciusában megkeresett fogyasztók között jelentős volt az átfedés.<sup>26</sup>
22. A Telekom továbbá a VJ/24-9/2022. számon iktatott beadványban részletesen ismertette, hogy hány fogyasztót, összesen hány alkalommal, melyik promóció keretében, mely üzenettel és - amennyiben értelmezhető, - az adott kommunikációs csatornán hányszor keresett meg. A VJ/24-20/2022. számon iktatott beadvány 1. számú melléklete pedig tartalmazza, hogy a megkeresett fogyasztók milyen díjsomaggal rendelkeztek.
23. A megkeresett fogyasztók száma összesen [üzleti titok] fő volt, a 2021. decemberi promócióban [üzleti titok] fogyasztót, a 2022. márciusi promócióban [üzleti titok] fogyasztót keresett meg legalább egyszer legalább egy csatornán keresztül.<sup>27</sup>
24. A Telekom 2021. decemberben [üzleti titok], 2022. márciusban [üzleti titok] olyan fogyasztót keresett meg, akik a promóciók időszakában nem rendelkezett adatdíjsomaggal<sup>28</sup>, továbbá 2021. december [üzleti titok], 2022. márciusban [üzleti titok] olyan fogyasztót keresett meg, akik a promóciók időszakában nem rendelkezett hangdíjsomaggal<sup>29</sup>.
25. A Telekom 2021. decemberben [üzleti titok], 2022. márciusban [üzleti titok] olyan fogyasztót keresett meg, akik a promóciók időszakában értékesíthető díjsomaggal rendelkeztek.<sup>30</sup>
26. A promóciókkal megcélzott célzott fogyasztók lakóhelye alapján – az alábbi táblázatban szereplő adatoknak megfelelően – Magyarország minden megyéje és Budapest is érintett volt.

Megye	Megkeresett fogyasztók száma
Bács-Kiskun	[üzleti titok]
Baranya	[üzleti titok]
Békés	[üzleti titok]
Borsod-Abaúj-Zemplén	[üzleti titok]
Budapest	[üzleti titok]
Csongrád	[üzleti titok]
Fejér	[üzleti titok]
Győr-Moson-Sopron	[üzleti titok]
Hajdú-Bihar	[üzleti titok]
Heves	[üzleti titok]
Jász-Nagykun-	[üzleti titok]

<sup>26</sup> VJ/24-6/2022. (B/29-5/2022.)

<sup>27</sup> [üzleti titok] (ld. VJ/24-17/2022.). A VJ/24-4/2022. számon iktatott beadványban [üzleti titok]egyedi hívószámot jelölt meg; ezen értékre tévesen korábbi más, a jelen eljárásban nem vizsgált kampányok során megkeresett fogyasztók is beszámításra kerültek.

<sup>28</sup> VJ/24-14/2022.

<sup>29</sup> VJ/24-20/2022. 1. sz. melléklet

<sup>30</sup> VJ/24-4/2022. A számadat a Telekom nyilatkozatán alapul, ugyanakkor a vizsgálók ehelyütt megjegyzik, hogy ez a szám nem egyezik meg a VJ/24-20/2022. számú beadvány 1. számú mellékletében szereplő, [üzleti titok]előállott adatokkal.



Szolnok	
Komárom-Esztergom	[üzleti titok]
Nógrád	[üzleti titok]
Pest	[üzleti titok]
Somogy	[üzleti titok]
Szabolcs-Szatmár-Bereg	[üzleti titok]
Tolna	[üzleti titok]
Vas	[üzleti titok]
Veszprém	[üzleti titok]
Zala	[üzleti titok]
<b>Összesen</b>	[üzleti titok]

27. A Telekom az alábbi kommunikációs eszközökön népszerűsítette a promóciókat.<sup>31</sup> A kereskedelmi kommunikációk megjelenésének módját a vizsgálati jelentés 4. számú melléklete tartalmazza.

Kommunikációs eszköz	Időtartam	Megkeresett fogyasztók száma	Tartalma	Költség adatok
Telekom alkalmazásból küldött <i>push</i> üzenet	[üzleti titok]	[üzleti titok]	„ <i>Szuper kedvezmények év végéig! Csak vállalj 1 év hűséget az alkalmazásban! Ajándék belföldi 30 GB 90 napra + 3 hónap 50% havidíj-kedvezmény a mobilnet csomagból! Csak év végéig!</i> ”	[üzleti titok]
Telekom alkalmazásban megjelenő banner	2021. december	Megjelenés: [üzleti titok] Kattintás: [üzleti titok]	„ <i>50% net havidíj-kedvezmény + 30 GB net díjmentesen 90 napra Vállalj egy év hűséget csak itt az alkalmazásban!</i> ”	[üzleti titok]
SMS	[üzleti titok]	[üzleti titok] <sup>32</sup>	„ <i>Már csak december végéig! 50% kedvezményt kapsz mobilneted havidíjából 3 hónapon át, és még 30 GB mobil netet is díjmentesen belföldre 90 napra, ha 1 éves hűséget vállalsz mobil előfizetésedre a Telekom alkalmazásban. Ebből 7 GB az EU-ban is felhasználható. Részletek: <a href="https://telekomhu.page.link/sma">https://telekomhu.page.link/sma</a> Az ajánlat csak a Telekom alkalmazásban érhető el. Ne maradj le! Üdvözlettel: Telekom</i> ” <sup>33</sup>	[üzleti titok]
			„ <i>Már csak december végéig!</i> ”	[üzleti titok]

<sup>31</sup> VJ/24-6/2022. (B/29-5/2022.), VJ/24-4/2022., VJ/24-9/2022., VJ/24-14/2022.

<sup>32</sup> A vizsgálók észlelték, hogy ez a szám eltér a 22. pontban hivatkozott, VJ/24-9/2022. számon iktatott beadványban szereplő táblázat adataitól.

<sup>33</sup> Ez a kereskedelmi kommunikáció jelent meg az adatmennyiségi korlátot tartalmazó díjcsomaggal rendelkező előfizetőknek [ld. VJ/24-6/2022. (B/29-5/2022.)].

			50% havidíj-kedvezményt adunk 3 hónapon át mobilnet csomagodból, ha 1 éves hűséget vállalsz mobil előfizetésedre a Telekom alkalmazásban. Részletek: <a href="https://telekomhu.page.link/sma">https://telekomhu.page.link/sma</a> Az ajánlat csak a Telekom alkalmazásban érhető el. Ne maradj le! Üdvözlettel: Telekom” <sup>34</sup>	titok]
Telefonos megkeresés („telesales”)	2021. december	[üzleti titok]	ld. határozat 35. pontját	[üzleti titok]
Telekom alkalmazásból küldött push üzenet	[üzleti titok]	[üzleti titok]	„30 GB 90 napra díjmentesen! Csak vállalj új 1 éves hűséget a Telekom alkalmazásban. <sup>35</sup> Díjmentes 30 GB 90 napra belföldre 1 éves hűségért, csak a Telekom alkalmazásban!”	[üzleti titok]
Telekom alkalmazásban megjelenő banner	2021. március	Megjelenés: [üzleti titok] Kattintás: [üzleti titok]	„Extra 30 GB net díjmentesen 90 napra Ehhez vállalj egy év hűséget csak itt az alkalmazásban!”	[üzleti titok]
SMS	[üzleti titok]	[üzleti titok]	„Megéri 1 év hűséget vállalni! 30 GB MOBIL NETET ADUNK DÍJMENTESEN belföldre 90 napra, ha 1 éves hűséget vállalsz mobil előfizetésedre a Telekom alkalmazásban. Ebből 7 GB az EU-ban is felhasználható. Részletek: <a href="https://telekomhu.page.link/sma">telekomhu.page.link/sma</a> Az ajánlat CSAK A TELEKOM ALKALMAZÁSBAN érhető el. Üdvözlettel: Telekom”	[üzleti titok]

28. A Telekom alkalmazás főoldalán, az Áttekintés oldalon, valamint azon előfizetést bemutató képernyőn, amelyhez kapcsolódóan a promóciók elérhetőek voltak, egy promóciót népszerűsítő szövegdoxoz (banner) jelent meg, melyre kattintva a fogyasztó a Telekom alkalmazáson belül navigált tovább (ld. vizsgálati jelentés 4. számú melléklet).<sup>36</sup>
29. Amennyiben a fogyasztó a promóciókat népszerűsítő SMS üzenetben elhelyezett [telekomhu.page.link/sma](https://telekomhu.page.link/sma) linket olyan készülékről nyitotta meg, melyen nem a Telekom alkalmazás indult el (pl. a kimásolt linket asztali számítógépen nyitotta meg), a VJ/24-

<sup>34</sup> Ez a kereskedelmi kommunikáció jelent meg az adatmennyiségi korlátot nem tartalmazó díjsomaggal rendelkező előfizetőknek [ld. VJ/24-6/2022. (B/29-5/2022.)].

<sup>35</sup> Az eljárás alá vont által a B/29-5/2022. számon iktatott, majd VJ/24-6/2022. számon átemelt beadványban benyújtott kép nem a kommunikációról készült képernyőmentés, hanem a kommunikáció megjelenítésének tesztelése céljából korábban készült kép. Ez nem tartalmazta a kommunikáció teljes szövegét, azonban utóbb ezt is rendelkezésre tudta bocsátani (ld. VJ/24-9/2022.).

<sup>36</sup> VJ/24-9/2022.

4/2022. számú beadvány 4. számú mellékleteként csatolt oldal tartalma vált számára elérhetővé (ld. vizsgálati jelentés 4. számú melléklete).<sup>37</sup>

30. Amennyiben a fogyasztó az SMS üzenetben elhelyezett [telekomhu.page.link/sma](https://telekomhu.page.link/sma) linket olyan készülékről nyitotta meg, melyen a Telekom alkalmazás indult el, két képernyő jelenhetett meg számára (ld. vizsgálati jelentés 4. számú melléklete).<sup>38</sup>

a) Amennyiben a fogyasztónak valamilyen szerződéskötéshez szükséges személyes adata hiányzott és ezért a szerződéskötés akadályba ütközött, az alábbi tájékoztatás jelent meg számára:

*„Lehet, hogy frissítened kell a személyes adataidat. Segítünk! Írj nekünk chaten a Telekom.hu-n!*

*Addig sajnós nem tudunk neked ajánlatot betölteni ☹*

*Vissza az Áttekintésre”*

b) Amennyiben a szerződéskötésnek a Telekom alkalmazás megnyitása során nem merült fel akadálya, az alkalmazás kezdőoldala, az Áttekintés oldal jelent meg.

31. A Telekom alkalmazásból a mobil készülékre küldött *push* üzenetet a Telekom alkalmazás jelenítette meg a fogyasztó mobil készülékén, melyre kattintva a fogyasztó számára megjelenő oldalak megegyeztek a 30. pontban bemutatottakkal (ld. vizsgálati jelentés 4. számú melléklete).<sup>39</sup>

32. A Telekom előadta, hogy a kedvezmény igénybevételének nem volt feltétele a személyes adatok frissítése. Az alkalmazásban a szerződéskötési folyamat elakadhatott adategyezőség hiányában abban az esetben, ha a Telekom rendszereiben nyilvántartott és a tényleges (adott esetben időközben módosult) személyes adatok között eltérés volt.<sup>40</sup>

33. Az eljárás alá vont előadta, hogy a Telekom alkalmazás a szerződéskötési folyamatban a Telekom rendszereiben nyilvántartott személyes adatokat használja fel, melyet az alkalmazás összegző felületén megjelenít a fogyasztó számára, azonban a szerződéskötési folyamatban a Telekom ezeket az adatokat a személyi adat- és lakcímnnyilvántartás adataival is összeveti. Amennyiben a fogyasztó személyes adatai a legutóbbi szerződéskötés óta megváltoztak és ezt a változást a fogyasztó – az ÁSZF Törzsrészének 10.3. pontjában meghatározott változásbejelentési kötelezettsége ellenére – nem jelentette be a Telekomnak vagy az adatok egyébként hibásan kerültek be a rendszerbe, akkor a szerződés megkötése során a Telekom rendszereiben nyilvántartott és a tényleges személyes adatok között eltérés áll fenn, erre az eltérésre tekintettel pedig a szerződéskötés nem lehetséges. A Telekom előadta, hogy a Telekom alkalmazás nem alkalmas arra, hogy annak felületén a fogyasztók a Telekomnak a korábbi szerződéskötési folyamatban megadott személyes adataikat módosítsák. A személyes adatoknak a személyes adatok védelme, illetve az ügyfelek érdekeinek védelme érdekében a Telekom ügyfélszolgálati csatornáin elvégezhető frissítését követően azonban a szerződéskötéshez,

---

<sup>37</sup> 2021. december és 2022. március között az oldal tartalmában nem volt változás. A 2022. június 3-tól bekövetkezett változás alapján módosult oldalt a Telekom VJ/24-4/2022. számú beadvány 5. számú mellékleteként csatolta, illetve a beadványban a változás tartalmát is összefoglalta.

<sup>38</sup> VJ/24-9/2022.

<sup>39</sup> VJ/24-6/2022. (B/29-5/2022.), VJ/24-20/2022.

<sup>40</sup> VJ/24-6/2022. (B/29-5/2022.)

és így a promóciókban kínált kedvezmény igénybevételéhez felkereshető újra a Telekom alkalmazás.<sup>41</sup>

34. A promóciók részleteiről a Telekom alkalmazásban ezt követően elérhető további tájékoztatással kapcsolatban az eljárás alá vont utalt a vizsgálati jelentés 4. számú mellékletében szereplő, a kedvezmény igénybevételi folyamatának 2. lépésénél megjelenő alábbi tájékoztatásra.<sup>42</sup>

2021. december

**„Válassz új csomagjainkból most 50% net havidíj-kedvezményrel és + 30 GB-tal 90 napra!**

*Az új díjcsomag megvásárlásával egy év hűséget is vállalsz az előfizetésedre. 50% net havidíj-kedvezmény a hűségidő első 3 hónapjának mobilinternet szolgáltatásra meghatározott havidíjából. Az aktiválástól számított 1-3. hónapban a mobilinternet szolgáltatás havidíjából 50% kedvezményt biztosít, a 4. hónaptól a havidíj 100%-a fizetendő. A díjcsomaghoz tartozó ePack kedvezmény akkor érvényes, ha elektronikusan kapod tőlünk a számlát és határidőre be is fizeted. Ha az adott hónapban az előzőek közül valamelyik feltétel nem teljesül, abban a hónapban nem jár neked az e-Pack kedvezmény. Naptári hónaponként egyszer van lehetőséged díjmentesen net csomagot módosítani. Minden további váltás díjazott, a váltás díja a választott díjcsomag kedvezmény nélküli havidíjával egyezik meg. Ha megszünteted a szerződést a hűségidő lejártá előtt vagy a vállalt költési szintet nem tartod az igénybe vett kedvezmény mértékét, 7.000 Forintot kell fizetned.” (2.2. pont)*

**„50% net havidíj-kedvezmény + 30 GB díjmentesen 90 napra**

*Az aktiválástól számított 1-3. hónapban a mobilnet szolgáltatás havidíjából 50% kedvezményt biztosít, a 4. hónaptól a havidíj 100%-a fizetendő. 30 GB a hűségidő első 90 napjában, belföldön felhasználható adategyenleg, amelyből 7 GB-ot az EU területén is felhasználhatsz.” (2.4. pont)*

2022. március

**„Ha most vállalsz új hűséget egy évre, akkor extra 30 Gb-ot kapsz díjmentesen 90 napra!**

*Az új díjcsomag megvásárlásával egy év hűséget is vállalsz az előfizetésedre. A díjcsomaghoz tartozó e-Pack kedvezmény akkor érvényes, ha elektronikusan kapod tőlünk a számlát és határidőre be is fizeted. Ha az adott hónapban az előzőek közül valamelyik feltétel nem teljesül, abban a hónapban nem jár neked az e-Pack kedvezmény. Naptári hónaponként egyszer van lehetőséged díjmentesen net csomagot módosítani. Minden további váltás díjazott, a váltás díja a választott díjcsomag kedvezmény nélküli havidíjával egyezik meg. Ha megszünteted a szerződést a hűségidő lejártá előtt vagy a vállalt költési szintet nem tartod az igénybe vett kedvezmény mértékét, 7.000 Forintot kell fizetned.” (2.2. pont)*

---

<sup>41</sup> VJ/24-6/2022. (B/29-5/2022.)

<sup>42</sup> VJ/24-4/2022., VJ/24-14/2022.

35. A Telekom által benyújtott script anyaga szerint a közvetlen telefonos megkeresés (*telesales*) során a 2021. decemberi promóció igénybevételi feltételeiről az alábbi módon kellett tájékoztatást adniuk az ügyintézőknek.<sup>43</sup> [üzleti titok]

36. A Telekom előadta, hogy a promóciók keretében kínált kedvezmény általános igénybevételi feltételeit a Telekom a Lakossági ÁSZF 7. számú mellékletében rögzítette az alábbiak szerint.<sup>44</sup>

#### A. 2021. december

Sz.	Erintett szolgáltatás	Akció megnevezése	Igénybevevők köre	Akció tartama	Területi hatálya	Kedvezmény vagy időszakos ajánlat	Feltételek	Jogkövetkezmeny
52	mobil internet	<b>30GB 90 napra és 3 havi 50% adat hűséggel egy év hűséggel Telekom alkalmazásban</b>	azon meglévő, egy mobil havidíjas előfizetéssel rendelkező előfizetők, akik a Telekom alkalmazásban 1 éves határozott időtartamú szerződést kötnek valamely lakossági mobil havidíjas szolgáltatásra 2021. szeptember 29. után	2021. szeptember 29-től visszavonásig	országos	A promóciós szolgáltatás 30 GB belföldön, ebből 7 GB EU roaming helyzetben felhasználható adategyenleget biztosít az aktiválástól számított első 90 napban, valamint 3 hónapig 50% mobilinternet szolgáltatási havidíj-kedvezményt, ami a mobilinternet csomag díjából kerül levonásra. A 4. hónaptól a mobilinternet szolgáltatás havidíjának 100%-a fizetendő. A promóciós szolgáltatás díja bruttó 7 000 Ft, azonban a díj a promóció keretében biztosított kedvezményként elengedésre kerül.	A promóció igénybevételére azon mobil havidíjas előfizetők jogosultak, akik egy darab mobil előfizetésen kívül más szolgáltatást nem vesznek igénybe a szolgáltatatótól. A határozott időtartamon belül az előfizető az előfizetői szerződést nem mondja fel, vagy 6 hónapon túlmenően nem szünetelteti, illetve az nem kerül a Szolgáltató részéről felfüggesztésre, szüneteltetésre illetve felmondásra az Előfizető érdekkörében bekövetkezett okból, továbbá az Előfizető nem vált olyan díjsomagra, amely esetében a vállalt kötési szint nem teljesül.	A kedvezmény mértéke

#### B. 2022. március

Sz.	Erintett szolgáltatás	Akció megnevezése	Igénybevevők köre	Akció tartama	Területi hatálya	Kedvezmény vagy időszakos ajánlat	Feltételek	Jogkövetkezmeny
45	mobil internet	<b>30 GB 90 napra egy év hűséggel Telekom alkalmazásban</b>	meglévő mobil havidíjas előfizetők, akik a Telekom alkalmazásban 1 éves határozott időtartamú szerződést kötnek valamely lakossági mobil havidíjas előfizetésre	2021. július 29-től visszavonásig	országos	Az egyedi előfizetői szerződés elválaszthatatlan részét képező szerződés-kiegészítés aláírásától (hatályba lépés napja) kezdődően az egyedi előfizetői szerződésben megjelölt határozott időtartam (továbbiakban: hűségidő) első 90 napjában a határozott időtartamra vállalt kötési szinthez kapcsolódó, 30 GB belföldön, ebből 7 GB EU roaming helyzetben felhasználható adategyenleget biztosít, amelynek díja bruttó 7 000 Ft, azonban a díj a promóció keretében biztosított kedvezményként elengedésre kerül	A határozott időtartamon belül az Előfizető az előfizetői szerződést nem mondja fel, vagy 6 hónapon túlmenően nem szünetelteti, illetve az nem kerül a Szolgáltató részéről felfüggesztésre, szüneteltetésre illetve felmondásra az Előfizető érdekkörében bekövetkezett okból, továbbá az Előfizető nem vált olyan díjsomagra, amely esetében a vállalt kötési szint nem teljesül.	A kedvezmény mértéke

### IV.2. A promóciók célja

37. A Telekom előadta, hogy a promóciók célja a Telekom alkalmazás használatának elősegítése, új határozott időtartamú előfizetői szerződések Telekom alkalmazásban történő megkötésének ösztönzése volt.<sup>45</sup>

### IV.3. A kedvezmény igénybevétele

38. Az alkalmazott kommunikációs eszközök közvetlenül a Telekom alkalmazásba irányították a fogyasztókat.<sup>46</sup> A fogyasztóknak a kedvezmény igénybevételére más csatornán nem volt módjuk<sup>47</sup>, az csak a Telekom alkalmazásban történő szerződéskötéssel volt elérhető számukra.

39. A Telekom nyilatkozata szerint [üzleti titok]. Ezt az információt az alábbi táblázat tartalmazza.<sup>48</sup>

Hónap	A szerződés olyan Telekom fiókban volt, amivel beléptek az elmúlt 3 hónapban a Telekom applikációba
2021. december	[üzleti titok]

<sup>43</sup> A script-et a VJ/24-6/2022. számú feljegyzéssel a jelen eljárásba átemelt B/29-5/2022. számú irat 1. sz. melléklete tartalmazza.

<sup>44</sup> VJ/24-6/2022. (B/29-5/2022.), VJ/24-4/2022.

<sup>45</sup> VJ/24-4/2022.

<sup>46</sup> VJ/24-6/2022. (B/29-5/2022.)

<sup>47</sup> VJ/24-6/2022. (B/29-5/2022.)

<sup>48</sup> VJ/24-4/2022.

40. A kedvezmény Telekom alkalmazáson keresztül történő igénybevételének folyamatát a vizsgálati jelentés 4. számú mellékletében szereplő képernyőmentések mutatják be.<sup>49</sup>
41. Az eljárás alá vont benyújtotta a kedvezmény igénybevételi folyamata során visszaforduló fogyasztók számát lépésekre lebontva mindkét kampány esetében. A számadatok értelmezésével kapcsolatban előadta, hogy teljes bázisnak tekintette az összes fogyasztó számát, akik a Telekom alkalmazás Áttekintő felületére érkeztek, a további felületekre lépő fogyasztók arányát pedig ebből vezette le.<sup>50</sup> Az „Igénybevétel lépései” oszlopban szereplő számok a vizsgálati jelentés 4. számú mellékletében szereplő folyamatára lépéseket jelölik.

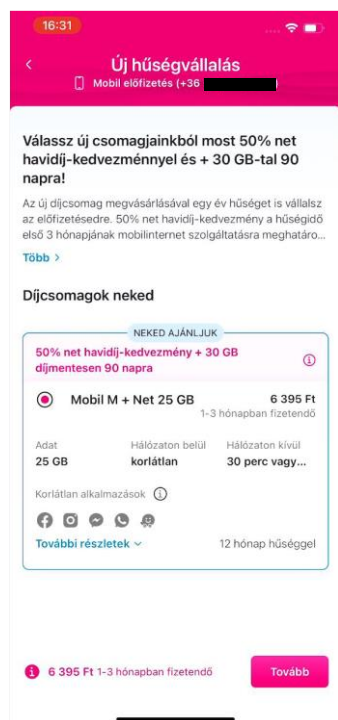
<b>Igénybevétel lépései</b>	<b>2021. december</b>		<b>2022. március</b>	
1. Áttekintés oldal	[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]
2. Díjcsomagválasztó oldal	[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]
3. Személyes adatok oldal	[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]
4. Nyilatkozatok	[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]
6. Sikeres tranzakció visszajelzés	[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]

42. A fogyasztó részére egy elsődlegesen ajánlott, illetve további díjcsomag-kombinációk kerültek megjelenítésre az alábbi szempontok figyelembevételével.<sup>51</sup>

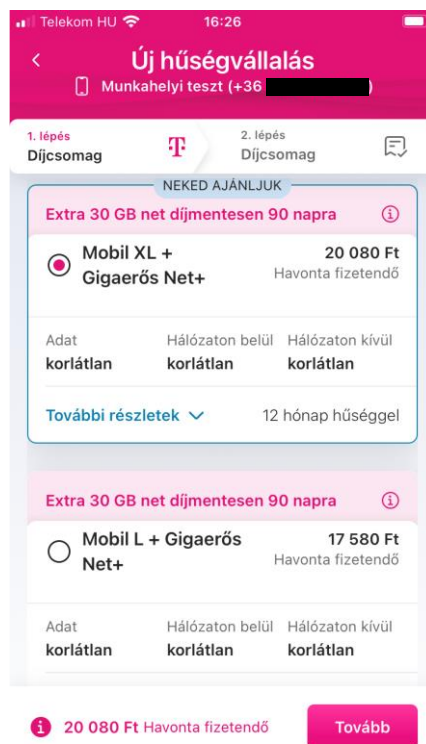
<sup>49</sup> VJ/24-6/2022. (B/29-5/2022.), VJ/24-17/2022.

<sup>50</sup> A visszafordulók arányára vonatkozó információk [üzleti titok] (ld. VJ/24-4/2022.)

<sup>51</sup> A VJ/24-9/2022. számon iktatott beadványban a Telekom előadta, hogy nem tud olyan képernyőmentést csatolni, amelyen valamennyi díjcsomag szerepel. Ennek oka, hogy az előfizetők által igénybe vett szolgáltatásoktól függő ajánlatok jellegéből fakadóan a fogyasztó használati szokásai, illetve az általa igénybe vett díjcsomag alapján eltérő volt az egyes fogyasztók által igénybe vehető díjcsomagok köre, így a Telekom alkalmazásban a fogyasztó számára elérhető díjcsomagokat a fogyasztók eltérő csoportjai tekintetében lenne lehetősége részletesen bemutatni. A több díjcsomag-kombináció felajánlására vonatkozó képernyőképek ezért csupán példának tekinthetők annak bemutatására, hogy milyen felületet láthatott a fogyasztó, a képernyőképek viszont nem tartalmazzák valamennyi, a promóciókban elérhető díjcsomagot.



Példa egy elsődleges díjcsomag-kombináció felajánlására



Példa egy elsődleges és további díjcsomag-kombinációk felajánlására

43. Az elsődleges ajánlatot a Telekom a fogyasztó számára az alapján jelölte meg, hogy a fogyasztó milyen díjcsomaggal rendelkezett a megkeresés pillanatában (pl. a korábbi, több éves portfóliós díjcsomagok sok esetben kevesebb felhasználható adatmennyiséget tartalmaztak), annak figyelembevételével, hogy az újonnan ajánlott díjcsomag-kombináció mindegyikének az aktuálisan értékesíthető díjcsomagok közül kellett kikerülnie.<sup>52</sup> [üzleti titok].<sup>53</sup>
44. A Telekom előadta, hogy a piacon érzékelhető általános tendencia szerint a fogyasztók az elmúlt időszakban a megnövekedett adatigényeik kielégítése érdekében, a szolgáltatók kereskedelmi kommunikációjától, akcióitól függetlenül jellemzően a korábbiakban általuk használthoz képest nagyobb adatmennyiséget tartalmazó díjcsomagokat választanak. Ezzel a fogyasztói oldalon jelentkező igénnyel összhangban a Telekom a promóciók során elsődlegesen a fogyasztó által éppen igénybe vett díjcsomagjához képest eggyel magasabb adatmennyiséget tartalmazó díjcsomagot ajánlott<sup>54</sup>, azoknak is, akiknek olyan díjcsomag előfizetésük volt, amelyet a Telekom a promóciók keretében értékesített<sup>55</sup>.
45. A fogyasztónak elsődlegesen ajánlott új mobil hang díjcsomagot a Telekom az alapján határozta meg, hogy a fogyasztó díjcsomagja milyen portfólióban volt. Ha mobil hang díjcsomagja még régi (lezárt) portfólióban volt, akkor új (értékesíthető) portfólióban lévő hang díjcsomagot kínált számára: vagy eggyel magasabbat (pl. „S” helyett „M”), vagy azonos szinten lévő (pl. „S” helyett értékesíthető „S”). Amennyiben az előfizető a Telekom által vizsgált időszakban a díjmentesen elérhető mobil hang opciók közül aktiválta

<sup>52</sup> VJ/24-4/2022.

<sup>53</sup> VJ/24-17/2022.

<sup>54</sup> VJ/24-4/2022.

<sup>55</sup> VJ/24-9/2022.

valamelyiket (pl. díjmentes percmennyiség), akkor kínált számára magasabb mobil hang díjcsomagot. A Telekom előadta, hogy a fogyasztók számára törekedett lehetőség szerint olyan díjcsomagot ajánlani a promóciók keretében, amely leginkább megfelelt a meglévő díjcsomagjuk mellett tanúsított használati szokásaiknak.<sup>56</sup>

#### IV.4. A díjcsomagok lezárásával kapcsolatos tájékoztatási gyakorlat

46. A fogyasztók által igénybe vett díjcsomagok lezárása az ÁSZF módosítását igényli, ezért a lezárásról a Telekom előfizetői részére értesítést tesz közzé. A promóciókban résztvevő díjcsomagok lezárása az alábbi táblázatban foglaltak szerint történt meg.<sup>57</sup>

Módosítás hatálya	Értesítés formája	Értesítés szövege	Értesítés időpontja
2017.12.01.	számlavégi üzenet	<i>Az alábbi havidíjas mobil hang és mobilinternet díjcsomagok, valamint a Korlátlan éjszakai net opció lezárásra kerülnek azzal, hogy a csomagokra és opcióra új szerződés kötése vagy ezekbe váltás a továbbiakban nem lehetséges, de a meglévő előfizetők változatlan feltételek mellett vehetik igénybe: Net 400 MB, Net 1 GB, Net 4 GB, Net 10 GB, Net 30 GB mobilinternet díjcsomagok, Mobil XL mobil hang díjcsomag és a Korlátlan éjszakai net opció.</i>	2017 októberében küldött számla
2018.05.01	számlavégi üzenet	<i>Lezárásra kerülnek a Mobil Korlátlan hang, a Net 500MB és Net 2GB mobilinternet díjcsomagok, valamint a DJA Net 2 GB kedvezmény. A díjcsomagokra 2018. június 1-jétől új előfizetői szerződés nem köthető ill. ezen csomagokba való váltás sem lehetséges, a meglévő előfizetők azonban a díjcsomagokat változatlan feltételekkel vehetik igénybe.</i>	2018 márciusában küldött számla
2019.06.01.	számlavégi üzenet	<i>Lezárásra kerülnek a Mobil S, Mobil M, Mobil L és Mobil XXL mobil hang díjcsomagok, valamint a Partnerkártya kedvezmény. A díjcsomagokra és a kedvezmény igénybevételére 2019. június 1-jétől új előfizetői szerződés nem köthető, illetve ezen csomagokba való váltás sem lehetséges, a meglévő előfizetők azonban a díjcsomagokat változatlan feltételekkel vehetik igénybe.</i>	2019 márciusában küldött számla
2019.09.01	számlavégi üzenet	<i>Lezárásra kerülnek a Net Alap 2017, Net 3 GB 2017, Net 6 GB 2017, Net 15 GB 2017 és Korlátlan Net 2017 díjcsomagokkal azzal, hogy a díjcsomagokat használó előfizetők azokat változatlan feltételekkel vehetik igénybe.</i>	2019 augusztusában küldött számla
2019.10.01.	számlavégi üzenet	<i>Lezárásra kerülnek a Mobil S, Mobil M, Mobil L és Mobil XL mobil hang díjcsomagok és a Net 2 GB, Net 3 GB, Net 4 GB, Net 10 GB, Korlátlan Net és Korlátlan Net Max mobil hang díjcsomag mellett igénybe vehető adatdíjcsomagok és önálló mobilinternet csomagok, továbbá lezárásra kerülnek a mobil internet-hozzáférés Digitális Jólét Alapcsomagok (Net 2 GB és Net 3 GB), valamint a Zene opció is azzal, hogy a díjcsomagokat használó előfizetők azokat változatlan feltételekkel vehetik igénybe. A lezárásra kerülő díjcsomagok</i>	2020 augusztusában küldött számla

<sup>56</sup> VJ/24-9/2022.

<sup>57</sup> VJ/24-17/2022.



		<i>elnevezése egyidejűleg a „2019” toldalékkal kerül kiegészítésre.</i>	
2021.11.01.	számlavégi üzenet	<i>Lezárásra kerülnek a Flotta Basic díjcsomag mellett igénybe vehető Flotta Net 500 MB, Flotta Net 1 GB, Flotta Net 2 GB, Flotta Net 6 GB, Flotta Net 10 GB, Flotta Net 20 GB és Flotta Korlátlan Net mobilinternet csomagok azzal, hogy 2020. november 1-jétől új előfizetői szerződés nem köthető, de a meglévő előfizetők Flotta Net 500 MB 2019, Flotta Net 1 GB 2019, Flotta Net 2 GB 2019, Flotta Net 6 GB 2019, Flotta Net 10 GB 2019, Flotta Net 20 GB 2019 és Flotta Korlátlan Net 2019 elnevezéssel, változatlan feltételek mellett vehetik igénybe a díjcsomagokat.</i>	2020 szeptemberében küldött számla
2021.11.01. <sup>58</sup>	honlapon közzétett összefoglaló	<i>Lezárásra kerülnek a Net 4 GB 2020, Net 15 GB 2020, Gigaerős Net 2020 és Gigaerős Net+ 2020 mobilinternet díjcsomagok. A díjcsomagokra a lezárást követően új előfizetői szerződés nem köthető, a meglévő előfizetők változatlan feltételek mellett vehetik igénybe a díjcsomagot.</i>	2021 novemberében a telekom.hu weboldalon közzétett összefoglaló

47. A Telekom a bevezetésre kerülő díjcsomagok elérhetővé tételével egyidejűleg minden esetben az elektronikus hírközlésre irányadó szabályok szerint módosítja az előfizetői szerződések tartalmát azáltal, hogy a meglévő, addig értékesített díjcsomagjainak elnevezését a bevezetésük évszámára utaló toldattal látja el. Ennek megfelelően nem fordulhat elő, hogy a Telekom kínálatában azonos elnevezésű csomagok érhetőek el ugyanabban az időpillanatban, ugyanis a díjcsomagok elnevezéséhez fűzött toldalék az esetlegesen azonos elnevezésű, de eltérő feltételekkel kínált díjcsomagokat egymástól megkülönbözteti.<sup>59</sup>
48. A fogyasztó által aktuálisan igénybe vett díjcsomagok megnevezése a Telekom alkalmazás egyes hívószámokhoz tartozó díjcsomag-részletező felületén felül található meg.<sup>60</sup> A Telekom előadta, hogy portfólió-váltás során a Telekom alkalmazásban az egyes hívószámokhoz tartozó díjcsomag-részletező felületen is módosul a fogyasztó által igénybe vett díjcsomag elnevezése.<sup>61</sup>
49. A Telekom előadta továbbá, hogy a fogyasztónak kiküldött számlalevélen is módosul a havidíjas mobil díjcsomag elnevezése annak lezárását követően, így az előfizetői szerződés módosításának hatálybalépését követően kiállított számlákon már a módosított elnevezéssel jelennek meg a lezárt havidíjas mobil díjcsomagok.<sup>62</sup>
50. Az eljárás alá vont előadta, hogy a fogyasztónak meglévő (a promóciók idején igénybe vett) díjcsomag tartalmáról annak megnevezése alapján a mindenkor hatályos ÁSZF, mint az előfizetői szerződésének része nyújt naprakész tájékoztatást, tekintettel arra, hogy a díjcsomag tartalma az előfizetői szerződések szolgáltató általi módosításának

<sup>58</sup> A 2021. november 1-jei lezárással összefüggésben közzétett értesítés kapcsán a Telekom megjegyezte, hogy az előfizetők értesítésének módjában bekövetkezett változás háttérében az elektronikus hírközlésről szóló 2003. évi C. törvény (a továbbiakban: Eht.) 144. §-ának 2020. december 20. napjától hatályba lépett módosulása áll, a Telekom az Eht. módosított rendelkezéseivel összhangban nem küld az előfizetőknek számlavégi üzenetet a díjcsomagok lezárásáról.

<sup>59</sup> VJ/24-14/2022.

<sup>60</sup> VJ/24-14/2022.

<sup>61</sup> VJ/24-17/2022.

<sup>62</sup> VJ/24-20/2022.

következtében módosulhat (pl. az EU roaming helyzetben felhasználható adatmennyiség tekintetében), illetve a díjsomagok tartalmának egyes részleteit szintén tartalmazza a Telekom alkalmazás felülete.<sup>63</sup> A vizsgálati jelentés 4. számú melléklete tartalmazza a meglévő és az új (a promóciók keretében igénybe vett) díjsomagban elérhető szolgáltatások köréről adott tájékoztatást a Telekom adatszolgáltatásai alapján.<sup>64</sup>

#### IV.5. A kedvezményt igénybe vevő fogyasztókra vonatkozó adatok

51. A 2021. decemberi promócióban [üzleti titok], a 2022. márciusi promócióban [üzleti titok] fogyasztó vette igénybe a kedvezményt és kötött új előfizetői szerződést.<sup>65</sup>
52. A VJ/24-4/2022. számú beadvány 3. számú melléklete (a továbbiakban: Átszerződésre vonatkozó táblázat) azt tartalmazza, hogy milyen előfizetéssel rendelkező fogyasztó milyen új díjsomagra szerződött a promóciók keretében. Az abban szereplő adatokkal kapcsolatban a Telekom előadta, hogy [üzleti titok]. Hivatkozott továbbá arra, hogy a határozott tartamú szerződéskötésre tekintettel az első 3 hónapra járó 50%-os havidíj kedvezmény a fogyasztókat terhelő fizetési kötelezettség mértékét tovább csökkenti.<sup>66</sup>
53. Az Átszerződésre vonatkozó táblázat szerint olyan fogyasztók is kötöttek új előfizetői szerződést, akiknek korábbi díjsomagjuk nem szerepelt a Korábbi díjsomagokat tartalmazó táblázatban.<sup>67</sup> Ezek közül
- a Mobil S 2019 promó egy korábban kedvezményes feltételekkel elérhető mobil hang díjsomag volt (havidíja 3 300 Ft), benne foglalt adatmennyiséget nem tartalmaz, és minden egyéb díj és feltétel azonos a Mobil S 2019 díjsomag igénybevételi feltételeivel.
  - [üzleti titok].
54. Az Átszerződésre vonatkozó táblázat adatai alapján a vizsgálók az alábbi számításokat végezték. [a táblázat ÜZLETI TITOK]

	[üzleti titok]	[üzleti titok]
[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]
[üzleti titok] <sup>68</sup>	[üzleti titok]	[üzleti titok]
[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]
[üzleti titok] <sup>69</sup>	[üzleti titok]	[üzleti titok]
[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]
[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]

<sup>63</sup> VJ/24-14/2022.

<sup>64</sup> VJ/24-14/2022., VJ/24-17/2022.

<sup>65</sup> VJ/24-6/2022. (B/29-5/2022.). Ez a szám magába foglalja a lezárt [üzleti titok] díjsomag-kombinációról szerződő ügyfeleket is (ld. VJ/24-17/2022.). Az utolsó lépésig eljutó fogyasztók, illetve a Telekom nyilvántartása szerint a promóciók keretében szerződést kötő ügyfelek eltérő számával kapcsolatban az eljárás alá vont előadta, hogy [üzleti titok] (ld. VJ/24-4/2022.).

<sup>66</sup> VJ/24-4/2022.

<sup>67</sup> VJ/24-14/2022.

<sup>68</sup> [üzleti titok]

<sup>69</sup> [üzleti titok]

[üzleti titok] <sup>70</sup>	[üzleti titok]	[üzleti titok]
([üzleti titok]) <sup>71</sup>	[üzleti titok]	[üzleti titok]

55. [üzleti titok].<sup>72</sup>

56. A jelen eljárásban vizsgált kampányok keretében a Magyar Telekom Nyrt.-vel szerződött fogyasztóktól származó, az új díjsomag havidíjából a vállalt egy éves hűségidő időtartamára számított nettó bevételek összege [üzleti titok] Ft volt.<sup>73</sup>

## V.

### Az eljárás alá vont álláspontja

#### V.1. Az eljárás alá vont vizsgálati szak folyamán kifejtett álláspontja

57. A Telekom szerint a GVH és a bírósági gyakorlat alapján három körülmény miatt sem lehet szó jogsértésről a promóciók kapcsán: (i) a kérdéses üzenetek a bannerekkel azonosan megítélendő kommunikációknak minősülnek, (ii) kizárólag online felületen volt a kedvezmény igénybevehető, (iii) és az előző körülménnyel részben átfedést mutat az a körülmény, hogy azonnali tranzakciós döntésre nem volt lehetőség anélkül, hogy a szerződéskötési folyamat során a fogyasztó meg ne ismerhette volna a lényeges információkat (még a választás ellenőrzésére is volt mód az utolsó lépést megelőzően). Ezen körülmények mindegyike külön-külön is kizárja a jogsértés megállapíthatóságát.<sup>74</sup>

#### (i) Banner

58. A fentiek szerint kifejtettek alapján a Telekom alkalmazásból a mobil készülékre küldött üzenet és az SMS is bannerként működik: mindkét kommunikációs eszköz korlátozott információ megjelenítésére és átadására alkalmas, de egyetlen kattintást követően „elvezetik” a fogyasztót egy olyan felületre (landing page), ahol az ügyleti döntés meghozatalához szükséges valamennyi információt közvetlenül elérlik. A Telekom hivatkozott a GVH Versenytanácsának a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvénnyel kapcsolatos elvi döntéseinek I.7.14. és I.7.15. pontjára, mely szerint a banner megítélése kapcsán az bír jelentőséggel, hogy a bannerre kattintva a fogyasztó milyen egyéb információkhoz jut a fogyasztói döntési folyamat azonos szakaszában, mivel a banner csak elérési útként szolgál a további információszerzéshez.<sup>75</sup>

59. A Telekom álláspontja szerint a promóciók esetében a Telekom alkalmazásból a mobil készülékre küldött üzenet és az SMS szintén csak elérési útként funkcionál, arra rákattintva a fogyasztó olyan felületre jut, amelyen teljeskörűen megismerhetők számára a kedvezmény igénybevételének feltételei, illetve nem egyszerűen információforrásként,

<sup>70</sup> [üzleti titok]

<sup>71</sup> [üzleti titok]

<sup>72</sup> VJ/24-9/2022.

<sup>73</sup> VJ/24-37/2022. sz. irat.

<sup>74</sup> VJ/24-6/2022. (B/29-5/2022.), VJ/24-4/2022.

<sup>75</sup> VJ/24-6/2022. (B/29-5/2022.)

hanem a szükséges megállapodás megkötésének felületeként szolgál. A fogyasztó a szükséges információkat megkapja a szerződéskötési folyamatban.<sup>76</sup>

(ii)-(iii) Online térben maradás

60. A Telekom előadta, hogy a fogyasztók a Telekom alkalmazásból a mobil készülékre küldött, illetve az SMS üzenetre kattintva, valamint a Telekom alkalmazásba tovább lépve nem kerültek ki az online térből a folyamat során, ahol célzottan és elkerülhetetlenül találkoztak a promóciók igénybevételéről való döntéshez szükséges információkkal. A Telekom alkalmazásból a mobil készülékre küldött, illetve az SMS üzenet kapcsán a Telekom álláspontja szerint irányadó a Kúria Kfv.III.37.421/2017/7. számú ítéletének [28] pontja, amely rámutatott, az üzleti döntés torzulásának lehetősége nem áll fenn az olyan kampányeszközök esetében (a jelen esetben a mobil eszközre küldött és az SMS üzenet, valamint a telefonhívásban történő megkeresés esetén), ahol azonnali tranzakciós döntésre nincs lehetőség és a szerződéskötési folyamat során a fogyasztó megismeri a lényeges információkat.<sup>77</sup>
61. A Telekom értékelése szerint ugyanezt támasztja alá a B/1041-10/2018. számú végzés is, amelyben a GVH értékelése szintén figyelembe vette, hogy az adott szolgáltatás kizárólag online úton volt igénybe vehető, és ez alapján zárta ki a jogsértés valószínűsíthetőségét. A végzés kapcsán eljáró Fővárosi Törvényszék a 105.K.700.206/2019/26. számú végzésében ugyancsak hangsúlyosan vette figyelembe, hogy a szolgáltatás kizárólag egy online felületen volt igénybe vehető, s a bejelentett kereskedelmi kommunikáció eredményessége esetén a fogyasztók szükségképpen meglátogatták azt a felületet, ahol elkerülhetetlenül találkoztak az igénybevételről való döntéshez szükséges információkkal – amint az a jelen esetben is fennáll.<sup>78</sup>
62. A Telekom hangsúlyozta továbbá, hogy a kereskedelmi gyakorlat sajátossága révén nincs mód arra, hogy a Telekom „meggyőzhesse” a fogyasztót, „rávegye” a szolgáltatás igénybevételére vagy más terméket kínálhat fel neki, amely a GVH és a bíróság gyakorlata értelmében lényeges körülmény a gyakorlat megítélése kapcsán (lásd pl. VJ/17/2020. 76. pont, VJ/22/2020. 243. pont, illetve Fővárosi Törvényszék 105.K.701.058/2020/24., 105.K.702.085/2021/7.). A Telekom applikáció ilyen „meggyőzést” nem tesz lehetővé.<sup>79</sup>
63. A versenyfelügyeleti eljárás során a korábbi álláspontját kiegészítve a Telekom előadta, hogy a mobil internet-hozzáférési szolgáltatások igénybevételében megfigyelhető tendencia, hogy a fogyasztók általánosságban többet interneteznek készülékeiken, melyhez jelentős adatéség társul, ezért évről évre több felhasználható adatmennyiségre van szükségük az igénybe vett díjcsomagjukban. A Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság elemzése<sup>80</sup> alátámasztja, hogy a fogyasztók az idő előrehaladtával a magasabb adatmennyiséget biztosító díjcsomagokba váltanak, kilépve a korábbi, kevesebb felhasználható mobil adatot tartalmazó díjcsomagjaikból. A Telekom erre az igényre válaszul rendszeresen felülvizsgálja az aktuálisan értékesített mobil internet-hozzáférési díjcsomagjait, melyek igyekeznek kiszolgálni az aktuális igényeket. A fogyasztók

<sup>76</sup> VJ/24-6/2022. (B/29-5/2022.)

<sup>77</sup> VJ/24-6/2022. (B/29-5/2022.)

<sup>78</sup> VJ/24-6/2022. (B/29-5/2022.)

<sup>79</sup> VJ/24-6/2022. (B/29-5/2022.)

<sup>80</sup> [https://nmhh.hu/cikk/230743/Mi\\_van\\_a\\_csomagban\\_a\\_mobil\\_elofizetesi\\_csomagok\\_fejlolese](https://nmhh.hu/cikk/230743/Mi_van_a_csomagban_a_mobil_elofizetesi_csomagok_fejlolese)

választhatnak, hogy maradnak a saját díjcsomagjukban (kivéve a már nem értékesített díjcsomagokat), vagy a régebbi, kisebb adatmennyiséget tartalmazó díjcsomagokból váltanak az aktuálisan elérhető díjcsomagok valamelyikére, amelyek magasabb adatmennyiséget tartalmaznak.<sup>81</sup>

64. A Telekom továbbá hangsúlyozta, hogy azon fogyasztók, akik igénybe vették a vizsgált promóciókat, még az esetlegesen kisebb mértékben magasabb havidíj esetében is nagyobb felhasználható adatmennyiséget kaptak az új díjcsomagjukban, s így volt ez több esetben változatlan, illetve alacsonyabb havidíj esetében is.
65. A Telekom előadta, hogy a promóciókban ténylegesen szerződő fogyasztók száma a vizsgált időszakban nagyjából [üzleti titok]. A promóciók eredményei alapján tehát – a megkeresett számhoz képest relatíve alacsony váltási arány – feltételezhető, hogy azok az előfizetők váltottak díjcsomagot, akik ezt enélkül is megtették volna, de most még kedvezményt is igénybe vehettek a díjcsomagváltások mellé.
66. A Telekom ismertette, hogy a fogyasztók promócióktól függetlenül is magasabb adatmennyiséget díjcsomagot tartalmazó szolgáltatásokra váltanak a korábbi díjcsomagjaikból. [üzleti titok].
67. A fentiekre tekintettel a Telekom hangsúlyozta, hogy a vizsgált kereskedelmi gyakorlathoz kapcsolódó kommunikációs eszközök és a promóciók népszerűsítésének költségére ([üzleti titok]), a promóciókat igénybe vevő fogyasztók [üzleti titok] számára, illetőleg a promóciókkal összefüggő bevétel [üzleti titok] tekintettel nem látja igazoltnak a gazdasági verseny érintettségét.
68. A Telekom álláspontja szerint tehát jogsértés nem valósult meg, illetve a vizsgált magatartás esetén a gazdasági verseny érintettsége sem állapítható meg.

## V.2. Kötelezettségvállalási javaslat<sup>82</sup>

69. [üzleti titok].
70. [üzleti titok].

## V.3. Az eljárás alá vont észrevételei a vizsgálati jelentésre<sup>83</sup>

71. A Telekom elsősorban az eljárás megszüntetését kérte, tekintettel arra, hogy a vizsgált kereskedelmi gyakorlattal kapcsolatban nem követett el jogsértést, illetve a vizsgálati jelentés összességében a versenyfelügyeleti eljárás megszüntetését támasztja alá.
72. Jelezte, hogy lemond a jogorvoslathoz való jogáról abban az esetben, ha az eljáró versenytanács a jogsértés megállapításán túl más jogkövetkezményt nem alkalmaz.

### Észrevételek a jogsértés hiányát illetően

73. Fenntartja a Telekom azon álláspontját, amely szerint a GVH és a bíróságok gyakorlata alapján nem lehet szó jogsértésről a vizsgált promóciók kapcsán tekintettel arra, hogy:

---

<sup>81</sup> VJ/24-4/2022.

<sup>82</sup> VJ/24-17/2022.

<sup>83</sup> VJ/24-26/2022. sz. irat

- a kérdéses üzenetek a bannerekkel azonosan megítélendő kommunikációknak minősülnek;
  - kizárólag online felületen volt a kedvezmény igénybevehető;
  - azonnali tranzakciós döntésre nem volt lehetőség anélkül, hogy a szerződéskötési folyamat során a fogyasztó meg ne ismerhette volna a lényeges információkat.
74. A vizsgálati jelentésnek a fenti három körülménnyel kapcsolatos megállapításai nem alaposak és ellentétben állnak a jogszabályi rendelkezésekkel, illetve a GVH gyakorlatával.
75. A vizsgálati jelentés VJ/36/2016. számú eljárásban hozott határozat<sup>84</sup> 188. pontjára utal, de nem veszi figyelembe, hogy a hivatkozott ügy szerinti SMS-ek és a jelen eljárásban vizsgált SMS-ek között különbség van. Jelen esetben az SMS-ek (hasonlóan a banner-ekhez) lehetővé tették az egyetlen kattintással történő továbblépést, újabb információknak a döntési folyamat azonos szakaszában való megismerését.
76. A Versenytanács a VJ/44/2020. számú eljárásban hozott határozatában<sup>85</sup> annak tulajdonított jelentőséget, hogy a fogyasztók a döntési folyamat azonos szakaszában megkapták-e a szükséges információkat, e körben egyfajta aktív magatartást (kutakodást) is elvárva a fogyasztók részéről. A vizsgálati jelentés ezt a megközelítést nem követi.
77. A vizsgálati jelentés továbbá figyelmen kívül hagyja, hogy a fogyasztók a kedvezmény igénybevételi folyamatában tájékoztatást kaptak arról, hogy új díjsomagot kell megvásárolniuk a kedvezményhez.
78. A Telekom kifogásolta, hogy a vizsgálati jelentés több helyen keveri az előfizetés és a díjsomag fogalmát, miközben egy előfizetés (előfizetői jogviszony) akár több évtizedes tartamán belül díjsomagváltások történhetnek és ez az értelmezési pontatlanság kihat a kereskedelmi gyakorlat értékelésére is.

#### Az eljárás megszüntetésének megalapozottsága

79. A vizsgálat nem tisztázta a tényállást a jogsértést megállapító határozat meghozatalához szükséges mértékben, különösen a fogyasztók által a döntési folyamat azonos szakaszában észlelt tartalom és a kereskedelmi gyakorlat ügyleti döntések befolyásolására való alkalmassága vonatkozásában, és nem kellően azonosította, hogy a vizsgált kereskedelmi gyakorlat pontosan milyen üzenetet közvetített a fogyasztók számára.
80. A vizsgálati jelentés több ponton csak feltételezésen nyugszik. A vizsgálat nem tért ki arra a lényeges körülményre, hogy telefonos megkeresés lehetőséget adott a fogyasztó részéről felmerülő kérdések megválaszolására, illetve további tájékoztatások nyújtására. A telefonos megkeresések során elhangzottak feltárását a vizsgálat elmulasztotta.
81. A vizsgálati jelentés iratellenesen jut arra a következtetésre, hogy a lezárt díjsomaggal rendelkező fogyasztók a kedvezményt nem vehették igénybe, mivel a lezárt díjsomaggal rendelkező fogyasztók egy másik díjsomag választása esetén igénybe vehették a kedvezményt.
82. A vizsgálati jelentés a telefonos megkeresések kapcsán abból indul ki, hogy az ügyintézőnek lehetősége van a fogyasztó ügyleti döntésének feltételezetten nem a

<sup>84</sup> VJ/36-47/2016. számú határozat.

<sup>85</sup> VJ/44-114/2020. számú határozat 281. és 285. pontok.

fogyasztó érdekét szolgáló, inkább megtévesztésre, mint tájékoztatásra irányuló magatartás tanúsítására.

83. A fogyasztói ismeretekkel, tapasztalatokkal kapcsolatban a vizsgálati jelentés az adatdíjsomag vonatkozásában elismeri a magasabb szintű tudatosságot, ugyanakkor azt érdemben nem indokolja meg, hogy a fogyasztói tudatosság magas szintje az egyes hangdíjsomagok kapcsán miért nem állítható, illetve az adatdíjsomaggal rendelkező fogyasztói csoport tudatossági szintje is megkérdőjeleződik a vizsgálati jelentésben.
84. A hangdíjsomagok körében fennálló fogyasztói tudatosság körében a Vizsgálati Jelentés lényeges körülményeket hagy figyelmen kívül, így például azt, hogy mivel az érzékeny fogyasztók esetében a hangdíjsomag használata kapcsán merülhet fel nem fix fizetési kötelezettsége, éppen ezzel összefüggésben merül fel a magasabb tudatosság, hiszen a fogyasztó csak itt tudja érdemben befolyásolni a költségeit.
85. A hangdíjsomagokkal kapcsolatban a vizsgálati jelentés további hiányos megállapításokat tesz azt feltételezve, a fogyasztó a névazonosságra tekintettel abban a feltevésben kötött szerződést hangdíjsomagra, hogy annak tartalma a meglévővel megegyezett.

#### Elvi jelentőségű kérdésekkel kapcsolatos észrevételek

86. A vizsgálati jelentés két további elvi kérdést is felvet, amelyeknek érdemi vizsgálatával és megválaszolásával adós marad: a fogyasztóval szembeni elvárhatóság mércéje, illetve az ágazati előírásoknak megfelelő magatartás tisztességtelensége.
87. A vizsgálati jelentés megállapításai alapján nem is várható el a fogyasztóktól, hogy a részükre a szolgáltatót kötelező, az ágazati hatóság által kifejezetten fontosnak ítélt, időbeliségében valamint tartalmában részletesen szabályozott és az ágazati hatóság által ellenőrzött, az előírásoknak megfelelően nyújtott értesítéseket megismerjék, elolvassák.
88. A vizsgálati jelentés felveti és megválaszolatlanul hagyja azt a fogyasztókkal szembeni elvárhatósággal is összefüggő kérdést, hogy az ágazati előírások betartásával teljesített tájékoztatás milyen esetekben lehet tisztességtelen, miközben a jogbiztonság érdekében ennek korlátait pontosan meg kell határozni a GVH-nak. Ez a Telekom szerint helytelen megközelítés a vállalkozások oldalán teljes bizonytalanságot teremt, mivel nem feltételezhetik, hogy ha a jogszabályi előírásoknak megfelelően teljesítik tájékoztatási kötelezettségüket, akkor az egy Fttv. alapján lefolytatott eljárásban nem lesz kifogásolható.

#### V.4. Az eljárás alá vont észrevételei<sup>86</sup> az előzetes álláspontra

89. Az eljárás alá vont az előzetes álláspontra tett észrevételeiben fenntartotta azt az álláspontját, miszerint a vizsgált promóciók kapcsán nem állapítható meg vele szemben jogsértés. Egyrészt hivatkozott arra, hogy a kérdéses üzenetek a bannerekkel azonosan megítélendő kommunikációknak minősülnek, másrészt arra, hogy kizárólag online felületen volt a kedvezmény igénybevehető, és végül arra, hogy azonnali tranzakciós döntésre nem volt lehetőség anélkül, hogy a szerződéskötési folyamat során a fogyasztó meg ne ismerhette volna a lényeges információkat, még a választás ellenőrzésére is volt

---

<sup>86</sup> VJ/24-41/2022. és VJ/24-45/2022. iratok

módja az utolsó lépést megelőzően. Minderre figyelemmel a Telekom kérte az eljárás megszüntetését.

90. A Telekom álláspontja szerint az előzetes álláspontban nem megfelelően került ismertetésre a Telekom előadása arról, hogy az SMS bannerként működik. Az SMS-ekkel kapcsolatos felvetése arra irányult, hogy a továbtkattintás és a döntési folyamat azonos szakaszában további információk megismerésének lehetőségét kínáló SMS a bannerek kapcsán követett joggyakorlat szerinti megítélés alá kell hogy essen. A Telekom az SMS-ekkel kapcsolatban nem hivatkozott olyan körülményre, hogy az általa megválasztott kommunikációs eszköz olyan terjedelmi korlátokkal rendelkezett volna, amely a pontos és valós információ közreadását megakadályozta volna.
91. Az SMS-ek vonatkozásában a Telekom előadta azt is, hogy megítélése szerint a fogyasztók több SMS-sel való tájékoztatása révén nem valósítható meg a megfelelő tájékoztatás, ellentétben azzal, amikor továbtkattintás révén a fogyasztóknak lehetőségük van arra, hogy azonnali további információkhoz juthassanak.
92. Az eljárás alá vont az SMS-ekkel kapcsolatban előadottakat a push üzenetekre is kérte figyelembe venni.
93. A Telekom úgy vélte, hogy a GVH nem tett eleget a tényállásfeltárási kötelezettségének, például a telefonos tájékoztatás vagy a fogyasztók által a döntési folyamat azonos szakaszában észlelt tartalom és a kereskedelmi gyakorlat ügyleti döntések befolyásolására való alkalmassága vonatkozásában.
94. A Telekom hangsúlyozta, hogy jogsértés csak akkor állapítható meg, ha az kétséget kizáróan bizonyítást nyert. A jogsértés megállapítását megalapozó összes jelentős tény a GVH-nak kell bizonyítania, amely alól csak jogszabály tehet kivételt. A megállapított tényállás nem alapulhat továbbá spekuláción, feltételezéseken. A telefonos megkeresésre vonatkozó megállapításokkal kapcsolatban az eljárás alá vont szerint nem történt meg az a tényállásfeltárás, amely alapja lehetne egy jogszerű hatósági értékelésnek. A Telekom előadta, hogy a GVH azt a megközelítést vette át, miszerint a fogyasztóknak nyújtott tájékoztatást a scriptben foglaltakkal azonosítja. Ehhez képest a script a fogyasztóval történő beszélgetéshez pusztán segítséget nyújt, és a tényleges beszélgetés során elhangzottak nem azonosíthatók automatikusan a scriptben foglaltakkal, ahogyan a telefonos ügyintézés során is teret kell biztosítani az egyedi fogyasztói igények kezelésének, amire vonatkozóan a script nyilvánvalóan nem tud teljeskörű megoldást kínálni. Ugyanakkor a Telekom szerint a GVH kísérletet sem tett a ténylegesen megvalósult tájékoztatások tartalmának meghatározására.
95. A Telekom álláspontja az, hogy a GVH gyakorlata szerint a versenyfelügyeleti eljárás megszüntetésére kerül sor, ha a tényállás feltárása nem kellő mélységű, hiányos, aminek tárgyi ügyben is helye van.
96. A Telekom kiemelte – a vizsgálati jelentésre tett nyilatkozatával egyezően –, hogy a jelen ügy elvi jelentőséggel veti fel az ágazati előírásoknak megfelelő magatartás megítélésének kérdését. Az eljárás alá vont úgy véli, hogy az ágazati szabályozás szerinti magatartás Fttv. körében történő figyelembevételének kérdését az eljáró versenytanács az Előzetes Álláspontban nem rendezte, és a kiszabni tervezett bírság körében sem értékelte azt a körülményt, miszerint a Telekom azon ágazati szabályozásnak megfelelően adott



tájékoztatást a fogyasztók részére, amely tájékoztatásnak a célja a tájékozott üzleti döntések meghozatalának támogatása.

97. A Telekom álláspontja szerint a fogyasztók részére a tájékozott döntéseik meghozatalának biztosítása érdekében nyújtandó tájékoztatásra, e tájékoztatás értékelésére vonatkozó rendelkezéseket egymásra tekintettel szükséges alkalmazni, amint arra az Európai Elektronikus Hírközlési Kódex létrehozásáról szóló (EU) 2018/1972 európai parlamenti és tanácsi irányelv rámutat. A Telekom álláspontja szerint ez a megközelítés követendő az Fttv. és az ágazati szabályozás viszonyának kérdésében is.
98. A Telekom úgy vélte, hogy az előzetes álláspont csupán felveti, majd megválaszolatlanul hagyja azt a fogyasztókkal szembeni elvárhatósággal is összefüggő kérdést, hogy az ágazati előírások betartásával teljesített tájékoztatás milyen esetekben lehet tisztességtelen, miközben a jogbiztonság érdekében ennek korlátait pontosan meg kell határozni a GVH-nak. Ez a Telekom szerint helytelen megközelítés a vállalkozások oldalán teljes bizonytalanságot teremt, mivel nem feltételezhetik, hogy ha a jogszabályi előírásoknak megfelelően teljesítik tájékoztatási kötelezettségüket, akkor az egy Fttv. alapján lefolytatott eljárásban nem lesz kifogásolható.
99. Az eljárás alá vont álláspontja az, hogy az előzetes álláspont nem ismerteti az ágazati szabályozásra vonatkozó álláspontját, így a Telekom sem tudja kifejtetni észrevételeit, amely sérti a védekezéshez való jogát, és ezáltal a tisztességes hatósági eljáráshoz való jogát.
100. A Telekom hivatkozott arra, hogy mivel ez utóbbi kérdés vonatkozásában nem ismert a GVH álláspontja, így ezzel összefüggésben adott esetben felmerülhet a hatalmi ágak elválasztására vonatkozó követelmény megsértése, ha az eljáró versenytanács jogértelmezése – hatáskörének megsértésével – az ágazati szabályozás kapcsán túllép a jogalkalmazói körön. Erre figyelemmel a Telekom hivatkozott arra, hogy előzetes álláspont szerinti döntés sértené az eljárás alá vont tisztességes hatósági eljáráshoz való, az Alaptörvény XXIV. cikkének (1) bekezdése szerinti jogát.
101. Az előzetes álláspontban meghatározott kiszabandó bírsággal kapcsolatban a Telekom álláspontja szerint a kiinduló összeg csökkentése indokolt, figyelemmel egyrészt arra, hogy az eljáró versenytanács által kifogásolt kereskedelmi kommunikációkat nemcsak lezárt, hanem az értékesíthető díjcsomaggal rendelkező ügyfelek is megkapták, ugyanakkor a GVH a kereskedelmi kommunikációkat a lezárt díjcsomaggal rendelkező fogyasztók vonatkozásában értékelte. Erre figyelemmel a Telekom kérte, hogy az eljáró versenytanács legalább 10 %-kal csökkentse a kiinduló összeg mértékét. Másrészt a Telekom kérte azt is, hogy a GVH vegye figyelembe a kiinduló összeg kapcsán a fogyasztóknak nyújtott kedvezmények költségét is, és legalább kétharmadával csökkentse a kiinduló összeget.
102. A súlyosító körülményekkel kapcsolatban az alábbi álláspontot terjesztette elő az eljárás alá vont. A jogsértő gyakorlat közvetlen és célzott voltával kapcsolatban előadta, hogy a Közlemény 34. pontjának alkalmazásának a jelen ügyben nincs helye, mivel a Telekom szerint a vizsgált kereskedelmi gyakorlat nem minősül fokozottnak, nem állapítható meg az adott piacon szokásosnál nagyobb intenzitása, tekintettel a kommunikáció hatósugarára, az érintett fogyasztói körre és a jogsértés időtartamára, illetőleg nem érte el a fogyasztók vagy egyébként a célközönség jelentős részét. A Telekom hivatkozott ebben a körben a vizsgálati jelentésre, amely rögzíti, hogy a

kereskedelmi kommunikációk alacsony számú fogyasztói kört céloztak meg, és a promóciókban megkeresett fogyasztók aránya még a Telekomnál hívás- és/vagy internetforgalmat bonyolított SIM-kártyával rendelkező fogyasztók számához viszonyítottnak is csekély volt. A Telekom előadta azt is, hogy a Bírágközlemény által e körülmény kapcsán a 31. l.ábjegyzetben felhívott határozat a VJ/41/2013. számú ügyben született, amely egyrészt üdülési joggal volt kapcsolatos, a jelen ügytől teljesen eltérő tényállás valósult meg, másrészt a VJ/41/2013. ügyben hozott határozat nem tartalmaz olyan megállapítást, amely szerint a GVH súlyosító körülményként értékelte volna azt, hogy a jogsértő gyakorlat közvetlen és célzott volt. Minderre figyelemmel az eljárás alá vont kérte, hogy az eljáró versenytanács ne vegye figyelembe súlyosító körülményként azt, hogy a jogsértő gyakorlat közvetlen és célzott volt.

103. A piaci szereplő jelentős súlyúnak minősítésével és ennek súlyosító körülményként értékelésével kapcsolatban a Telekom hivatkozott arra, hogy a Közlemény 36. pontja értelmében nem önmagában vehető figyelembe súlyosító körülményként az, hogy a vállalkozás jelentős piaci súlyú piaci szereplő, csak akkor, ha jelentős a jogsértés hatása. Ez a körülmény a Telekom szerint jelen esetben nyilvánvalóan nem áll fenn, mivel a magatartás a fogyasztók csekély körét érte el és rájuk is csak csekély hatást gyakorolt, így összességében a magatartás hatása nem minősíthető jelentősnek. Az eljárás alá vont szerint a Telekom mobil hírközlési piacon betöltött szerepének a vizsgált magatartások kapcsán egyáltalán nincs relevanciája, a vizsgált kampányoknak elvi szinten sem volt lehetőségük a Telekom piaci helyzetének megváltoztatására és a piaci verseny érdemi befolyásolására. Erre figyelemmel a Telekom kérte, hogy az eljáró versenytanács ne vegye figyelembe súlyosító körülményként azt, hogy a Telekom jelentős súlyú piaci szereplő.
104. A Telekom jelezte a bírságszámítással kapcsolatban, hogy amennyiben a GVH a Telekom számára kedvezőtlenül kíván módosítani az előzetes álláspontban foglaltakon, akkor a Telekom azzal kapcsolatos álláspontját ki kívánja fejteni. Ha erre nem nyílik lehetősége, akkor az a Telekom megítélése szerint a tisztességes hatósági eljáráshoz való jogának megsértését eredményezi.
105. Az előzetes állásponttal ellentétben a Telekom szerint több enyhítő körülmény is azonosítható a jelen ügyben. Egyrészt a Telekom úgy vélte, hogy fogyasztók megkapják a szükséges információkat az ágazati szabályozásnak megfelelően. Az eljárás alá vont hivatkozott arra, hogy a GVH más ügyekben enyhítő körülményként vette figyelembe, hogy a fogyasztók a szerződéskötés előtt a vállalkozást terhelő ágazati kötelezettségek révén szükségszerűen további információkhoz jutnak (ennek kapcsán hivatkozott a VJ/1/2019 ügyben hozott határozat 170. pontjára), illetve a fogyasztók számára további tájékoztatások is elérhetőek voltak (ennek kapcsán hivatkozott a VJ/1/2021 ügyben hozott határozat 230. pontjára). Erre figyelemmel a Telekom kérte, hogy az eljáró versenytanács kiemelt súllyal vegye figyelembe enyhítő körülményként, hogy a fogyasztók a szerződéskötést megelőzően, ekként a döntésre vonatkozó korrekciós lehetőséget hagyva az ágazati szabályozás alapján megkapják a tájékozott szerződéskötéshez szükséges információkat.
106. A Telekom további enyhítő körülményként kívánta figyelembe venni a jelentős fogyasztói sérelem, hátrány hiányát (ennek kapcsán hivatkozott a VJ/1/2021 ügyben hozott határozat 231. pontjára és a VJ/30/2019 ügyben hozott határozat 254. pontjára). A Telekom szerint a jelen esetben megállapítható, hogy a vizsgált magatartás a fogyasztók

csékély körét érte el és rájuk is csak csekély hatást gyakorolt, illetve esetükben jelentősebb sérelemről vagy hátrányról nem lehet beszélni, figyelemmel arra, hogy a fogyasztók ingyen 30 GB nethez jutottak, továbbá a 2021. decemberi kampány esetén még további 50% kedvezményben részesültek 3 hónapon át a mobilnet havidíjából is. A Telekom kérte, hogy az eljáró versenytanács ezt a körülményt kiemelt súllyal vegye figyelembe enyhítő körülményként.

107. A Telekom további enyhítő körülményként kérte figyelembe venni – legalább közepes súllyal – azt, hogy a két vizsgált kampány csak rövid ideig, 1-1 hónapig tartott.
108. Az előzetes álláspont szerint a GVH figyelembe véve a releváns korábbi döntések számát, időpontját, az azokban értékelt magatartások hasonlóságának mértékét az ismétlődés szempontjára tekintettel összességében a bírság kalkulált alapösszegét az Előzetes Álláspontban megjelölt mértékben tervezi emelni. Ezzel összefüggésben a Telekom úgy vélte, hogy a megjelölt korábbi ügyek és a jelen ügy között szoros relevancia, illetve az értékelt magatartások között jelentős hasonlóság nem azonosítható, ezért az alkalmazni tervezett szorzószám mértéke eltűzött.
109. Az együttműködés figyelembevételével összefüggésben a Telekom előadta, hogy az eljárás korai szakaszában kötelezettségvállalási javaslatot tett, ugyanakkor erre semmilyen visszajelzést nem kapott a GVH-tól. A Telekom hivatkozott arra is, hogy ez a körülmény a bírság mértékének megállapítása körében nem hagyható figyelmen kívül, mivel ezzel a kötelezettségvállalási javaslatával egyértelműen kifejezésre juttatta az átlagos mértéken túlmutató együttműködési készségét.
110. A Telekom a tárgyaláson korábbi észrevételeit fenntartva, négy, álláspontja szerint elvi jelentőségű kérdést emelt ki:
  - i) Az SMS-ek bannerhez hasonló, továbbkattintási lehetőséget biztosító kommunikációs eszközök, amelyek értékelését nem befolyásolja, hogy arra az Fttv. 6. §-a vagy 7. §-a alapján kerül sor.
  - ii) A fogyasztónak nem volt lehetősége azonnali tranzakciós döntésre anélkül, hogy meg ne ismerhette volna a lényeges információkat, amelyek vagy a továbblépés lehetősége révén volt elérhető számukra, vagy amely információk egyébként az ágazati szabályozás miatt már korábban is rendelkezésükre álltak, ennek kapcsán felmerül, hogy milyen magatartás várható el a fogyasztóktól.
  - iii) Az ágazati szabályozás figyelembe vétele, a fogyasztók tájékozott döntéseit biztosítani célzó ágazati szabályozási kötelezettségek és a fogyasztóvédelmi szabályozás közötti viszony, a konkrét ügy kapcsán és általánosság szintjén is kérdés ez. A konkrét ügy kapcsán jelentősége van, hogy a fogyasztók tudhattak-e arról, hogy a díjcsomagjuk lezártnak minősül, márpedig ezt az információt a fogyasztók az ágazati szabályozás alapján számlavégi üzenetként megkapták. Az ágazati szabályozási tájékoztatási kötelezettség teljesítését nem vette figyelembe az előzetes álláspont és nem tisztázta, hogy ennek ellenére miért állapítható meg a jogsértés. Általában is kérdés, hogy az ágazati tájékoztatási kötelezettség teljesítése esetén a piaci szereplőknek milyen egyéb követelményeknek kell megfelelnie. A VJ/1/2019 ügyben a versenytanács enyhítő körülményként vette figyelembe, hogy a fogyasztók szerződéskötés előtt szükségszerűen (az ágazati szabályozás alapján) kaptak információkat az adott szolgáltatásról. Ennek kapcsán

felhívta a figyelmet továbbá arra, hogy az UCP iránymutatás (Bizottság közleménye: Iránymutatás a belső piacon az üzleti vállalkozások fogyasztókkal szemben folytatott tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatairól szóló 2005/29/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv értelmezéséhez és alkalmazásához (2021/C 526/01)) is foglalkozik az ágazati és a fogyasztóvédelmi szabályozás viszonyával, az ebben található teszt is releváns.

- iv) A bizonyítási teher kérdésköre: a GVH-nak fel kellett volna tárnia, hogy milyen magatartást tanúsított az eljárás alá vont, nem élhet feltételezésekkel, így nem megfelelő, hogy a telefonos ügyfélszolgálat által nyújtott tájékoztatás értékelését a GVH csak a scriptben foglaltak alapján végezte el.

## VI.

### Jogszabályi háttér

111. Az Fttv. 19. § 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.
112. Az Fttv. 1. § (1) bekezdése szerint az Fttv. állapítja meg a termékhez 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 Magyarország területén valósul meg, továbbá arra is, amely Magyarország területén bárkit fogyasztóként érint.
113. Az Fttv. 2. § értelmében az Fttv. alkalmazásában:
- fogyasztó: az önálló foglalkozásán és gazdasági tevékenységén kívül eső célok érdekében eljáró természetes személy,
  - termék: áru vagy szolgáltatás, ideértve az ingatlanulajdont, a digitális szolgáltatást és digitális tartalmat, valamint a jogokat és kötelezettségeket is
  - kereskedelmi gyakorlat: a vállalkozásnak, illetve a vállalkozás érdekében vagy javára eljáró személynek a termék fogyasztók részére történő értékesítésével, szolgáltatásával vagy eladásösztönzésével közvetlen kapcsolatban álló magatartása, tevékenysége, mulasztása, reklámja, marketingtevékenysége vagy egyéb kereskedelmi kommunikációja,
  - kereskedelmi kommunikáció: a vállalkozás önálló foglalkozásával vagy gazdasági tevékenységével közvetlenül összefüggésben történő információközlés, függetlenül annak megjelenési módjától, eszközétől,
  - ügyleti döntés: a fogyasztó arra vonatkozó döntése, hogy kössön-e, illetve hogyan és milyen feltételek mellett kössön szerződést, továbbá hogy gyakorolja-e valamely jogát a termékkel kapcsolatban.

114. Az Fttv. 4. § (1) bekezdése értelmében a kereskedelmi gyakorlat megítélése során az olyan fogyasztó magatartását kell alapul venni, aki észszerűen tájékozottan, az adott helyzetben általában elvárható figyelmességgel és körültekintéssel jár el, figyelembe véve az adott kereskedelmi gyakorlat, illetve termék nyelvi, kulturális és szociális - különösen családi kapcsolatokkal összefüggő - vonatkozásait is. Ha a kereskedelmi gyakorlat a fogyasztók egy meghatározott csoportjára irányul, az adott csoport tagjaira általánosan jellemző magatartást kell figyelembe venni. Ugyanezen szakasz (2) bekezdése szerint, ha a kereskedelmi gyakorlat csak a fogyasztóknak egy, az adott gyakorlat vagy az annak alapjául szolgáló termék vonatkozásában koruk, hiszékenységük, szellemi vagy fizikai fogyatkozásuk miatt különösen kiszolgáltatott, egyértelműen azonosítható csoportja magatartásának torzítására alkalmas, és ez a kereskedelmi gyakorlat megvalósítója által észszerűen előre látható, a gyakorlatot az érintett csoport tagjaira általánosan jellemző magatartás szempontjából kell értékelni. Ha a kereskedelmi kommunikáció a családi kapcsolatot, a családi közösséget hangsúlyosan megjeleníti, e bekezdés alkalmazása szempontjából egyértelműen azonosítható csoportnak tekinthető az ilyen kereskedelmi kommunikációval megszólított családtagok köre.
115. Az Fttv. 3. § (1) bekezdése kimondja, hogy tilos a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat. Az Fttv. 3. § (2) bekezdése szerint tisztességtelen az a kereskedelmi gyakorlat,
- a) amelynek alkalmazása során a kereskedelmi gyakorlat megvalósítója nem az észszerűen elvárható szintű szakismerettel, illetve nem a jóhiszeműség és tisztesség alapelveinek megfelelően elvárható gondossággal jár el (a továbbiakban: szakmai gondosság követelménye), és
  - b) amely érzékelhetően rontja azon fogyasztó lehetőségét a termékkel kapcsolatos, a szükséges információk birtokában meghozott tájékozott döntésre, akivel kapcsolatban alkalmazzák, illetve akihez eljut, vagy aki a címzettje, és ezáltal a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készíti, amelyet egyébként nem hozott volna meg (a továbbiakban: a fogyasztói magatartás torzítása), vagy erre alkalmas.
116. Az Fttv. 3. § (3) bekezdése szerint a (2) bekezdés értelmében tisztességtelen különösen az a kereskedelmi gyakorlat, amely megtévesztő (6. § és 7. §) vagy agresszív (8. §). A (4) bekezdés szerint a mellékletben meghatározott kereskedelmi gyakorlatok tisztességtelenek.
117. Az Fttv. 6. § (1) bekezdés 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 alábbiak közül egy vagy több tényező tekintetében, és ezáltal a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készíti, amelyet egyébként nem hozott volna meg, vagy erre alkalmas
- b) a termék lényeges jellemzői.
118. Az Fttv. 9. § (1) bekezdése értelmében a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértéséért felel az a vállalkozás, amelynek a kereskedelmi gyakorlattal érintett termék értékesítése, eladásának ösztönzése közvetlenül érdekében áll. A (2) bekezdés szerint az (1) bekezdés szerinti vállalkozás felel akkor is, ha a kereskedelmi gyakorlatot szerződés alapján más személy valósítja meg a vállalkozás érdekében vagy javára.

119. 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.
120. Az Fttv. 11. § (1) bekezdése szerint 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 termék mennyiségére, vagy
  - b) a jogsértésért felelős vállalkozás mérete a nettó árbevétel nagysága alapján.
121. Az Fttv. 11. § (2) bekezdése szerint a gazdasági verseny érdemi érintettsége minden egyéb körülményre tekintet nélkül fennáll, ha
- a) a kereskedelmi gyakorlat országos médiaszolgáltatást végző médiaszolgáltatón keresztül valósul meg,
  - b) a kereskedelmi gyakorlat országos terjesztésű időszakos lap vagy legalább három vármegyében terjesztett napilap útján valósul meg,
  - c) a fogyasztók közvetlen megkeresésének módszerével végzett kereskedelmi gyakorlat legalább három vármegye fogyasztói felé irányul, vagy
  - d) a termék eladásának helyén alkalmazott eladásösztönző kereskedelmi gyakorlat legalább három vármegyében megszervezésre kerül.
122. Az eljáró versenytanács határozatában a Tpv. 76. § (1) bekezdésének
- f) pontja alapján megállapítja a jogsértés tényét;
  - k) pontja alapján bírságot szabhat ki.
123. A Tpv. 46. § (1) bekezdése alapján a versenyfelügyeleti eljárásra a Tpv.-ben foglalt rendelkezéseket kell alkalmazni. Az általános közigazgatási rendtartásról szóló 2016. évi CL. törvény rendelkezéseit akkor kell alkalmazni, ha azt a Tpv. kifejezetten előírja.

## VII.

### Jogi értékelés

#### VII.1. Hatály

124. A fentebb ismertetett tényállásra az Fttv. rendelkezései alkalmazandók tekintettel arra, hogy az eljárás alá vont által alkalmazott tájékoztatások természetes személy fogyasztóknak szólnak.

#### VII.2. Hatáskör, illetékesség

125. 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.

126. Jelen eljárásban a gazdasági verseny érdemi érintettsége az Fttv. 11. § (1) bekezdése és a (2) bekezdés c) pontja alapján fennáll, tekintettel a jogsértésért felelős vállalkozás méretére, valamint arra, hogy a kifogásolt kommunikáció több mint három vármegye fogyasztóit érintette, valamint arra, hogy a fogyasztók közvetlen megkeresésének módszere is megállapítható, mivel csak azok az előfizetők kaptak az ajánlatról értesítést, akik jogosultságuk alapján azt igénybe vehették, így az eljárás a Gazdasági Versenyhivatal hatáskörébe tartozik.
127. A Gazdasági Versenyhivatal illetékességét a Tpv. 45. §-a állapítja meg.

### VII.3. A felelősség megállapításának jogszabályi alapja és értékelése

128. Az Fttv. 9. § (1) bekezdése értelmében a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértéséért felel az a vállalkozás, amelynek a kereskedelmi gyakorlattal érintett termék értékesítése, eladásának ösztönzése közvetlenül érdekében áll.
129. Az Fttv. 9. § (1) bekezdésében alkalmazott érdek-elv figyelembevételével a jelen versenyfelügyeleti eljárás során vizsgált kereskedelmi gyakorlattal kapcsolatban az eljárás alá vont vállalkozás felelőssége megállapítható, tekintettel arra, hogy a vizsgálattal érintett promóciókat (kedvezményt) az eljárás alá vont nyújtotta a fogyasztók részére az általa közvetlenül értékesített díjsomagok vonatkozásában, a kapcsolódó kereskedelmi kommunikációkat is az eljárás alá vont hozta létre és tette közzé, és ezzel összefüggésben a promóciók igénybevételének ösztönzése az eljárás alá vontnak közvetlenül érdekében állt, mivel abból bevétele származott a vizsgált időszakban.

### VII.4. A vizsgált magatartás értékelése

#### VII.4.1. Érintett fogyasztók

130. Az eljáró versenytanács értékelése szerint jelen ügyben a kereskedelmi gyakorlattal érintett fogyasztók között nem azonosítható koruk, hiszékenységük, szellemi vagy fizikai fogyatkozásuk miatt különösen kiszolgáltatott csoport, illetve speciális tudás vagy magasabb tudatossági szint sem várható el a fogyasztóktól, így a vizsgált kereskedelmi gyakorlat megítélése során az Fttv. 4. § (1) bekezdése szerint az olyan fogyasztó magatartását kell alapul venni, aki észszerűen tájékozottan, az adott helyzetben általában elvárható figyelmességgel és körültekintéssel jár el.

#### VII.4.2. A kereskedelmi gyakorlat üzenete

131. Az eljáró versenytanács értékelése szerint az eljárás alá vont vizsgált kommunikációi azt az üzenetet közvetítik a fogyasztó számára, hogy a promóciókban kínált kedvezményt (egyszeri kiegészítő adtdíjsomag és/vagy havidíj-kedvezmény) a meglévő előfizetői díjsomagjára történő további egy év hűségidő vállalásával is igényelheti.
- Az SMS-ekben az eljárás alá vont által használt kifejezések olyan előfizetésre utalnak, amellyel a fogyasztó már rendelkezik a kommunikáció észlelésének időpontjában (SMS: „50% kedvezményt kapsz mobilneted havidíjából 3 hónapon át”, ha 1 éves hűséget vállalsz mobil előfizetésedre).

- A Telekom alkalmazásból küldött *push* üzenetek a hűségvállalás egyszerűségét, „kockázatmentességét” közvetítették a fogyasztók számára („*Csak vállalj 1 év hűséget az alkalmazásban!*”), melyek szintén nem vethették fel a fogyasztóban a gyanút, hogy a kedvezmény eléréséhez más előfizetés igénybevétele lehet szükséges.
- A telefonos megkeresés (*telesales*) során elhangzó tájékoztatás szintén a hűségvállalás egyszerűségét hangsúlyozta („*egyszerűen, néhány gombnyomással*”), továbbá a „megújít” kifejezés szintén arra utalhat, hogy a fogyasztó a meglévő előfizetésének feltételeit vállalja további 1 évre a kedvezményekért cserébe.
- A Telekom alkalmazásban megjelenő *banner*-en csak a kedvezmény tartalma és a hűségvállalás szükségessége jelent meg, amely – tekintettel arra is, hogy célzott kommunikációról volt szó – azt az üzenetet közvetítette, hogy kedvezmény a meglévő csomag folytatásával, arra való hűségvállalással elérhető.

132. A Telekom kifogásolta, hogy a vizsgálati jelentés több helyen keveri az előfizetés és a díjcsomag fogalmát és ez az értelmezési pontatlanság kihat a kereskedelmi gyakorlat értékelésére is. Az eljáró versenytanács ezzel nem ért egyet, a probléma, hogy a fogyasztók érthették úgy a kommunikációt, hogy az aktuális szolgáltatási keretfeltételeik folytatásával is igénybe vehetik az ajánlatot, hiszen az tartalmazott olyan kifejezéseket („*mobiltetted*”, „*megújít*”, „*hűség vállalása*”), amelyek a meglévő helyzet folytatására utalnak függetlenül attól, hogy annak kereteit előfizetés, vagy díjcsomag határozza meg, e két fogalom megkülönböztetése, ebben a kontextusban, a fogyasztók szempontjából lényegtelen.

#### VII.4.3. Valótlan információ, megtévesztés

133. Az eljárás alá vont kereskedelmi kommunikációit a promóciók idején lezárt [üzleti titok] díjcsomaggal rendelkező ügyfelek is megkapták.

134. [üzleti titok]<sup>87</sup>

135. Az eljáró versenytanács ezért a továbbiakban a jelentősebb arányban megcélzott, lezárt díjcsomaggal rendelkező fogyasztók vonatkozásában értékeli a kereskedelmi kommunikációkat. Az eljáró versenytanács megjegyzi, hogy az eljárás alá vontnak amiatt is ügyelnie kellett volna arra, hogy a lezárt díjcsomaggal rendelkezők szempontjából megfelelő legyen a tájékoztatása, hogy ezen előfizetők tették ki a kommunikáció célcsoportjának meghatározó részét.

136. A díjcsomag lezárása azt jelenti, hogy a díjcsomagot a Telekom a továbbiakban nem értékesíti, a lezárást követően arra új előfizetői szerződés nem köthető. Ebből következően a lezárt hang- és/vagy adatdíjcsomaggal rendelkező fogyasztók a kedvezményt meglévő előfizetésükkel nem vehették igénybe, azt a Telekom fel sem ajánlotta részükre, a kedvezmény eléréséhez felkínált ajánlat(ok) csak aktuálisan értékesített díjcsomagokra vonatkozott (vonakoztak).

137. A megtévesztés értékelésekor a lezárt díjcsomaggal rendelkező fogyasztók vonatkozásában az eljáró versenytanács szerint tisztázandó, hogy előzetesen tudomással bírhattak-e arról, hogy az aktuálisan igénybe vett díjcsomagjuk lezártnak minősül és a

---

<sup>87</sup> [üzleti titok]



csomag lezárása milyen következményekkel jár. Ezen információ hiányában ugyanis a fogyasztók azt gondolhatták a kommunikáció észlelésekor, illetve a kedvezmény igénybevételének folyamatában is, hogy meglévő előfizetésükre vállal(hat)ják a hűségidőt.

138. A Telekom a díjcsomagok lezárásának időpontjáról annak esedékességekor, az Eht. 144. § (4) bekezdése alapján számlavégi üzenetben (majd 2020. december 20-tól honlapon közzétett összefoglalóban) tájékoztatta a fogyasztókat (ld. határozat IV.4. fejezet). Emellett a díjcsomagok értékesítésének lezárásakor a Telekom alkalmazásban - amennyiben a fogyasztó azzal rendelkezik - az egyes hívószámokhoz tartozó díjcsomag-részletező felületén, illetve a számlalevélen is módosult a díjcsomag elnevezése.
139. A jelen eljárásban vizsgált kereskedelmi kommunikációk nem tartalmaztak utalást vagy figyelemfelhívást arra nézve, hogy a fogyasztónak a promóció igénybevételéhez ellenőrizni szükséges meglévő előfizetését, ugyanis amennyiben az korábban lezárásra került, úgy a kedvezményt már csak a meglévőtől eltérő előfizetéssel veheti igénybe. A számlavégi üzenetben való tájékoztatás az eljárás alá vont ágazati jogszabályon alapuló kötelezettsége, az eljáró versenytanács álláspontja szerint ugyanakkor nem reális, hogy önmagában ez alapján az átlagos fogyasztó a díjcsomagja lezárásának tudatában volt, ahogyan az sem reális, hogy az átlagos fogyasztó a lezárás azon következményeivel is tisztában van, hogy adott csomag meglévő előfizetői sem vállalhatnak arra új hűségidőszakot, illetve nem vehetnek igénybe kedvezményes kiegészítő ajánlatot (erre a 46. pontban bemutatott tájékoztatások sem utaltak). Ugyan a Telekom alkalmazásban és a számlalevélnélben a díjcsomag lezárásával annak elnevezése módosul, kétséges, hogy a fogyasztó az egyes előfizetések nevében történő változást nyomon követné, különösen, ha nem gondolkodik váltáson, mert a szolgáltatással elégedett, a csomagjában foglalt adatforgalmi keretet elegendőnek érzi. Emellett az is elképzelhető, hogy a fogyasztó a díjcsomag lezárásakor még nem rendelkezett Telekom alkalmazással, így nem volt tapasztalata arra nézve, hogy az alkalmazásban az értékesítés lezárásával a díjcsomag elnevezése is módosul. A számlalevélnélben történő tájékoztatással kapcsolatban releváns, hogy a Telekom alkalmazásban lehetséges számla-befizetés a számla megnyitása (azaz a számlavégi tájékoztatás megismerése) nélkül is, amely szintén csökkenté annak esélyét, hogy a fogyasztó naprakész tudással bírjon a díjcsomag nevében bekövetkezett változásokról. E tekintetben releváns, hogy az eljáró versenytanács álláspontja szerint nem tekinthető minden fogyasztó által ismert, vagy köztudomású ténynek sem, hogy a díjcsomagok „elévülnek”, azokat a szolgáltatók bizonyos idő után szükségszerűen lezárják és ez azt is jelenti, hogy arra az adott csomag előfizetője sem vállalhat újabb hűségidőszakot, illetve nem vehet igénybe kedvezményes ajánlatot. Azonban még ha feltételezzük is, hogy az előfizetőkhez ténylegesen eljutott a díjcsomagjuk lezárásával kapcsolatos tájékoztatás (így feltételezzük azt is, hogy az előfizető a lezárás tényét és annak következményeit is megismerte), az eljáró versenytanács álláspontja szerint az átlagos fogyasztótól akkor sem reális és nem elvárható, hogy ha a lezárásról való tájékoztatástól független módon, attól eltérő időben és formátumban kap egy kifejezetten a meglévő előfizetése folytatására utaló, neki célzott üzenetet (pl. „*kedvezményt kapsz mobilneted havidíjából 3 hónapon át*”, *ha 1 éves hűséget vállalsz mobil előfizetésedre*”), ami a lezártságra és annak következményeire nem utal, akkor ennek a célzott üzenetnek a valóságtartalmában kételkedni kezdjen, vagy a lezárásról való korábbi tájékoztatás miatt eleve tudja, hogy az a korábbi általános tájékoztatás felülírja ezt a célzott üzenetet és így ez az ő esetében mégsem jelentheti a meglévő csomagja folytatását, hanem csak egy új

csomag vásárlását. A Versenytanács gyakorlata szerint „a reklámok valóságtartalmában fenntartás nélkül megbízó fogyasztó racionális fogyasztónak minősül. Az a fogyasztó is ésszerűen jár el, aki nem kételkedik a reklámok által nyújtott tájékoztatásban, a reklámozó szavahihetőségében, hanem a reklámokat egy ésszerűen költséghatékony tájékoztatói folyamatban az üzleti tisztesség követelményének érvényesülésében bízva kezeli. Az ésszerűen eljáró fogyasztótól nem azt kell elvárni, hogy ellenőrizze a reklámokban szereplő információ helytállóságát.”<sup>88</sup>, „az ésszerűen tájékozottan eljáró fogyasztótól – sem várható el, hogy gyanakodjon, ne bízson az üzleti tisztesség követelményének érvényesülésében, abban, hogy a számára adott tájékoztatás igaz, pontos. A fogyasztó nem köteles további kutakodást folytatni annak érdekében, hogy a hozzá eljuttatott üzenet valóságnak megfelelő, teljes tartalmát megismerje, nem várható el tőle, hogy a reklámok szavahihetőségét kétségbe vonja.”<sup>89</sup> A bírói gyakorlat is megerősítette, hogy „az átlagfogyasztónak a tárgyi kommunikáció kapcsán nem kötelessége, hogy annak tartalmában kételkedjen, a valóságtartalmát ellenőrizze”<sup>90</sup>, „A reklámok valóságtartalmában fenntartás nélkül megbízó fogyasztó racionális fogyasztónak minősül. Nem várható el a fogyasztótól, hogy a reklámok valóságtartalmának utánajárjon, azt még külön idő- és energiaráfordítással megpróbálja verifikálni. Az a fogyasztó is ésszerűen jár el, aki nem kételkedik a reklámok által nyújtott tájékoztatásban, a reklámokat az üzleti tisztesség követelményének érvényesülésében bízva kezeli. A tájékozottan eljáró fogyasztótól nem várható el, hogy gyanakodjon, ne bízson az üzleti tisztesség követelményének érvényesülésében, abban hogy a számára adott tájékoztatás igaz, pontos, egzakt.”<sup>91</sup> A Kúria a BH2015. 87. számú döntésében is kiemelte, hogy a fogyasztók megtévesztésével kapcsolatos jogi szabályozás nem változott a tekintetben, hogy a fogyasztótól nem várható el az, hogy egy adott reklám tartalmában kételkedjen, annak valóságtartalmát ellenőrizze, és az azzal ellentétes körülményeket vagy az állítást cáfoló körülményeket keresse, kutassa.

140. Az eljárás alá vont észrevételeivel kapcsolatban az eljáró versenytanács hangsúlyozza, hogy nem vitatja az ágazati szabályozásban rögzített tájékoztatási kötelezettségek szerepét és azok teljesítését sem, azt hatáskör hiányában a GVH nem is értékelheti. Lényeges azonban, hogy az ágazati szabályozási követelmények teljesítése nem jelentheti azt, hogy később, az azoktól független módon megvalósított kommunikációk tartalma lehet akár ellentétes is azokkal, illetve, hogy a vállalkozás elvárhatná, hogy az átlagos fogyasztó egy korábbi általános tájékoztatás alapján maga egészítse ki, vagy maga korigálja a vállalkozástól más formában, vagy később kapott üzenet tartalmát lényeges információkkal. Jelen esetben a Telekom egy meghatározó részben lezárt díjcsomaggal rendelkező előfizetői kört célzó kommunikáció kapcsán a fogyasztóktól várta volna el, hogy a csomagjuk lezárásáról kapott korábbi tájékoztatásuk alapján maguk korigálják a Telekom üzenetét, amely korlátozás nélkül utalt a meglévő díjcsomagra való igénybevétel lehetőségére. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint indokolatlan egy átlagos fogyasztótól elvárni, hogy a díjcsomag lezárásról való általános korábbi tájékoztatás miatt azt gondolja a jelen eljárásban vizsgált egyedi ajánlatra vonatkozó, célzott kommunikációval való első találkozásakor is, hogy csak új csomagra veheti igénybe a kínált kedvezményt. A Telekomnak az akció célcsoportját figyelembe véve, eleve úgy

<sup>88</sup> Lásd Elvi jelentőségű döntések I.4.2. pont.

<sup>89</sup> Lásd Elvi jelentőségű döntések I.4.12. pont.

<sup>90</sup> Lásd FT 13.K.700.112/2018/13.

<sup>91</sup> Lásd FKMB 3.K.32.752/2016/12.

kellett volna kialakítania a kommunikációját, hogy az önmagában sem legyen megtévesztő, ezen célcsoport átlagos fogyasztói számára sem. Tekintettel arra, hogy az eljáró versenytanács előzetes álláspontja sem tekintette az ágazati szabályozásnak megfelelő tájékoztatási kötelezettség teljesítéséért a jogsértést megszüntető körülménynek, az eljáró versenytanács nem ért egyet a Telekom azon észrevételével, hogy önmagában a Telekom érveire való reagálás újabb előzetes álláspont kiadását tenné szükségessé.

141. A kereskedelmi kommunikációk fogyasztók által észlelt üzenetén tehát az eljárás alá vont díjsomagok lezárásával kapcsolatos ágazati szabályozáson alapuló tájékoztatási gyakorlata sem változtatott, sőt, a promóciók során a lezárt díjsomagokra történő utalás hiánya értelmezésüket tovább erősítette. Ahogyan a Telekom fogalmazott, a megcélzott fogyasztói kör „jogosultsága alapján” kapott értesítést a kedvezményről, így a megcélzott fogyasztói észszerűen, a reklámok által nyújtott tájékoztatásban, a reklámozó szavahihetőségében bízva (lásd a 139. pontban hivatkozott joggyakorlatot) alappal gondolhatták, hogy nem rendelkeznek olyan előfizetéssel, amely ne tenné lehetővé a kedvezmény igénybevételét.
142. Ez a fogyasztói feltevés a rendelkezésre álló adatok alapján nem volt helytálló, ugyanis a lezárt díjsomaggal rendelkező fogyasztók a kedvezményt - a lezárt díjsomag megtartása mellett - nem vehették igénybe, és ez az egyes kereskedelmi kommunikációkból nem derült ki a fogyasztó számára.
143. Az SMS-ben szereplő linkre kattintással a Telekom alkalmazás előzetes telepítésétől és a legutóbbi szerződéskötéshez képest az adatokban bekövetkezett változástól függően különböző oldalak jelentek meg.
- Amennyiben a fogyasztó készülékén a Telekom alkalmazás nem volt elérhető, úgy a fogyasztó egy olyan oldalra navigált, ahol nem a promóció részleteiről, hanem az alkalmazás előnyeiről esett szó. Ez az oldal tehát egy reklámszerű megjelenéssel és funkcióval rendelkezett, és nem volt alkalmas arra, hogy a fogyasztó számára tisztázza a kedvezmény igénybevételi feltételeit.
  - Amennyiben a fogyasztó készülékén a Telekom alkalmazás elérhető volt, de a Telekomnál nyilvántartott adatokban a legutóbbi szerződéskötés óta változás következett be, amelyet a fogyasztó még nem jelentett be, a kedvezmény igénybevétele nem volt lehetséges az adatok egyeztetése nélkül. A fogyasztó tehát a kedvezmény részletes feltételei ismeretének hiányában először az adatai egyeztetésére kényszerült, majd ezt követően került abba a helyzetbe, hogy az alkalmazáson belül tájékozódjon az ajánlat részleteiről. Az eljáró versenytanács megítélése szerint a megfelelő gyakorlat épp ennek fordítottja lett volna, miszerint a Telekom előzetesen tájékoztatja az ügyfelet az akció részleteiről, hiszen ezáltal további lépések voltak szükségesek ahhoz, hogy a fogyasztó a megfelelő információk birtokába jusson. Ez az érkező oldal tehát szintén nem volt alkalmas arra, hogy a fogyasztó számára tisztázza a kedvezmény igénybevételi feltételeit.
  - Amennyiben a fogyasztó készülékén a Telekom alkalmazás elérhető volt, és a szerződéskötésnek nem volt akadálya, a fogyasztó a Telekom alkalmazás főoldalára (Áttekintés oldal) jutott. A Telekom alkalmazásban ezt követően elérhető további tájékoztatások (lásd határozat 34) pontját) a kedvezmény igénybevételi folyamatának 2. lépésénél már utalnak arra, hogy a kedvezmény megszerzésének feltétele a díjsomagváltás („új csomagjainkból”, „új

*dijcsomag*”). Ugyanakkor a banner kapcsán a későbbiekben (lásd 147 ponttól) ismertettek szerint a csomagválasztás során a fogyasztó nem került szükségszerűen a főüzenetet korrigáló információ birtokába.

144. Az eljárás alá vont hivatkozása, miszerint az SMS banner-ként működik és akként értékelendő az eljáró versenytanács értékelése szerint jelen esetben nem helytálló. Az eljáró versenytanács először is hangsúlyozza, hogy a Telekom által hivatkozott ügyek és bannerekkel kapcsolatos elvi döntések Fttv. 7. § alapján folytatott eljárásokhoz kapcsolódnak, jelen eljárás pedig az Fttv. 6. §-a szerinti aktív megtévesztést vizsgál. Az eljáró versenytanács az SMS azon képességét nem vitatja, hogy a bannerekhez hasonlóan képes arra, hogy további információkhoz vezessen (ilyen linket tartalmazzon), azonban jelen esetben nem állapítható meg, hogy a fogyasztók által az SMS-ből közvetlenül elérhető felület az SMS hiányosságát feltétlenül orvosolta (a kedvezmény igénybevételi feltételeit tisztázta) volna, ahogyan az az előző bekezdésben bemutatásra került. Emellett a GVH a VJ/36/2016. számú, Telenor Magyarország Zrt. ellen folytatott eljárásban hozott határozatából az a megállapítás, hogy *„az eljárás alá vont számára többletköltséget nem jelent, ha egy vagy több SMS által továbbítható karakterszámot tartalmaz az üzenete. Az elmaradt információkat néhány szóval, az eljárás alá vont által alkalmazott SMS-ek terjedelmi keretei között is közölhette volna, illetve nem igazolható, hogy az SMS eszköz terjedelmi korlátai miatt kellett azokat és éppen azokat az információkat mellőzni”* (188. pont), jelen eljárásban is releváns, azaz a megválasztott kommunikációs eszköz terjedelmi keretei nem akadályozhatták az eljárás alá vontat a pontos és valós információ közreadásában.
145. A Telekom alkalmazásból küldött push üzenetek értékelése az érkezési oldalak azonossága miatt az SMS-ek értékelésével egyező.
146. A telefonos megkeresés (telesales) kapcsán kiemelt jelentősége van az ügyintéző által közreadott tájékoztatásnak. Nem várható el ugyanis a fogyasztótól, hogy az ügyintéző által közölt kommunikáció tartalmában kételkedjen, annak valóságtartalmát kérdéseivel ellenőrizze, és az azzal ellentétes vagy a tájékoztatóban foglalt állítást cáfoló körülményeket az igénybevételi folyamat során keresse, például az ÁSZF rendelkezéseiben. A Telekom arra vonatkozó észrevételeivel az eljáró versenytanács nem értett egyet, hogy a telefonos kommunikáció tartalmának értékelésére ne lenne alkalmas a Telekom által használt script és hogy egyedi beszélgetések tartalmát is szükséges lett volna vizsgálni. A Telekom által a vizsgált kereskedelmi gyakorlat során alkalmazott script-ben szereplő mélységben és részletességgel kidolgozott kommunikációs minták (az ügyintéző által gyakorlatilag felolvasandó mondatok) az eljáró versenytanács álláspontja szerint a vállalkozás által a telesales munkatársaktól elvárt közlések tartalmát képezik, így nem volt indokolt az egyedi beszélgetések további tartalmi vizsgálata. Egy Telekom méretű cég esetében a telefonos értékesítés megszervezésének bevett eszköze az ilyen segédletek alkalmazása és a Telekomhoz hasonló professzionális szereplők ezekkel a segédletekkel biztosítják a telefonos ügyintézés egységességét, minőségét, éppen azért mert a vállalkozás felelős azért, amit az általa alkalmazott, vagy megbízott ügyintézők kommunikálnak. A Telekom az általa közölni kívánt üzeneteket ezen segédletbe kell, hogy rögzítse, különösen a célcsoport meghatározó részét kitevő fogyasztók számára lényeges feltételek esetében, és nem várhatta el, hogy a segédlettől függetlenül (pusztán az ügyintézők általános felkészültsége, illetve a fogyasztók várható kérdései, reakciói miatt) az egyedi beszélgetések majd tisztáznak minden lényeges, a segédletben nem rögzített

feltételt is. Az eljárás alá vont felelőssége volt tehát, hogy a script-et oly módon alakítsa ki, hogy a fogyasztó már a beszélgetés elején megismerhesse az ajánlat részleteit, és annak tudatában eldönthesse, hogy érdeklődik-e iránta, szeretné-e igénybe venni vagy megtenni az igénybevételhez szükséges további lépéseket (pl. Telekom alkalmazás letöltése, segítségkérés üzletben). A script azonban a többi kommunikációhoz hasonlóan azt az üzenetet közvetítette, hogy a kedvezmény a meglévő előfizetéssel is igénybe vehető (pl. „*néhány gombnyomással újíthatja meg mobil hang és net csomagját*”), így ezen téves feltevés eloszlításának hiányában a fogyasztó olyan döntést hozhatott, amelyet ennek ismeretében nem hozott volna meg.

147. A Telekom alkalmazásban megjelenő banner-re kattintással az Áttekintés oldal kihagyásával megnyílt a lehetőség a kedvezmény igénybevételére. A Telekom az Áttekintés oldalról az egyes hívószámokra történő kattintással elérhető díjcsomag-részletező felületen a meglévő díjcsomag elnevezéséről és havidíjáról tájékoztatta a fogyasztókat, a díjcsomag további részletei (pl. lebeszélhetőség, percdíjak) itt nem voltak megismerhetők számára. Ez az oldal tehát a kedvezmény igénybevétele során nem jelent meg a fogyasztó számára, sem pedig egyéb, a meglévő díjcsomag részleteit tartalmazó felület (ld. vizsgálati jelentés 4. számú melléklete). Ennek azért lett volna jelentősége, mert a releváns hang-és adatdíjcsomagok elnevezése között jelentős az átfedés.
148. A hang- és adatdíjcsomagok eltérő természete a fogyasztók számára is ismert tapasztalataikból fakadóan. Utóbbi esetén a rendelkezésre álló adatkeret kimerülése után a fogyasztó a fordulónapig - kiegészítő adatopció vásárlása nélkül - egyáltalán nem tudja használni a mobilinternetet, míg a hívások indítása, SMS-ek küldése és fogadása a díjcsomagban foglalt egységek felhasználása után is lehetséges, csak további díjjal jár. Emellett a fogyasztók a Telekom alkalmazásban nyomon követhetik a rendelkezésre álló adatkeretük változását, míg a hangdíjcsomagban foglalt egységek esetében erre nincs lehetőségük, az alkalmazás csak az aktuálisan fizetendő összeget jeleníti meg számukra. Az előbbiekből következően a kommunikációval megcélzott fogyasztók magasabb szintű tudatossága feltételezhető a meglévő adatdíjcsomagjuk nagyságát, mint a hangdíjcsomagjuk feltételeit illetően, így a kommunikáció észlelésének időpontjában - a díjcsomag-részletező felület nélkül is - tisztában lehetettek azzal, hogy aktuálisan milyen adatdíjcsomagot és milyen feltételekkel vesznek igénybe. Bár az egyes mobil-portfóliókba tartozó adatdíjcsomagok tartalma is eltérhet egymástól (pl. az EU-ban felhasználható adatmennyiséget illetően), a jelen eljárásban érintett díjcsomagok között ilyen értelemben nem volt átfedés (kivéve a 4 GB-os díjcsomagot).<sup>92</sup>
149. A fogyasztói tudatosság előbbiekre visszavezethető magasabb szintje az egyes hangdíjcsomagok kapcsán már nem állítható, különös tekintettel azok összetettebb konstrukciójára. A hangdíjcsomagok tartalma - elnevezésük ellenére - jellemzően eltér egymástól, mind a díjcsomag havidíját, mind az igénybevételi feltételeket tekintve. Például a Mobil S 2019 (lezárt) hangdíjcsomaggal rendelkező előfizető 3100 Ft-os havidíjért Telekom mobil és otthoni alapidíjas irányba belföldön korlátlanul telefonálhat és ingyenesen küldhet SMS-t ezen irányokba. Ezzel szemben a promóciók keretében elérhető Mobil S (értékesíthető) hangdíjcsomag alacsonyabb havidíjjal (2300 Ft) érthető el ugyan,

---

<sup>92</sup> A promóciókban érintett 4 GB-os adatdíjcsomagok között a havidíjban volt csak különbség: az értékesíthető (tehát a promóció keretében igénybevehető) adatdíjcsomag alacsonyabb havidíjjal rendelkezett, mint a lezárt „párjaik” (ld. határozat mellékletét). Ebből következően a 2021. decemberi promócióban szerződő 132 fogyasztó lényegében azonos feltételekkel, sőt, alacsonyabb havidíjjal vehette igénybe a kedvezményt.

de csak 80 egységet (perc vagy SMS) biztosít bármilyen belföldi alapdíjas irányba leforgalmazható belföldön és EU roaming helyzetben, ezen felül a hálózaton belül és azon kívül indított hívásokért 37 Ft/perc, SMS-ekért 37 Ft/db fizetendő. A két díjsomag tehát elnevezése ellenére merőben más konstrukciót jelent, amely változatlan előfizetői szokások mellett jelentősen eltérő számlaösszeget eredményezhet az adott hónap végén<sup>93</sup>, a jelen eljárásban vizsgált promóciók kapcsán pedig más megvilágításba helyezheti a hűségvállalással elérhető havidíj-kedvezményt.

150. Az előző pontokban kifejtettek alapján a fogyasztó a díjsomag kiválasztása során nem került szükségszerűen abba a helyzetbe, hogy a meglévő és a kedvezmény elérése érdekében igénybe veendő díjsomagok elnevezését és tartalmát összevesse, és megállapítsa, hogy a kedvezmény igénybevétele számára azonos feltételekkel lesz lehetséges, vagy éppen ellenkezőleg: számára a meglévő díjsomagra történő szerződéskötés lehetősége nem biztosított. Ebből az is következhetett, hogy a fogyasztó a névazonosságra tekintettel abban a feltevésben kötött szerződést hangdíjsomagra, hogy annak tartalma a meglévővel megegyezett.
151. Az eljárás alá vont a jelen ügyel párhuzamot vonva hivatkozott a Fővárosi Törvényszék a 105.K.700.206/2019/26. számú végzésére, amely hangsúlyosan vette figyelembe, hogy a szolgáltatás kizárólag egy online felületen volt igénybe vehető, s a bejelentett kereskedelmi kommunikáció eredményessége esetén a fogyasztók szükségképpen meglátogatták azt a felületet, ahol elkerülhetetlenül találkoztak az igénybevételről való döntéshez szükséges információkkal. Az eljáró versenytanács ennek kapcsán vitatja, hogy a jelen eljárásban vizsgált kommunikációkhoz kapcsolódóan a releváns információk „elkerülhetetlenül” elérhetők lettek volna a fogyasztó számára. A hivatkozott ügyben a megkívánt tájékoztatás a főoldalon, keresgélés nélkül volt elérhető a fogyasztók számára, szemben a jelen kereskedelmi gyakorlattal, ahol is az egyes kommunikációs eszközök kapcsán bemutatásra került, hogy a lezárt díjsomaggal rendelkező fogyasztók nem kaptak egyértelmű tájékoztatást arra nézve, hogy a kedvezményt meglévő előfizetésükkel nem vehetik igénybe.
152. A Telekom továbbá hivatkozott arra is, hogy a kereskedelmi gyakorlat sajátossága révén nincs mód arra, hogy a Telekom „meggyőzhesse” a fogyasztót, „rávegye” a szolgáltatás igénybevételére vagy más terméket kínálhat fel neki, amely a GVH és a bíróság gyakorlata értelmében lényeges körülmény a gyakorlat megítélése kapcsán. Az eljáró versenytanács ennek kapcsán rámutat arra, hogy az alkalmazást, a szerződéskötési folyamatot az eljárás alá vont alakítja ki, aki ebből adódóan felelős az olyan döntéshozatali környezet kialakításáért, mely tartalmazza az egyes lépésekhez szükséges információ megismerését, illetve amely sarkallja a fogyasztót további információ megismerésére. Továbbá az eljáró versenytanács megjegyzi, hogy a telefonos megkeresés során a fogyasztó nem egyedül, hanem a Telekom ügyintézőjével viszi végig az alkalmazáson belüli folyamatot, amely magában rejti annak kockázatát, hogy a fogyasztó nem befolyásmentesen hozza meg az egyes döntéseit a Telekom alkalmazásában. Ez történhet egyrészt az ügyintéző kijelentései nyomán, ugyanis a *telesales* végső soron egy értékesítési csatorna, amelynek lényege, hogy a vállalkozás meggyőzze a fogyasztót a

---

<sup>93</sup> Ha a fogyasztó a Mobil S 2019-es díjsomagja által biztosított lehetőségeket kihasználva a Mobil S-re történő váltás után is változatlanul sok hívást indít és SMS-t küld hálózaton belül, a Mobil S díjsomagja kapcsán azzal szembesülhet, hogy azok a 80 egységet meghaladó mennyiségben drágábban kerülnek kiszámlázásra (30 Ft/egység helyett 37 Ft/egység).

szolgáltatás előnyeiről, annak igénybevételéről. Másrészt a szituációból fakadóan, az ügyintéző tájékoztatásától függetlenül is felmerül annak veszélye, hogy a fogyasztó nem a saját ütemében, nem (kizárólag) a saját preferenciáit követve halad végig az alkalmazáson belüli folyamaton.

#### VII.4.4. Ügyleti döntés befolyásolására való alkalmasság

153. A fogyasztó jelen esetben releváns ügyleti döntése, hogy
- a kereskedelmi kommunikáció észlelését követően felkeresi-e a szolgáltatót további információ érdekében,
  - telefonos megkeresés során az őt megkereső személy előadását meghallgatja-e,
  - letölti-e a telefonjára a Telekom alkalmazást, majd használja azt,
  - a kedvezmény igénybevételéhez új díjsomagra, esetlegesen a meglévő díjsomagjának feltételeitől eltérő feltételekkel szerződést köt.
154. A kutatások alapján látható, hogy a fogyasztók alapvetően elégedettek a hírközlési szolgáltatásokkal, azonban a mobilinternet esetében annak árát és az adatkorlát mértékét illetően ez az elégedettségi szint már alacsonyabb. Éppen ezért a fogyasztók számára kifejezetten figyelemfelkeltő és ügyleti döntésük befolyásolására alkalmas lehet egy olyan üzenet, amely a meglévő előfizetésük további igénybevételét kínálja meghatározott ideig alacsonyabb költségek (havidíj-kedvezmény) és kiegészítő adatopció használata mellett.
155. Amennyiben a fogyasztó figyelmét a kommunikáció első észlelésénél felhívnák arra, hogy a kedvezmény igénybevételéhez új díjsomagra történő előfizetés szükséges, mérlegelhetné, hogy kíván-e új feltételekkel egy év hűségidőt vállalni a szolgáltatónál, előzetesen érdeklődhetne, hogy milyen aktuálisan elérhető díjsomagok vannak, mérlegelhetné, hogy szeretné-e letölteni a Telekom alkalmazást.
156. Az eljárás alá vont hivatkozott a Kúria Kfv.III.37.421/2017/7. számú ítéletének [28] pontjára, amely szerint az ügyleti döntés torzulásának lehetősége nem áll fenn az olyan kampányeszközök esetében (a jelen esetben a mobileszközre küldött és az SMS üzenet, valamint a telefonhívásban történő megkeresés esetén), ahol azonnali tranzakciós döntésre nincs lehetőség és a szerződéskötési folyamat során a fogyasztó megismeri a lényeges információkat. Az eljáró versenytanács ennek kapcsán rámutat arra, hogy ÁSZF megismerésének szükségességére a kereskedelmi kommunikációk nem utaltak sem a főüzenetben, sem pedig az egyes kommunikációs eszközök érkezési oldalán. Az ÁSZF-re történő utalás először a kedvezmény igénybevételének 4. lépésénél jelenik meg, ott is általánosságban utalva a szerződési feltételekre, így a fogyasztó számára nem mutatkozott szükségesnek további feltételek megismerése. Emellett az ÁSZF-ből a fogyasztó számára releváns információk megállapítása sem volt magától értetődő. A Telekom által hivatkozott eljárásban az ÁSZF tartalmazta, hogy 365 nap helyett 30 napra módosul az egyenleg-felhasználási idő, azonban jelen esetben a Telekom ÁSZF 7. számú melléklete nem tisztázta az igénybevevők körét, az a kereskedelmi kommunikációk üzenetével megegyezően azt tartalmazta, hogy meglévő előfizetéssel rendelkező vehetik igénybe a kedvezményt. Annak ténye pedig, hogy a közel azonos elnevezésű díjsomagok eltérő feltételeket jelentenek az értékesítés lezárására tekintettel, csak két különböző időállapot szerinti ÁSZF összevetésével lehetett volna megállapítható. Ebből következően az eljárás alá vont által alkalmazott kommunikációs eszközök kapcsán nem volt biztosított, hogy a

fogyasztó az igénybevétel feltételeit teljeskörűen megismerhesse. Megjegyzi az eljáró versenytanács, hogy a fogyasztók tájékozott döntési helyzetét az biztosítaná ha ilyen helyzetekben a vállalkozás transzparens módon kommunikálna a régi és az új csomag közötti eltérésekről (pl. valamilyen összehasonlító táblázattal) és nem a fogyasztóknak kellene kikeresnie az ÁSZF mellékletéből a fennálló, már nem értékesített csomagja kondícióit és azokat összehasonlítani a kínált csomag feltételeivel.

157. Az ÁSZF-ben történő alacsony keresési hajlandóságot emellett az NMHH kutatásai is alátámasztják: a fogyasztók mintegy negyede-ötöde néz bele az ÁSZF-be, de felük sem találja meg könnyen a keresett információt. A mobilinternetre vonatkozó szabályoknak a Telekom előfizetőinek körülbelül ötöde (21%) néz utána, és ezen fogyasztók mintegy tizede (11%) találja meg könnyen a keresett információt.
158. Az eljáró versenytanács az ügyleti döntés befolyásolása kapcsán hangsúlyozza, hogy a következetes bírói gyakorlatnak megfelelően szabályozás az ügyleti döntés minden szakaszát védi: *„az ügyleti döntést a felperes tévesen azonosította a szerződés megkötésének aktusával. A kiforrott bírói joggyakorlat alapján a fogyasztói döntés meghozatala ugyanis egy folyamat, amelynek nemcsak az egészét, és ezáltal a felperes által hangsúlyozott végső ügyleti döntést, a szerződés megkötését, hanem egyes szakaszait is védi a jog. A fogyasztókkal szembeni tisztességtelen magatartások tilalmának már a figyelemfelkeltéskor is érvényesülnie kell. Azaz nemcsak az olyan magatartás jogellenes, amely kizárólagosan meghatározza a fogyasztó döntését, hanem minden olyan magatartás, amely érdemben kihatással van a folyamatra. A figyelemfelkeltés pedig kétségkívül ezen magatartások körébe tartozik, ugyanis egyértelmű jelentéstartalmat hordoz.”*<sup>94</sup>
159. A figyelemfelkeltés jelentőségével kapcsolatban az eljáró versenytanács hangsúlyozza, hogy a fogyasztók egy része az indító impulzus hatására kialakult szándékkal (mint egyfajta „lendülettel”) akkor is kitarthat a vásárlási szándék mellett, ha a folyamat későbbi fázisában – a figyelemfelkeltő kommunikációhoz képest – váratlan, vagy kedvezőtlen feltétellel szembesül, különösen, ha már több lépést végrehajtott, illetve a jellemző online magatartásához képest érdemi időt rászánt. Jelen esetben például lehet, hogy egy fogyasztó a figyelemfelkeltő kommunikáció hatására abban a tudatban haladt tovább, hogy a meglévő díjcsomagjára is igénybe veheti az akciót, de később akkor is kitart a vásárlás mellett, ha észleli, hogy mégis új díjcsomagra kell szerződnie, annak érdekében, hogy a rászánt idejét és lépéseit (pl. ha közben le kellett töltenie az applikációt) hasznosnak érezze. Ennek megfelelően jelen esetben a megtévesztő figyelemfelkeltő kommunikáció becsalozató reklámként is értelmezhető. A vonatkozó bírói gyakorlat is megerősíti, hogy a kommunikációk közzétételével már ténylegesen érvényesülni tud a becsalozató hatás, ha ennek eredményeként megtörtént a kapcsolatfelvétel és nincs annak relevanciája a fogyasztói döntésre készítés szempontjából, hogy ténylegesen hány fogyasztóval kötöttek szerződést, mivel a kapcsolatfelvétel is már olyan döntésnek minősül a fogyasztó részéről amelyet a felperesi kereskedelmi kommunikációk eredményeként hozott meg.<sup>95</sup>

<sup>94</sup> Fővárosi Ítéletábrla 106.K.705.404/2020/23. sz. ítéletének [88] bekezdése, melyet a Kúria (Kfv.V.38.235/2021/9. számú közbenső ítélet) helyben hagyott és a Kúria döntése elleni jogegységi panaszt a Kúria Jogegységi Panasz Tanácsa (Jpe.I.60.035/2022/7) elutasította.

<sup>95</sup> Lásd FT 2.Kf.650.139/2016/7.



160. Az eljáró versenytanács szerint tehát a jelen eljárás tárgyát képező figyelemfelkeltő kommunikációk jogszerűsége önmagában is vizsgálendő. Jelen esetben annak is jelentősége van, hogy az eljárás az Fttv. 6. §-a szerinti aktív megtévesztést vizsgál és a Telekom által ennek kapcsán hivatkozott ügyek és bannerekkel kapcsolatos elvi döntések az Fttv. 7. §-a alapján folytatott eljárásokhoz kapcsolódnak, ráadásul jelen esetben az eljáró versenytanács nem látta megállapíthatónak azt sem, hogy a fogyasztók a figyelemfelhívó kommunikációból továbblépve, közvetlenül a következő lépésben és feltétlenül megkapták az indító lépést korrigáló tájékoztatást, azaz a megtévesztés elsősorban, de nem kizárólag a figyelemfelkeltetés szakaszában valósult meg.

#### VII.4.5. Összegzés és jogkövetkezmény

161. Az eljáró versenytanács értékelése szerint a Telekom 2021. decemberi és 2022. márciusi alkalmazást érintő promócióinak kommunikációival azt a benyomást keltette a fogyasztókban, hogy az általa kínált kedvezményt meglévő díjcsomagjukra történő hűségvállalással is igénybe vehetik. Ugyanakkor a kommunikációval megcélzott fogyasztók egy része ténylegesen nem tudott élni az ajánlattal, mert lezárt díjcsomaggal rendelkezett, amelyre újabb hűségidő vállalása már nem volt lehetséges, és – szűk kivételtől eltekintve – a meglévővel azonos feltételekkel nem tudott olyan értékesíthető díjcsomagot választani, amellyel a kedvezményt igénybe vehette volna. Erre a körülményre a Telekom által alkalmazott kereskedelmi kommunikációk nem utaltak, ezért azok a fogyasztók számára valótlán ígéretet fogalmaztak meg, és a fogyasztók megtévesztésére voltak alkalmasak.

162. Az eljáró versenytanács megjegyzi, hogy jelen ügyben kötelezettségvállalás elfogadását nem látta indokoltnak. A Tpv. széles mérlegelési jogkört biztosít az eljáró versenytanács számára a kötelezettségvállalási nyilatkozat elbírálása (elfogadása vagy elvetése) tárgyában. A Kötelezettségvállalási Közlemény<sup>96</sup> 11. pontja értelmében az eljáró versenytanács esetről esetre mérlegeli, hogy a speciális és generális prevenció elveit is figyelembe véve a versenyfelügyeleti eljárás kötelezettségvállalással történő lezárásával elérhető előnyökhöz képest indokoltabb-e a közérdeket ért sérelem jellege, súlya miatt a tényállás teljes körű tisztázása és adott magatartás jogi minősítése, esetlegesen a jogsértés megállapítása és bírság kiszabása. Az eljáró versenytanács a jelen ügyben nem tartotta elfogadhatónak kötelezettségvállalás előírását, mert álláspontja szerint a speciális és generális prevenció elveit is figyelembe véve a jogsértés megállapítása és bírság alkalmazása indokolt, a speciális prevenció körében jelentőséggel bírt az is, hogy a Telekom többszörös visszaeső és így esetében a magatartás érdemi értékelése és szankcionálása szolgálja jobban a közérdeket.

163. Az eljáró versenytanács a fenti értékelés alapján a Tpv. 76. § (1) bekezdés f) pontja szerinti határozatában azt állapította meg, hogy az eljárás alá vont vállalkozás 2021 decemberében, valamint 2022 márciusában folytatott, mobilinternet szolgáltatással kapcsolatos kedvezményt népszerűsítő kampányában közzétett kereskedelmi kommunikációival azt a valótlán benyomást keltette a már lezárt díjcsomaggal rendelkező fogyasztókban, hogy az általa kínált kedvezményt meglévő díjcsomagjukra történő hűségvállalással is igénybe vehetik és ezzel megvalósította az Fttv. 6. § (1) bekezdés b)

---

<sup>96</sup> A Gazdasági Versenyhivatal elnökének és a Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa elnökének 1/2018. közleménye a Tpv. 75. §-a szerinti kötelezettségvállalásról.

pontjában foglalt tényállást, és ezzel megsértette az Fttv. 3. § (1) bekezdésében előírt tilalmat.

164. A jogsértés Tpvt. 76. §-a (1) bekezdésének f) pontja alapján történő megállapításán túlmenően az eljáró versenytanács a magatartás súlyára és jellegére tekintettel bírság kiszabását látta indokoltnak, a Tpvt. 78. §-ának (1) bekezdése alapján, a bírság összegét a Tpvt. 78. §-a (3) bekezdésének megfelelően meghatározva.
165. A Tpvt. 78. § (3) bekezdése értelmében 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.
166. A versenyfelügyeleti bírság kiszabásának célja az, hogy a vállalkozásokat visszatartsa a tisztességtelen magatartástól, és egyúttal megteremtse a gazdasági verseny tisztességét. A bírság összegének megállapítása során a GVH ezért szem előtt tartja, hogy a bírság kiszabásának célja az egyedi és általános elrettentés is, így a bírság összegének alkalmasnak kell lennie arra, hogy a vállalkozás számára a jogsértő magatartásért megfelelő büntetést helyezzen kilátásba, ami a jogsértés gazdasági jelentőségét is kifejező szankció alkalmazását teszi szükségessé.
167. A Gazdasági Versenyhivatal elnökének és a Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa elnökének a fogyasztóvédelmi típusú ügyekben kiszabott bírság meghatározásának szempontjairól szóló 12/2017. közleménye<sup>97</sup> (a továbbiakban: Bírságközlemény) részletezi azokat a szempontokat, amelyek alapján az eljáró versenytanács meghatározza – a Tpvt. 78. §-ára tekintettel – az Fttv. és a Tpvt. III. fejezete, illetve valamennyi, az Fttv. eljárási szabályaira visszautaló, ezen szabályokra tekintettel alkalmazandó és a GVH hatáskörébe tartozó – fogyasztók és üzletfelek tisztességes tájékoztatását szabályozó – jogszabályi rendelkezések megsértése miatt indított ügyekben kiszabott versenyfelügyeleti bírság mértékét.
168. A kiszabandó bírság összegének a meghatározása alapvetően öt, egymást követő lépésben történik. Az eljáró versenytanács 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, majd figyelemmel van a vállalkozások együttműködésére, végül pedig mérlegeli az esetleges fizetési nehézségekre tekintettel alkalmazható könnyítéseket.
169. A Bírságközlemény 16. pontja értelmében a bírság összegének megállapítása során a Versenytanács főszabályként a jogsértő kereskedelmi kommunikáció igazolt (nettó) költségéből indul ki. Jelen esetben a kereskedelmi gyakorlat jellegére tekintettel nem merült fel érdemi kommunikációs költsége, ezért az eljáró versenytanács a Bírságközlemény 20. pontjának<sup>98</sup> megfelelően a jogsértéssel érintett szolgáltatásokból

<sup>97</sup> Egységes szerkezetben az azt módosító 1/2021. közleménnyel.

<sup>98</sup> „A GVH a jogsértő kereskedelmi gyakorlat révén realizált nettó árbevételtekinteti a bírság kiinduló összegének, ha az egyértelműen beazonosítható (például mert a kereskedelmi gyakorlat lényegében a jogsértő

realizált nettó árbevétel ([üzleti titok] Ft) 10%-át (azaz [üzleti titok] Ft-ot) vette figyelembe a bíróság kiinduló összegeként, amelyet arra tekintettel – egyezően az eljárás alá vont észrevételével – korrigált (10%-kal csökkentett), hogy a jogsértést csak a lezárt díjsomaggal rendelkezők vonatkozásában értékelte, ez az összeg [üzleti titok] Ft. Az eljáró versenytanács azonban ezen összeg további csökkentését (így a kedvezmények figyelembe vételét) nem látta indokoltnak, ugyanis álláspontja szerint jelen esetben a magatartás jelentőségéhez igazodó forgalom az a bevétel, amit egy hűségidőszakra a Telekom bebiztosíthatott.

170. A kiinduló összeg fentiek szerinti meghatározását követően kerül sor az alapösszeg kiszámítására, amely a jogsértés súlyát, hatását és a vállalkozás jogsértéshez való viszonyulását kifejező súlyosító és enyhítő körülmények figyelembevételére ad lehetőséget. Ennek keretében értékeli az eljáró versenytanács különösen a Tptv. 78. § (3) bekezdésében példálózó módon felsorolt szempontokat. A súlyosító és enyhítő körülmények egyes kategóriáihoz az eljáró versenytanács súlyt is rendel, megjelölve, hogy az adott szempontot kis, közepes vagy kiemelt mértékűnek (jelentőségűnek) tartja az érintett ügyben, az érintett magatartás és az érintett eljárás alá vont vállalkozás vonatkozásában.

171. Az eljáró versenytanács súlyosító körülményként vette figyelembe, hogy a

- jogsértő gyakorlat közvetlen és célzott volt (Bírágközlemény 34. pont, közepes súlyosító körülmény), az eljárás alá vont ezzel kapcsolatos észrevétele kapcsán az eljáró versenytanács megjegyzi, hogy jelen esetben az alkalmazott kommunikációs eszközök alapján a gyakorlat közvetlen és célzott volta egyértelműen megállapítható, amely eszközök esetében indokolt (a kisebb célzási hatékonysággal bíró eszközökhöz viszonyított) súlyosítás.
- jelentős súlyú piaci szereplőről van szó (Bírágközlemény 36. pont, közepes súlyosító körülmény), az eljárás alá vont ezzel kapcsolatos észrevétele kapcsán az eljáró versenytanács megjegyzi, hogy a jogsértő vállalkozás piaci helyzete a Tptv. Tptv. 78. § (3) bekezdésében is szereplő szempont, emellett a Bírágközlemény hivatkozott pontja egy felsorolást tartalmaz, hogy milyen esetekben indokolt a jogsértés hatása miatti súlyosítás és ezek között szerepel az az eset, amikor egy eleve jelentős piaci súlyú piaci szereplőről van szó (függetlenül az általa elkövetett jogsértés tényleges terjedelmétől, vagy hatásától), figyelembe véve tehát, hogy a Telekom nyilvánvalóan egy jelentős piaci súlyú szereplő, az eljáró versenytanács megalapozottnak látta ezt a súlyosító körülményt.

172. Az eljáró versenytanács a Telekom által hivatkozott más ügyekben alkalmazott enyhítő körülmények kapcsán hangsúlyozza, hogy mindegyik hivatkozott ügy tényállása eltért a jelen ügyben vizsgált tényállástól és az eljáró versenytanácsnak nincs kötelezettsége, hogy jelen ügyben akár a Telekom által hivatkozott ügyekben, akár más ügyekben alkalmazott bíróság mértékéhez, vagy az azokban figyelembe vett bíróságmeghatározási szempontokhoz igazodjon. A vonatkozó bírói gyakorlat is alátámasztja, hogy a más ügyekben alkalmazott bíróságmeghatározás irreleváns<sup>99</sup>, a bíróság

---

*kommunikációra épült). Ennek hiányában a GVH a jogsértéssel érintett árukból a jogsértés időszaka alatt realizált nettó árbevétel 10%-át veszi figyelembe a bíróság kiinduló összegeként.”*

<sup>99</sup> Lásd: FT 2.Kf.650.139/2016/7.; FKMB 3.K.32.752/2016/12. és a Kúria Kfv.III.37.147/2021/13. számú ítéletét.

meghatározása során az eljáró versenytanács az adott ügyben releváns körülményeket kell, hogy értékelje, indokolja a Tpv.-ben rögzített, illetve a Bírságközleményében részletezett szempontok alapján.

173. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint (lásd 139-141. pontok) az átlagos fogyasztók számára a jelen eljárásban vizsgált üzenetek megtévesztőek voltak, és az ágazati tájékoztatási kötelezettségek teljesítése önmagában nyilvánvalóan nem volt alkalmas a magatartás korrigálására, ezért azt az eljáró versenytanács enyhítő körülményként sem látta indokoltnak figyelembe venni.
174. A figyelemfelkeltő kommunikációk megtévesztő jellegét és azok becsalógató hatását a Telekom által alkalmazott további kommunikációk nem tudták korrigálni, emellett a megtévesztő kommunikációkból közvetlenül elérhető felületek nem is minden esetben és nem feltétlenül egyértelműen jelezték, hogy a kedvezmény igénybevételéhez új díjcsomagra váltásra van szükség, így az eljáró versenytanács enyhítő körülményként ezt sem vette figyelembe.
175. A kimutatható piaci hatás hiánya önmagában nem minősül enyhítő körülménynek, így az eljáró versenytanács önmagában azt, hogy a fogyasztók nem jelentős arányban jutottak el a vásárlás fázisáig (figyelembe véve azt is, hogy a Telekom tapasztalata szerint a visszafordulók aránya [üzleti titok]) nem tekinti enyhítő körülménynek. Az eljárás alá vont hivatkozott továbbá arra, hogy kommunikáció a fogyasztók csekély körét érte el, nekik sem okozott hátrányt és rövid ideig tartott, amely érvek kapcsán az eljáró versenytanács álláspontja, hogy súlyosító körülmény lehetne ha a fogyasztók jelentős körét érte volna el, hátrányt okozott volna, hosszú ideig tartott volna, de – ahogyan azt a Bírságközlemény 15. pontja rögzíti – a súlyosításra okot adó ezen körülmények hiánya önmagában nem minősül enyhítő körülménynek, emellett az érintett fogyasztói kör csekély kiterjedése a bírságszámítás alapjául vett és a Telekom méretéhez képest rendkívül alacsony releváns forgalomban érvényesült.
176. Az enyhítő és súlyosító körülményekre, azok súlyára figyelemmel a bírság kalkulált alapösszege a kiinduló összegnél kb. 30%-kal magasabb, 5.720.000 Ft.
177. A Bírságközlemény 54. pontjának megfelelően a GVH súlyosabb szankciót alkalmaz ismétlődő jogsértés esetén. A Bírságközlemény 55. pontja szerint ismétlődő jogsértésnek minősül, ha egy vállalkozás ugyanolyan vagy hasonló jogsértést tanúsít ismételten azt követően, hogy a GVH vagy más hatóság megállapította a Tpv. III. fejezete, az Fttv., illetve valamennyi, az Fttv. eljárási szabályaira visszautaló, ezen szabályokra tekintettel alkalmazandó és a GVH hatáskörébe tartozó – fogyasztók illetve üzletfelek tisztességes tájékoztatását szabályozó – jogszabályi rendelkezések megsértését. A GVH az ismétlődés figyelembevételét az adott ügyben hozott határozatot megelőző 10 évben meghozott jogsértést megállapító döntésekre (lásd. 7. pontban felsorolt ügyeket) korlátozza a Közlemény 57. pontjai alapján. Az eljáró versenytanács figyelembe véve a releváns korábbi döntések számát, időpontját, az azokban értékelt magatartások hasonlóságának mértékét az ismétlődés szempontjára tekintettel összességében a bírság kalkulált alapösszegét annak kb. 3,8-szorosára emelte (azaz kerekítve 21.700.000 Ft-ra). Az eljárás alá vont észrevételeire tekintettel megjegyzi az eljáró versenytanács, hogy ezen szempont figyelembe vétele érdemben nagyobb (akár 9-szeres) emelést is lehetővé tett volna és éppen a korábbi ügyek említett jellemzőinek mérlegelése eredményezte ugyanakkor az

érdemben alacsonyabb, de a visszatartó hatást biztosítani képes emelési mérték alkalmazását.

178. A Bírágóközlemény V.4. pontja szerint a bírág megállapításának utolsó lépéseként tekintettel kell lenni a Tpvt. által meghatározott felső határra, amely szerint a kiszabott bírág összege nem haladhatja meg a jogsértő vállalkozás, illetve, ha az egy vállalkozáscsoport tagja, a vállalkozás határozatban azonosított vállalkozáscsoportja által a határozat meghozatalát megelőző üzleti évben elért nettó árbevételének (ld. 6. pont) a 10%-át. Jelen esetben a bírág összege csekély mértékű a törvényi maximum összeghez képest (annak a 0,03%-a).
179. Az eljáró versenytanács önmagában a kötelezettségvállalási javaslat benyújtását nem tekintette bírágcsökkentést megalapozó együttműködési intézkedésnek, a Bírágóközlemény VI. *A vállalkozás együttműködésének figyelembevétele* című része ismerteti a bírágcsökkentő tényezőként elismerhető együttműködési intézkedések körét, amelybe a kötelezettségvállalási javaslat benyújtása nem tartozik bele. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint elsődlegesen a vállalkozások érdeke a jogsértés megállapítása és bírág elkerülése reményében ilyen javaslat benyújtása, amely önkéntes végrehajtása hiányában, annak el nem fogadása esetén azonban semmilyen előnyt nem biztosít (sem a közérdek, sem az érintett fogyasztók szempontjából) így indokolatlan lenne azt bírágcsökkentéssel jutalmazni.

## VIII.

### Eljárási kérdések

180. A GVH hatásköre az Fttv. 10. § (3) bekezdésén, illetékessége a Tpvt. 45. §-án alapul.
181. A Tpvt. XII/A. fejezete rendelkezik a Gazdasági Versenyhivatal döntésének végrehajtásáról. A Tpvt. 84/A. § alapján a végrehajtásra a fejezetben nem szabályozott kérdésekben az Ákr. rendelkezéseit kell megfelelően alkalmazni.
182. A Tpvt. 84/C. §-a értelmében ha a kötelezett pénzfizetési kötelezettségének határidőben nem tesz eleget, illetve az állam által előlegezett költség után a megelőlegezés időtartamára az adózás rendjéről szóló törvény szerinti késedelmi pótlékkal azonos módon számított mértékű késedelmi pótlékot fizet.
183. 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. Az Ákr. 134. §-a értelmében a végrehajtást – ha törvény, kormányrendelet vagy önkormányzati hatósági ügyben helyi önkormányzat rendelete másként nem rendelkezik – az állami adóhatóság fogatosítja.
184. A Tpvt. 81/A. § szerint a jogorvoslatra a Tpvt. XII. fejezetében nem szabályozott kérdésekben az Ákr. rendelkezéseit kell megfelelően alkalmazni. Az Ákr. 112. § szerint a hatóság határozata ellen önálló jogorvoslatnak van helye, a 113. § (1) bekezdése szerint a közigazgatási per kérelemre induló jogorvoslati eljárás.
185. 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.

186. 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.
187. 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.
188. 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.
189. Az illetékekről szóló 1990. évi XCIII. törvény (a továbbiakban: Itv.) 37. § (1) bekezdése szerint a bírósági eljárásért az Itv.-ben megállapított illetéket kell fizetni.
190. Az Itv. 45/A. § (2) bekezdése alapján az illeték alapjára a 39-41. §§-ban foglaltakat, az illeték mértékére a 42. §-ban foglaltakat kell alkalmazni a marasztalási perben, valamint akkor, ha az eljárás tárgya adó-, illeték-, adójellegű kötelezettséggel, társadalombiztosítási járulék- vagy vámkötelezettséggel, versenyfelügyeleti üggyel, sajtótermékkel és a panaszügyek kivételével médiaszolgáltatással, továbbá elektronikus hírközléssel vagy közbeszerzéssel kapcsolatos.
191. Az Itv. 62. § (1) bekezdés h) pontja alapján a közigazgatási bírósági eljárásban a felet illetékfeljegyzési jog illeti meg. Az Itv. 59. § (1) bekezdése szerint az, akit tárgyi illetékfeljegyzési jog illet meg, mentesül az illeték előzetes megfizetése alól. Ilyen esetben az fizeti az illetéket, akit a bíróság erre kötelez.

Budapest, 2023. augusztus 2.

Dudra Attila  
előadó versenytanácsstag

dr. Pánczél Márk  
versenytanácsstag

dr. Gál Gábor  
versenytanácsstag

## **A határozat melléklete**

1. Érintett díjsomagok (a két táblázat ÜZLETI TITOK)