
A Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság Mobilpiaci Jelentése

Tárgyidőszak: 2021. III. – 2025. II. negyedév

Tartalom

Tartalom	1
Összefoglaló	2
A Jelentéshez felhasznált adatok.....	3
Teljes mobilpiac (mobiltelefon, nagyképernyős internet és M2M-szolgáltatások).....	4
Hanghívás- és SMS-szolgáltatás.....	12
Mobilinternet-szolgáltatás (mobiltelefonos és nagyképernyős szolgáltatások)	24
Külföldi hanghívás- és mobilinternet-forgalom.....	35
M2M-szolgáltatás.....	38
Fogalmak	42
Szolgáltatások.....	42
Aktivált előfizetések.....	42
Forgalmat bonyolított előfizetések.....	42
Roaming.....	43
Előfizetési típusok.....	43
Előfizetői szegmensek	43
Mobilinternet-szolgáltatási szegmensek.....	43
Egyéb fogalmak	43
Adattáblák	45

Összefoglaló

- 2021 harmadik negyedéve és 2025 második negyedéve között az előfizetések száma alapján számított piacméret csak az M2M-kártyák esetében tudott bővülni (évente átlagosan 19 százalékkal), a hangszolgáltatásra alkalmas előfizetések száma érdemben nem változott. (Mindazonáltal a szolgáltatás tartalma itt is bővült, hiszen egyre több hanghívásra képes előfizetéssel használták a mobilinternetet.) A nagyképernyős mobilinternet-előfizetések száma viszont csökkent a vizsgált időszakban.
- A hanghívás- és SMS-szolgáltatások korábban tapasztalt forgalomműködése 2018-2021 között megállt, és azóta visszaesni látszik. Folytatódik viszont a postpaid-előfizetések arányának növekedése és a prepaid visszaszorulása. Egy lakossági postpaid előfizetéssel havonta átlagosan 302 percnyi hívást kezdeményeznek, míg egy prepaidessel ennek tizedét.
- A mobilinternet-adatforgalom jelenleg 17 százaléka a helyhez kötött internettel együtt számított teljes adatforgalomnak, ám jelentősége egyre nagyobb. A nem M2M mobil adatforgalom jelentősen, évi 20 százalékkal emelkedett. Mivel a postpaid-előfizetők túlnyomó része már használja a mobilinternetet, új előfizetések bevonása inkább csak a prepaid-előfizetések postpaidre váltásából, vagy a prepaid-esek meggyőzéséből lehetséges. Folytatódik viszont az egy előfizetésre jutó mobil adatforgalom bővülése, ami szegmensek szerint jelentősen eltér. Egy nagyképernyős előfizetéssel több mint kétszer annyi mobilinternetet forgalmaznak, mint egy mobiltelefonossal. A mobiltelefonos előfizetéseket tekintve pedig a lakossági postpaid a legnagyobb adatforgalmú szegmens (átlagosan 22 GB/előfizetés/hóval). Prepaid esetén a fajlagos adatforgalom jelentősen alacsonyabb (7 GB/előfizetés/hó) és az előfizetések kétharmadának legfeljebb 1 gigabájt volt a havi forgalma. A lakossági postpaidnél csupán az előfizetések ötöde tartozott ebbe a legalacsonyabb forgalmi kategóriába, tizedükkel viszont havonta több mint 50 gigabájtot forgalmaztak.
- Az előfizetések egyre jelentősebb részét (pl. a mobilinternetezésre használt előfizetések közel harmadát) használják külföldön is, de a külföldi forgalom változékony, és csupán töredéke a belföldinek. Külföldön inkább használják a mobilinternetet az emberek, mintsem a mobil hanghívást.
- Az M2M-előfizetések száma növekvő trendet mutat. A fajlagos adatforgalom ugyan rendkívül alacsony a nem M2M-előfizetések forgalmához képest, de hosszabb távon szintén emelkedik.
- A három nagy szolgáltató uralja mindhárom vizsgált részpiacot. A Telekom jelentős előnnyel piacvezető a legtöbb szolgáltatási szegmensben, és 2023-tól már a forgalmat bonyolító M2M-előfizetések többsége is telekomos. Kivételt jelent a nagyképernyős mobilinternet, ahol a lakossági szegmensben a One, nem lakossági pedig a Yettel van kedvezőbb pozícióban. Hangszolgáltatásban a Yettel (kevesebb hanghívást forgalmazó) prepaid-szegmensben erősebb. A One viszont hangforgalom alapján előzi a Yettet. A kisebb szolgáltatók közül a DIGI-előfizetők száma csökken, a Netfone-é viszont gyarapodik.

A Jelentéshez felhasznált adatok

A Jelentés a saját mobilrádiótelefon-hálózattal rendelkező szolgáltatók, valamint a saját hálózattal nem rendelkező, a hálózattal rendelkező szolgáltatóval kötött szerződés alapján szolgáltatók számára kötelező negyedévente esedékes adatszolgáltatás alapján készült. Ezen szolgáltatói adatok alapján ismerteti a mobiltelefon-szolgáltatás, a mobilinternet-szolgáltatás és a mobil M2M-szolgáltatás főbb volumenmutatóinak negyedéves alakulását. 2024. évtől kezdődően a Hatóság kizárólag a legalább ezer előfizetővel rendelkező mobilszolgáltatók számára írja elő az adatszolgáltatást.

A Jelentés alapjául szolgáló adatbázis az alábbi szolgáltatók (és korábbi szolgáltatók) adatait tartalmazza:

- Saját mobil-rádiótelefon-hálózattal rendelkező szolgáltatók: Magyar Telekom Távközlési Nyrt., Yettel Magyarország Zrt.¹ és One Magyarország Zrt.²
- Saját mobilrádiótelefon-hálózattal nem rendelkező szolgáltatók: Comnica Kft.³, Invitech ICT Services Kft., Netfone Telecom Távközlési és Szolgáltató Kft., NordTelekom Távközlési Szolgáltató Nyrt.⁴, TARR Építő, Szolgáltató és Kereskedelmi Kft. és ViDaNet Kábeltelevíziós Szolgáltató Zrt.⁵
- A korábban saját mobiltelefon-hálózaton szolgáltató DIGI Távközlési és Szolgáltató Kft. 2023. június 1-től a One partnereként, annak hálózatát használva folytat mobilszolgáltatást.

A Hatóság a tényleges piaci be- és kilépések alapján rendszeresen aktualizálja az adatszolgáltatásra kötelezett szolgáltatók körét annak biztosítása céljából, hogy a Jelentés gyakorlatilag a teljes piacra vonatkozóan mutassa be a mobilpiac helyzetét.

A Jelentésben használt kifejezések, fogalmak értelmezését segítő fogalomjegyzék és a bemutatott grafikonok adattartalma a Jelentés végén található. A teljes idősor (2015 negyedik negyedévtől 2025 második negyedévig terjedő adatai) Excel-formátumban letölthető az NMHH honlapjának Mobilpiaci jelentések című oldaláról⁶.

¹ A Telenor Magyarország neve 2022 márciusától Yettel Magyarország. A korábbi Telenor adatok is a Yettel néven szerepelnek az elemzésben. 2023. harmadik negyedévtől a Yettel területileg korlátozottan használható mobilinternet-előfizetési csomagjaival használt előfizetések számát és adatforgalmát nem szerepeltetjük a Mobilpiaci Jelentésben, mivel azok a Helyhez Kötött Jelentésben jelennek meg.

² A Vodafone Magyarország Zrt. nevét 2025-ben One Magyarország Zrt-re változtatták. A korábbi Vodafone adatok is a One néven szerepelnek az elemzésben.

A One adatok nem tartalmazzák a hálózati partnerévé váló DIGI adatait, azok az Egyéb kategórián belül szerepelnek a piacrészesedéseket mutató ábrákon.

³ 2024-től a Comnica előfizetések nem szerepelnek az adatbázisban az előfizetések alacsony száma miatt.

⁴ 2023 második félévében a NordTelekom, illetve jogutódja a Nord General Nyrt. megszüntette a mobilszolgáltatást.

⁵ A ViDaNet 2022 első negyedévében megszüntette mobilinternet-szolgáltatását.

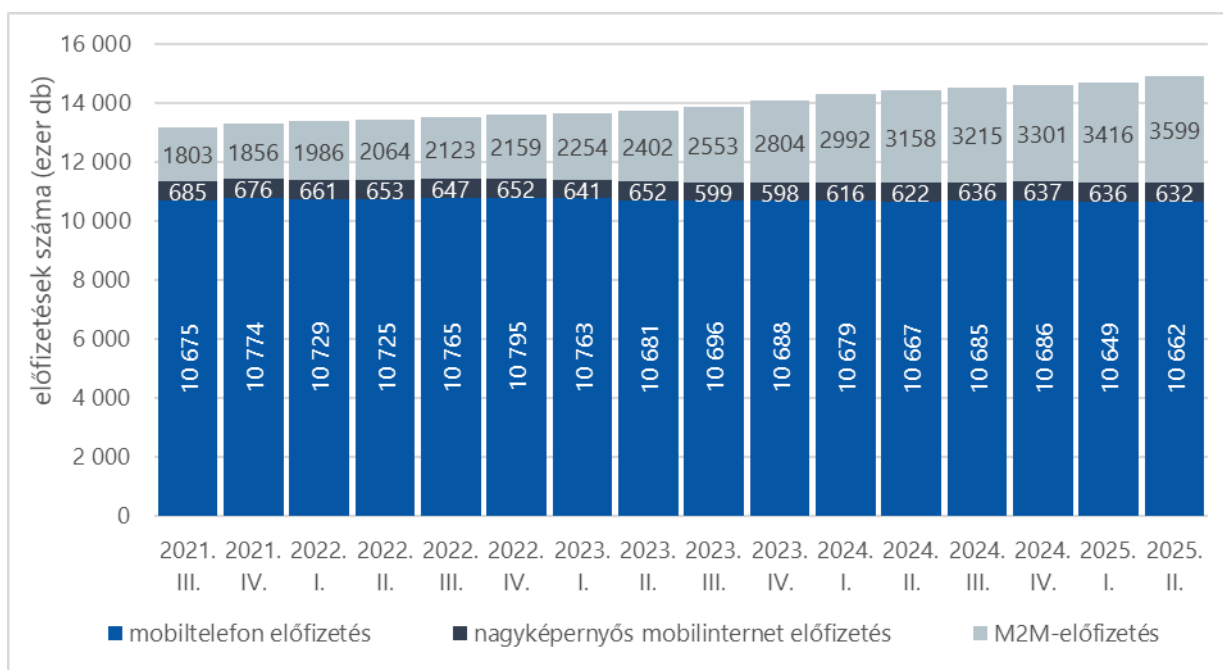
⁶ <https://nmhh.hu/szakmai-erdekelt/hirkozles-szabalyozas/piaci-jelentesek/mobilpiaci-jelentesek>

Teljes mobilpiac (mobiltelefon, nagyképernyős internet és M2M-szolgáltatások)

A magyar mobilszolgáltatók negyedéves adatszolgáltatása alapján 2025 második negyedévének végén Magyarországon 14,9 millió aktív mobilelőfizetés volt forgalomban. Az olyan kártyákat tekintjük aktívnak, melyekre hatályos szerződés van érvényben, azaz hanghívásra, SMS-küldésre vagy mobilinternetezésre alkalmasak. Azonban előfordulnak köztük olyanok is, melyeket nem vettek igénybe a vizsgált negyedév során.

Az aktív előfizetések 72 százalékát a hanghívást is lehetővé tevő előfizetések tették ki, számuk 10,7 millió volt. Az összes előfizetés 4 százalékát, azaz 632 ezer darabot sorolunk mobilinternetezésre alkalmas, de a hanghívásra nem használható (pl. laptopokkal használt) nagyképernyős mobilinternet-előfizetések közé. 24 százalék, vagyis 3,6 millió darab volt az úgynevezett M2M- (azaz eszközök közötti kommunikációt emberi közreműködés nélkül lehetővé tevő) szolgáltatási szegmensbe tartozó előfizetés.

A vizsgált négyéves időszak alatt az előfizetések száma 13,2 millióról 14,9 millióra emelkedett, ami évi átlagos 3 százalékos emelkedést jelentett. E mérsékelt növekedés szinte kizárólag a kisebb M2M-szegmens kártyáinak gyors gyarapodásából származott. 2021 harmadik és 2025 második negyedéve között 1,8 millióról 3,6 millióra nőtt a gépek közötti kommunikációt lehetővé tevő előfizetések száma, ami így jelentősen, évenként átlagosan 19 százalékkal bővült. Ezalatt a mobiltelefonos szegmensekbe tartozó előfizetések száma lényegében nem változott. Míg a nagyképernyős mobilinternet-előfizetések száma csökkent. (2023 harmadik negyedévében a nagyképernyős internet előfizetések számában látható jelentős visszaesés oka, hogy az adatokban ettől kezdve nem szerepel a Yettel területileg korlátozott szolgáltatást tartalmazó előfizetési csomagok előfizetései száma.)



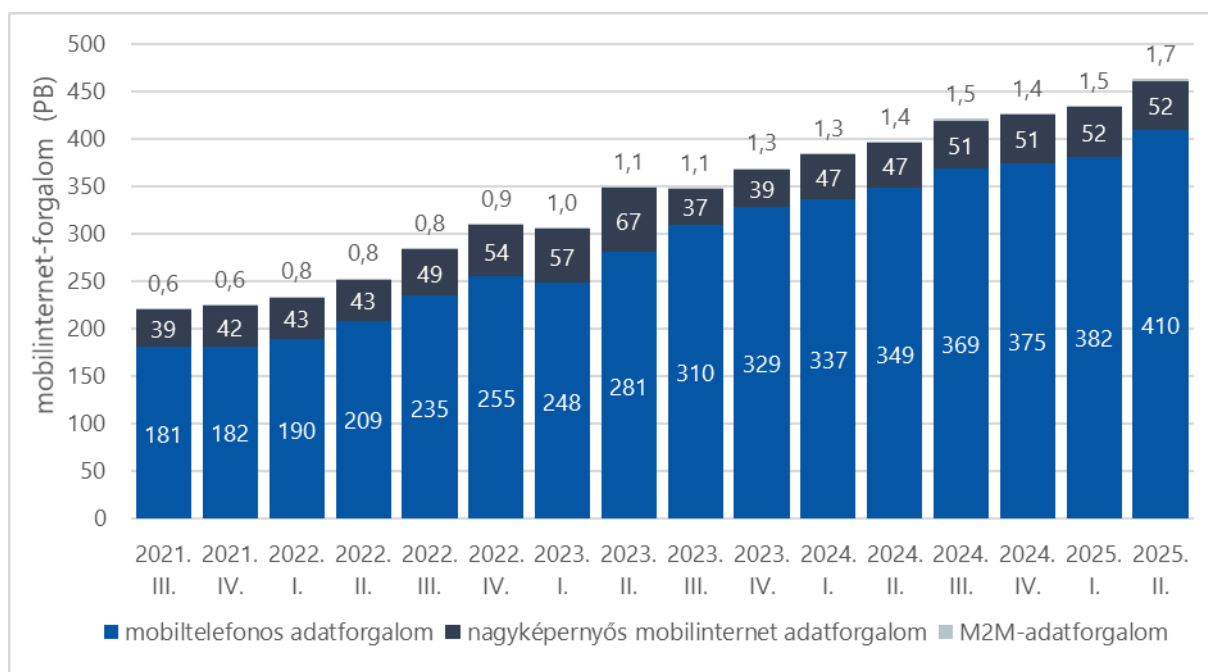
1. ábra: Aktív előfizetések száma szolgáltatásszegmensek szerint / [ugrás az 1. táblázatra](#)

Míg az előfizetések száma csak lassú ütemben emelkedett az utóbbi négy évben, addig a mobilinternet-forgalom dinamikusabban bővült, ráadásul mindhárom szolgáltatási szegmensben.

2021 harmadik negyedévében a teljes mobilinternet adatforgalom 221 petabájt⁷ (PB) volt, ami 20 százalékos éves átlagos növekedési ütemmel 2025 második negyedévére 463 petabájtra futott fel. A növekedés valószínűleg a közeljövőben sem áll meg.

A mobiltelefonos adatforgalom évi átlagos 23 százalékos, az M2M pedig 30 százalékos növekedést mutatott. A nagyképernyős mobilinternet bővülése kisebb, ami részben annak köszönhető, hogy 2023 harmadik negyedévéől már nem tartalmazza a területileg korlátozott szolgáltatást tartalmazó előfizetési csomagok fajlagosan jelentős adatforgalmát.

A mobilinternet adatmennyiség 88 százalékát hanghívást is lehetővé tevő (mobiltelefonos) előfizetéssel forgalmazták az emberek, 11 százalékát pedig hangszolgáltatást nem tartalmazó nagyképernyős mobilinternettel. Az M2M-kártyákkal forgalmazott adatmennyiség elenyésző, aránya csupán 4 ezrelék a teljes mobilinternet-forgalmon belül.



2. ábra: Mobilinternet-forgalom megoszlása szolgáltatásszegmensek szerint / [ugrás a 2. táblázatra](#)

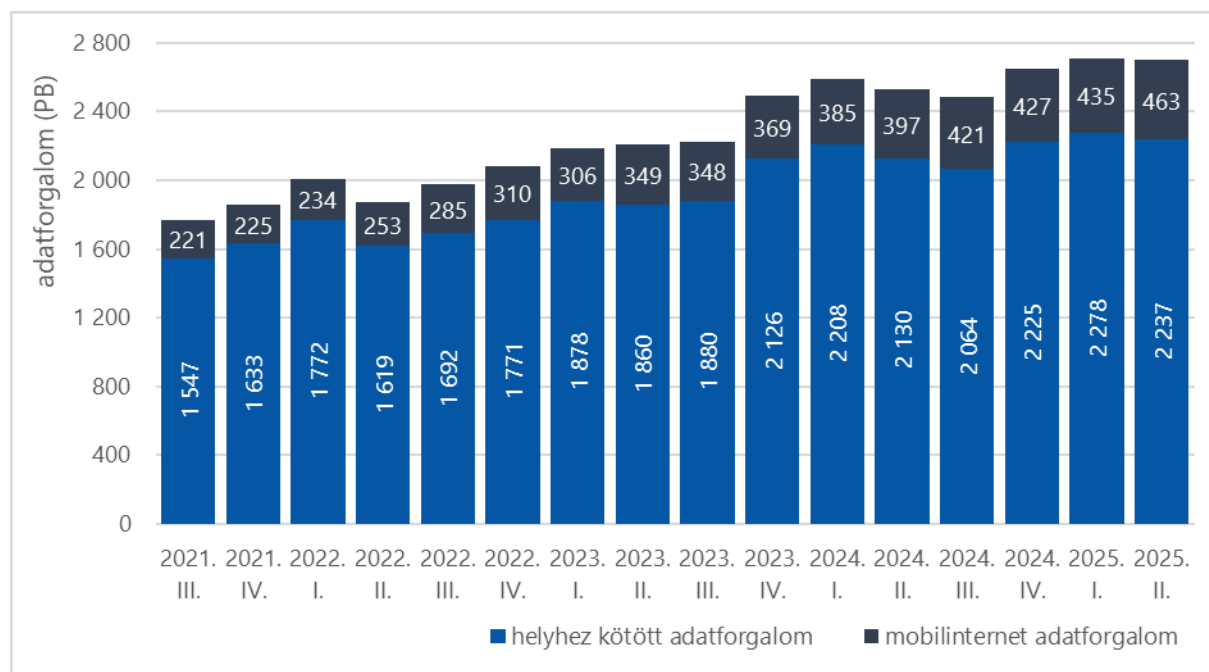
A 2025 második negyedévére 463 petabájtra erősödött mobilinternet-forgalom 17 százaléka ugyanezen időszak összes, azaz a helyhez kötött szolgáltatásokat is magába foglaló internetes forgalmának. (A szinte teljes kiskereskedelmi vezetékes, valamint nem vezetékes, de helyhez kötött internetszolgáltatás adatmennyiségét összesítő NMHH Helyhez kötött piaci jelentése⁸ alapján a helyhez kötött adatforgalom 2.237 petabájtot tett ki e negyedévben.) Mindkét adatmennyiség növekedett a vizsgált időszakban, de míg a helyhez kötött internet átlagosan évi 10 százalékkal, a

⁷ 1 petabájt (PB) adatforgalom 1 millió gigabájt (GB) adatforgalomnak felel meg

⁸ NMHH Helyhez kötött piaci jelentés (<https://nmhh.hu/szakmai-erdekelt/hirkozles-szabalyozas/piaci-jelentesek/helyhez-kotott-piaci-jelentesek>)

mobiliternet kétszer ilyen gyorsan, azaz 20 százalékkal. Ennek következtében a mobiliternet aránya lassuló ütemben bár, de növekszik.

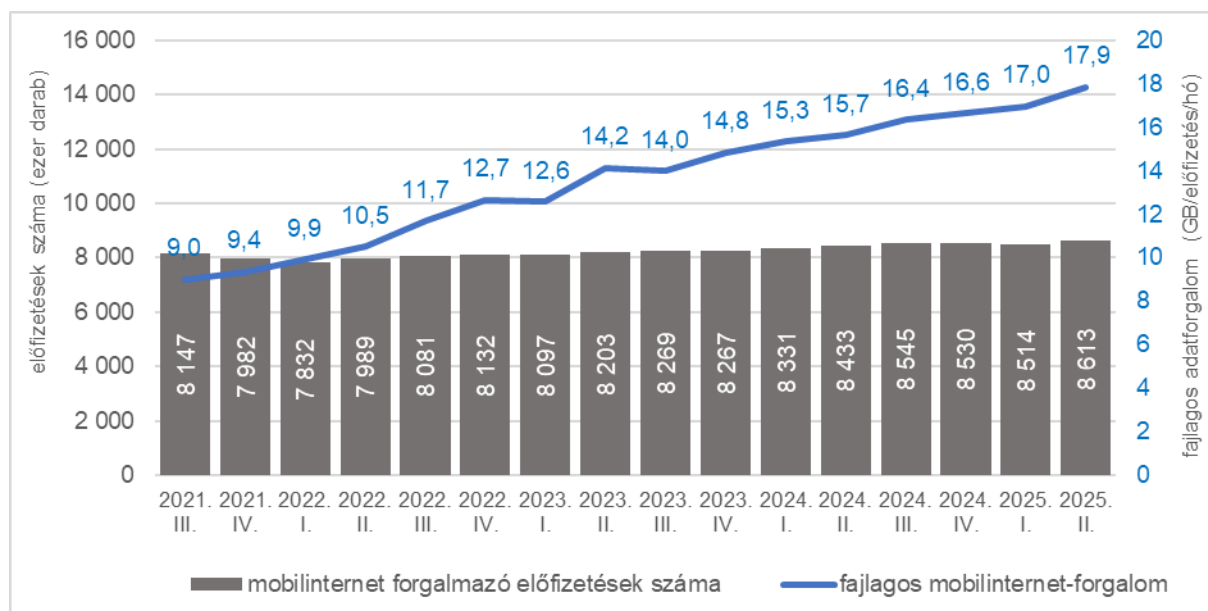
A párhuzamos növekedés arra enged következtetni, hogy a két szolgáltatást nem egymás helyett, hanem egymást kiegészítve használják az emberek. Az NMHH magyar háztartásokat felmérő piackutatása⁹ alapján tudjuk, hogy az internetező háztartások 79 százaléka mindkét szolgáltatástípust, azaz a helyhez kötött és a (kis- vagy nagyképernyős) mobiliternetet is igénybe veszi.



3. ábra: Mobiliternet (mobiltelefonos, nagyképernyős, M2M) és helyhez kötött internet forgalma / [ugrás a 3. táblázatra](#)

⁹ NMHH Az elektronikus hírközlési piac fogyasztóinak vizsgálata - Háztartási felmérés 2024
<https://nmhh.hu/piackutatasok/lakossagi-felmeres>

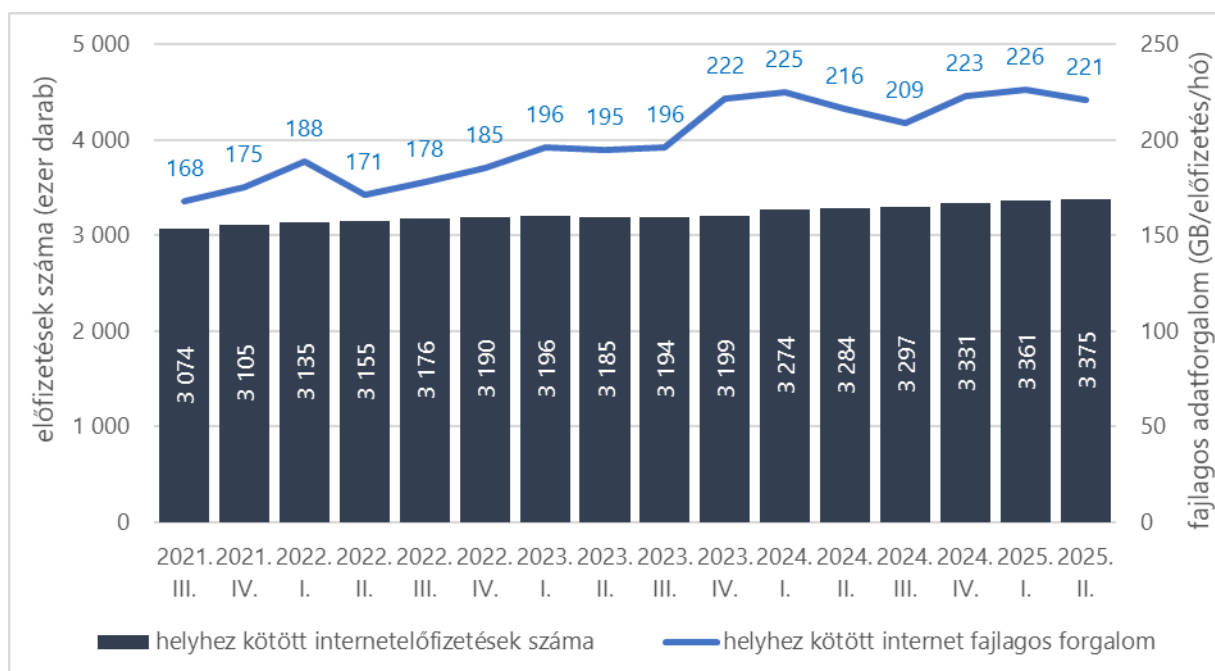
A mobiltelefonos és nagyképernyős mobilinternet-forgalom dinamikus bővülése részben az abban részt vevő előfizetések növekvő számának köszönhető. Ez évente átlagosan 1 százalékkal bővült, így 2025 második negyedévében már 8,6 millió (nem M2M) előfizetéssel kapcsolódtak az internetre. Ennél is nagyobb emelkedést tapasztaltunk a fajlagos, azaz az egy forgalmazó előfizetésre jutó átlagos havi adatforgalomban. Ez meredeken, évente átlagosan 19 százalékkal nőtt. Míg 2021 harmadik negyedévében egy (nem M2M) előfizetésre havi 9 gigabájt forgalom (letöltés plusz feltöltés) jutott, addig 2025 második negyedévében már 18 gigabájt.



4. ábra: Mobilinternet-előfizetések száma és fajlagos forgalma (M2M nélkül) / [ugrás a 4. táblázatra](#)

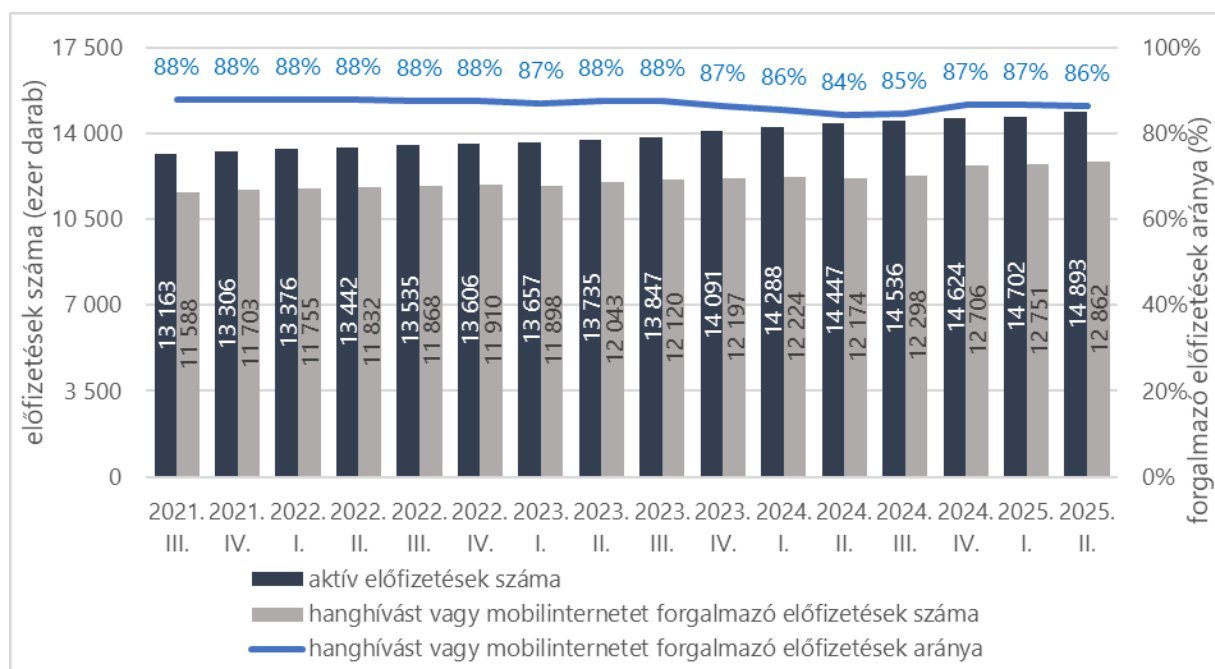
A helyhez kötött internetnél az előfizetések számának és fajlagos adatforgalmának bővülése is jelentős volt, azonban elmaradt a mobilinternet szárnyalásától. Az ügyfélszám évente 2 százalékkal, az egy előfizetőre jutó forgalom pedig 7 százalékkal emelkedett. A fajlagos forgalomra tekintve szembeötlő, hogy mennyivel nagyobb forgalom esik egy helyhez kötött előfizetőre (221 GB/előfizetés/hó), mint egy mobilinternetes (nem M2M) előfizetésre (18 GB/előfizetés/hó). Ennek oka a kisképernyős készülékek eltérő használati módja, és hogy a mobilinternet-előfizetések jellemzően korlátosak. Azaz meghatározott felhasználható adatmennyiséget tartalmaznak, így az emberek (elkerülendő a drágább csomag vásárlását) a nagy forgalommal járó tevékenységekhez inkább választják a helyhez kötött előfizetést.

A mobilinternetnél egyenletes növekedést tapasztaltunk a fajlagos adatforgalom tekintetében. Ezzel szemben a helyhez kötöttnél az emelkedő trend mellett erőteljes ingadozások figyelhetők meg. Például a nyári szabadságolásokat jelentő harmadik negyedévekben (a mobil hangforgalomhoz hasonlóan) kevésbé használják az emberek a helyhez kötött internetet. Ekkor a fajlagos forgalom jellemzően 7 százalékkal kisebb, mint az adott időszak átlagos forgalma, viszont az első negyedévben 6 százalékkal nagyobb.



5. ábra: Helyhez kötött internet-előfizetések száma és fajlagos forgalma / [ugrás az 5. táblázatra](#)

A 14,9 millió darab aktív, vagyis használatra alkalmas előfizetés közül 2025 második negyedében 12,9 millió, azaz az előfizetések 86 százaléka forgalmazott hanghívást, mobilinternetet vagy SMS-t. A forgalmat bonyolító előfizetések aránya 2024-ben kissé visszaesett, majd ismét emelkedni látszott. Ez leginkább az M2M-szegmensnek köszönhető, melyben a legjelentősebb az „alvó”, azaz adatforgalmat csak időszakosan bonyolító előfizetések aránya. (Például a Gondosóra használatát a hozzá kapcsolódó kampányok nagyban befolyásolják.)

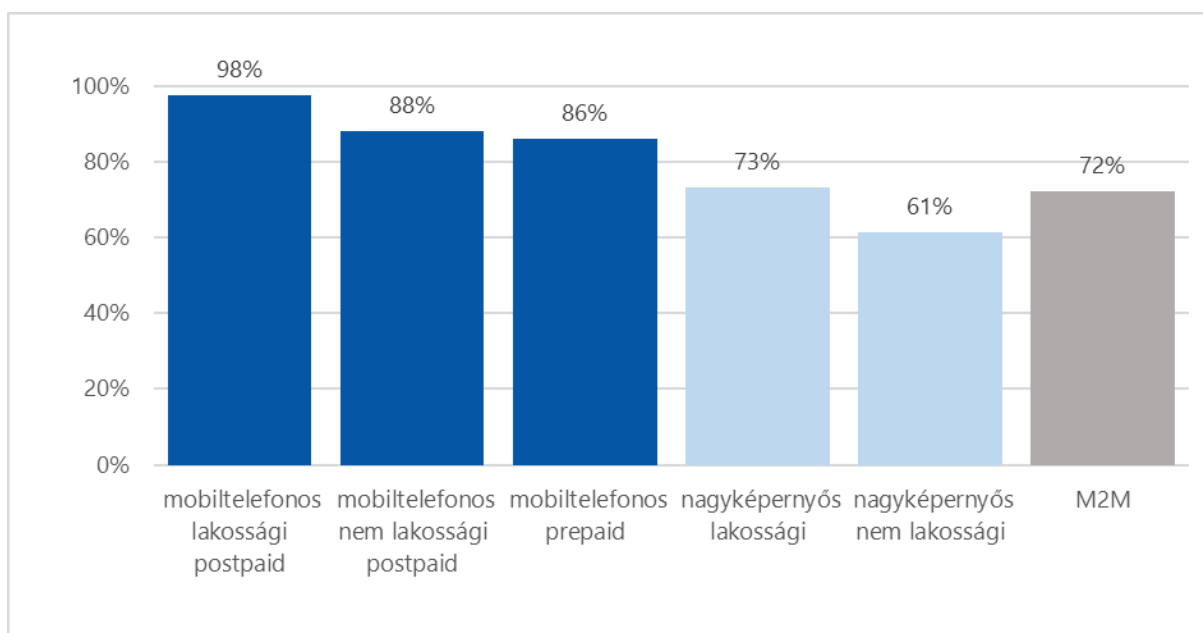


6. ábra: Aktív és hanghívást vagy mobilinternetet forgalmazó előfizetések száma és aránya / [ugrás a 6. táblázatra](#)

A különböző szegmensekhez tartozó előfizetések eltérő használati módjára világít rá a valós forgalmat bonyolító előfizetések szegmensenként különböző aránya. A mobiltelefonos lakossági postpaidet használják ki leginkább az emberek, 98 százalékukkal indítottak vagy fogadtak hanghívást, SMS-t, vagy forgalmaztak legalább 1 megabájt mobilinternetet¹⁰ a negyedévben. A nem lakossági postpaid mobiltelefon-előfizetések kihasználtsága 88 százalékos, ami elmarad a lakossági postpaid-előfizetésektől. A prepaid-előfizetéseknél ez az arány kissé alacsonyabb, 86 százalék. Feltételezhető, hogy a prepaid-előfizetések egy kisebb részét már nem kívánják feltölteni, de nem dobják el, míg hívásfogadásra alkalmas.

Mivel sokan bonyolítanak hang- vagy videóhívásokat mobiltelefonon, felmerülhet, hogy milyen arányban vannak azok, akik bár hanghívást és mobilinternetet is tartalmazó csomagra fizetnek elő, de a hanghívást (és SMS-t) valójában nem használják, csak a mobilinternetet. A szolgáltatók adatai alapján az ilyen előfizetők aránya nem jelentős, csupán 4 százalék volt 2025 második negyedévében.

Ezen felül biztosan vannak olyanok, akik okostelefonjukban „nagyképernyős” mobilinternet előfizetést használnak, így bár mobil hanghívást nem tudnak vele bonyolítani, csetalkalmazással akár beszélgetni is tudnak. Az ő arányuk viszont nem derül ki a rendelkezésre álló adatokból. Gyanítható, hogy az ilyen felhasználási mód kevésbé jellemző, hiszen a nagyképernyős mobilinternet-előfizetések száma nem növekedett az időszak alatt. Összességében feltételezhetjük, hogy a nagy többség ragaszkodik a hagyományos, szabályozott számozáson alapuló hanghívás-szolgáltatáshoz is, mellyel még több partnert tud elérni, mint a csetalkalmazásokkal.



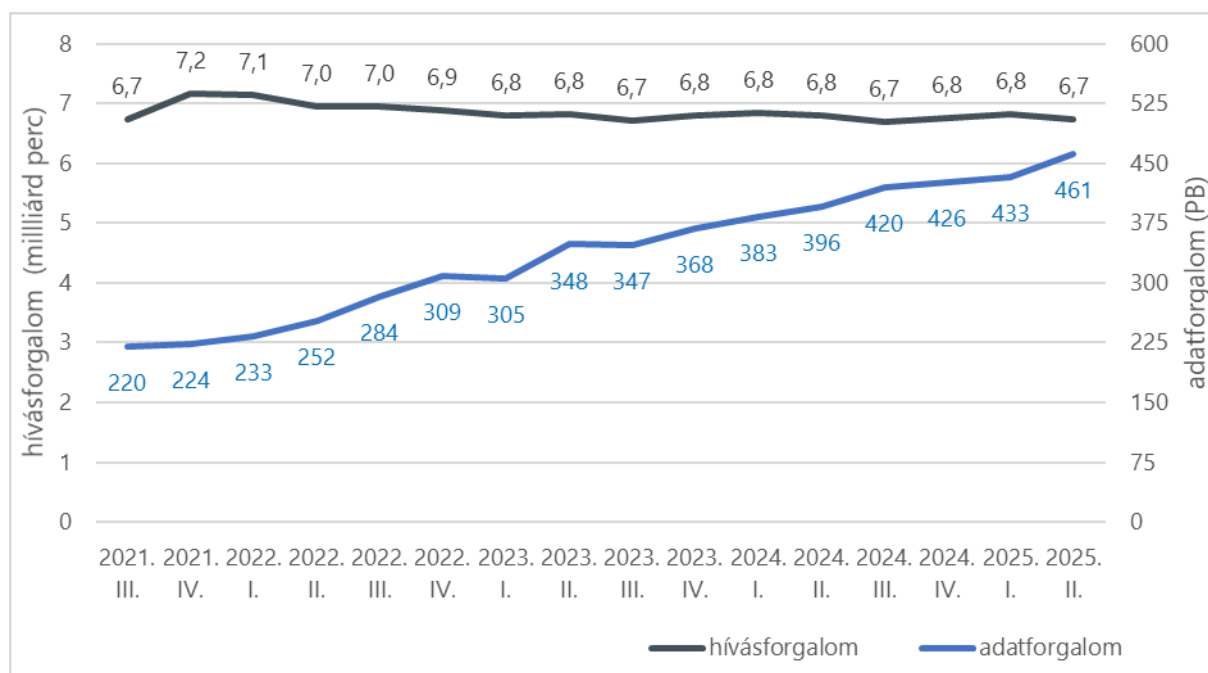
7. ábra: Hanghívást vagy mobilinternetet forgalmazó előfizetések aránya szolgáltatásszegmensek szerint (2025. I. – II. negyedév) / [ugrás a 7. táblázatra](#)

¹⁰ A 2024-et megelőző Mobilpiaci Jelentéseknél a mobiltelefonos előfizetéseknél csak a hanghívás- vagy SMS-szolgáltatás használata alapján soroltuk be a valós forgalmat bonyolító előfizetéseket. 2024-től a legalább 1 megabájt mobilinternet-használata is elégséges feltétel a negyedéven belül.

A nagyképernyős mobilinternet-előfizetések esetén a legalább 1 megabájt adatforgalmat tekintjük a tényleges használat feltételének, M2M-előfizetések esetén pedig ha legalább 1 kilobájt adatot forgalmaznak, vagy 1 darab SMS-t/MMS-t küldenek vele. Mindkét szegmens használati aránya jelentősen kisebb, mint a hangszolgáltatást is kínáló előfizetéseké. Ennek valószínű oka, hogy a nagyképernyős mobilinternet-előfizetések egy része csak a helyhez kötött internetelőfizetés kiesése esetén kerül használatba mint tartalék internet. Sok M2M-előfizetés pedig olyan olyan eszközökben van, amelyek csak különös esetekben forgalmaznak adatot. Például ebbe a kategóriába sorolódik az Gondosóra-szolgáltatás, melynek sajátossága, hogy a beüzemelést követően már csak inkább vészhelyzet esetén forgalmaznak vele adatot.

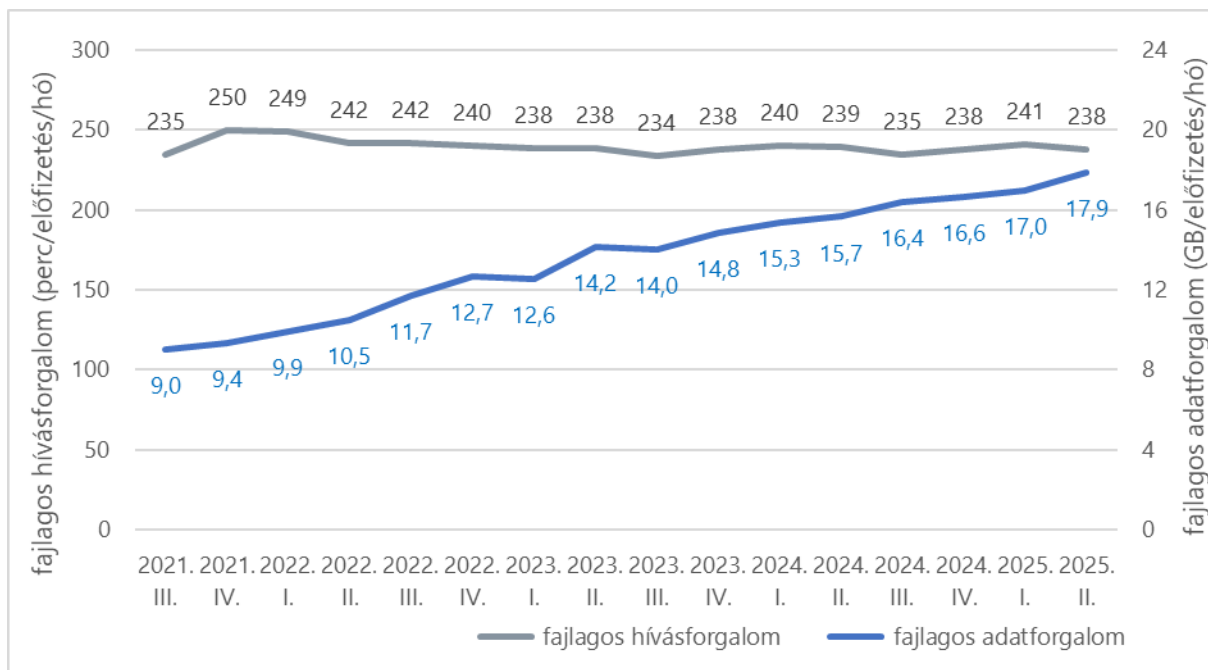
A mobiltelefon-szolgáltatás eredetileg csak a hanghívás-szolgáltatást jelentette, mely később az SMS-sel (rövid szöveges üzenettel) majd a mobilinternettel egészült ki. E technológiák egymással is versenyeznek, hiszen a mobilinternettel használt csetszolgáltatások kiválthatják a hagyományos hanghívásokat is. Azonban a mobilinternetre csatlakozó okostelefonok egyre több olyan igényt is kielégítenek, melyek korábban nem voltak elvártak egy telefontól (pl. navigáció, médialejátszás, játék). Mindezek miatt érdemes szemügyre venni ezen szolgáltatáselemek forgalmának időbeli változását.

A hívásforgalom a postpaid-előfizetések arányának növekedése, valamint a korlátlan csomagok terjedésének hatására 2016 és 2021 között határozottan emelkedett. Azonban 2021 első negyedévében 7,3 milliárd percnél tetőzött, és onnantól kezdve szezonális ingadozásokat mutatva csökkent. 2023-tól 6,7-6,8 milliárd percnél stagnált. Ezzel szemben a nem M2M-előfizetések által forgalmazott mobilinternet gyors ütemben, szinte negyedévről-negyedévre növekedett az elmúlt években. A 20 százalékos átlagos éves növekedésnek köszönhetően 2025 második negyedévére elérte a 461 petabájtot. Ez alapján elmondhatjuk, hogy a mobilszolgáltatás fejlődésében már a mobilinternet-szolgáltatás a meghatározó elem (azonban a hangszolgáltatás is még sokáig velünk maradhat).



8. ábra: Hívás- és internetforgalom negyedéves alakulása (M2M nélkül) / [ugrás a 8. táblázatra](#)

A hívás- és mobilinternet adatforgalom változásának összehasonlításakor láthattuk, hogy míg a hívásforgalom korábban tapasztalt növekedése megállt, addig a mobilinternet-forgalom töretlenül és meredeken emelkedik. Hasonló változásokat látunk, ha a fajlagos forgalmakat, vagyis az egy hang- vagy adatforgalmat bonyolító (nem M2M) előfizetésre eső havi forgalmat vizsgáljuk. A fajlagos hívásforgalom 2021-ben havi 250 percen tetőzött, ami a vizsgált időszak végére 238 percre mérséklődött. A fajlagos adatforgalom a négy év alatt viszont szinte töretlenül, évente átlagosan 19 százalékkal növekedett. Ez utóbbi kissé elmaradt az össz-adatforgalom növekedésétől, hiszen mobilinternet esetén az adatforgalmat bonyolító előfizetések száma is emelkedett. 2021 első negyedévében még 8 gigabájt, addig 2025 második negyedévében már 18 gigabájt jutott egy adatforgalmat bonyolító (nem M2M) előfizetésre, beleértve a mobiltelefonokban használtakat és a náluk nagyobb fajlagos forgalmat bonyolító nagyképernyős mobilinternet előfizetéseket is.



9. ábra: Fajlagos hívás- és internetforgalom negyedéves alakulása (M2M nélkül) / [ugrás a 9. táblázatra](#)

Hanghívás- és SMS-szolgáltatás

2025 második negyedévében 9,4 millió darab előfizetéssel indítottak vagy fogadtak hanghívást vagy SMS-t. Bár a Jelentés alapjául szolgáló adatszolgáltatás erre nem terjed ki, az NMHH piackutatásából¹¹ azt is tudjuk, hogy az előfizetések használata miként oszlik meg korosztályok szerint. A mobiltelefon-használat 6–7 éves korosztályban kezdődik, e korcsoport 18 százaléka veszi azt igénybe. A 8–9 éves gyermekek 63 százaléka, a 10–11 éves korosztály 86 százaléka, 11 év felett pedig szinte mindenki használ mobiltelefont. 60 év felett viszont ismét csökkenni kezd az igénybevétel, és 80 év felett a többség már nem elérhető mobiltelefonon.

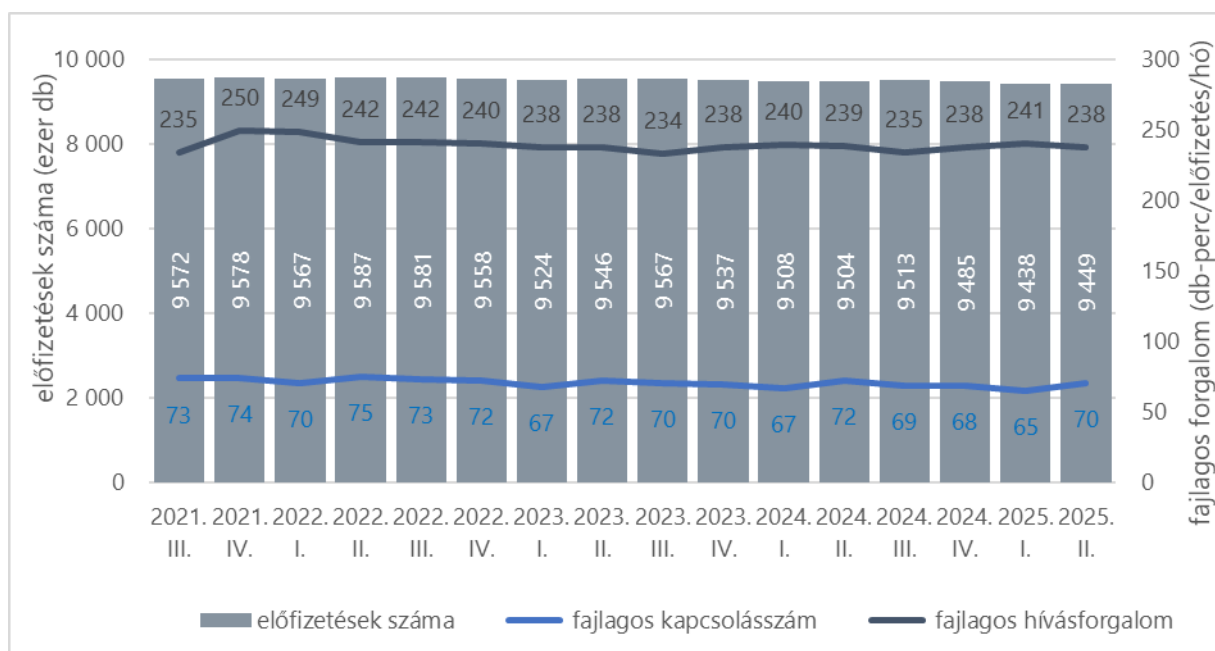
E kormegoszlás alapján a 9,4 millió mobiltelefonos előfizetést a 10 éves vagy idősebb lakosságszámmal érdemes összevetnünk. 8,7 millió ilyen lakosa¹² van az országnak, így ma minden 10 éves vagy idősebb lakosra 1,1 előfizetés jut.

2025 második negyedévében egy előfizetéssel havonta átlagosan 70 hívást kezdeményeztek, és 238 percet beszéltek. Eszerint egy beszélgetés átlagosan 3,4 percig (azaz 3 perc 23 másodpercig) tartott.

Az előfizetések száma a korábbi növekedést követően 2019 harmadik negyedévében 9,9 millió darabbal tetőzött, ami azóta enyhén csökkent 9,4 milliós szintre. De nem csupán az előfizetések számának növekedése állt meg. A fajlagos forgalom 2021-ben (azaz a Covid-járvány miatti lezárások idején) volt a legmagasabb, havonta 250 perc. Ez 2025 második negyedévére a 238 perces szintre csökkent. A hívásforgalmat befolyásoló tényezők közül a hívások hossza mutatta a legnagyobb trendszerű és szezonális változékonyságot, míg az előfizetések száma és a kapcsolások száma stabilabbnak mutatkozott.

¹¹ NMHH Az elektronikus hírközlési piac fogyasztóinak vizsgálata - Háztartási felmérés 2024
<https://nmhh.hu/piackutatasok/lakossagi-felmeres>

¹² A KSH 2024-es továbbszámított lakónépesség adatai szerint



10. ábra: Hanghívást forgalmazó előfizetések száma és fajlagos forgalma / [ugrás a 10. táblázatra](#)

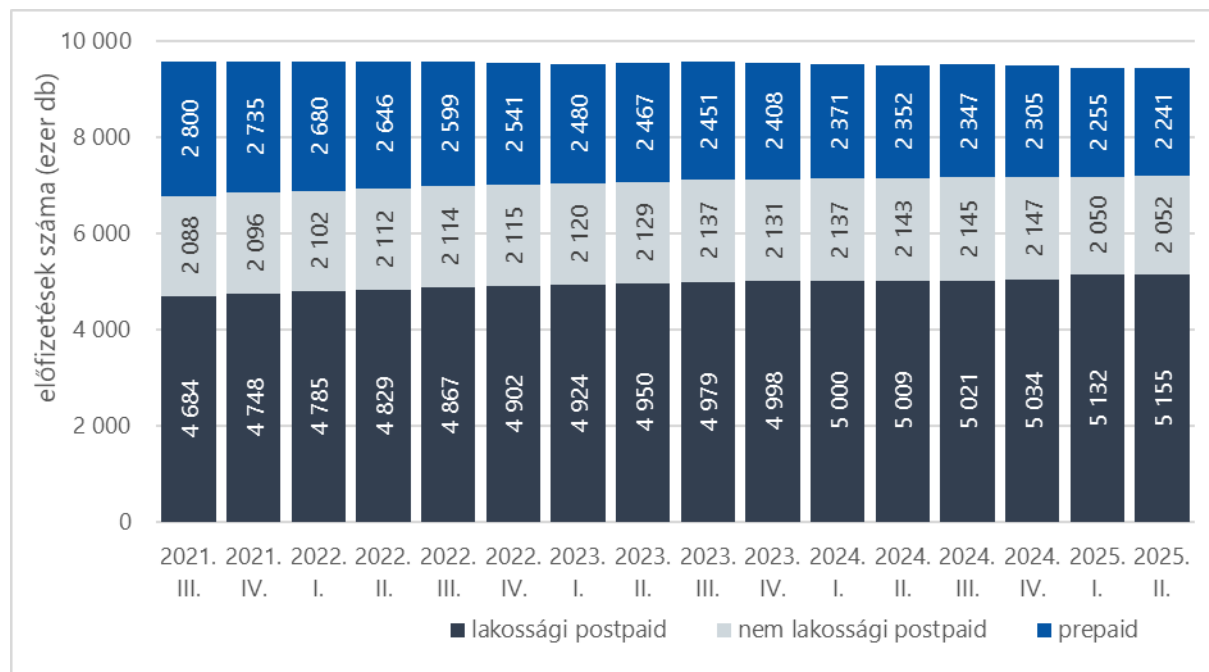
A 9,4 millió hanghívást forgalmazó előfizetés 55 százaléka (5,2 millió darab) lakossági postpaid („havidíjas”), 23 százaléka (2,1 millió) pedig nem lakossági (üzleti, intézményi) postpaid-előfizetés. 22 százalék (2,1 millió) a prepaid- („feltöltőkártyás”) előfizetések aránya, melyek túlnyomó részben lakossági kézben vannak.

Évek óta megfigyelhető, hogy a felhasználók prepaid-előfizetésüket postpaidre cserélik. 2017-ig a lakossági előfizetők körében a prepaid-előfizetések voltak túlsúlyban, azóta már több a postpaid. A trend az elmúlt négy évben sem tört meg. A postpaid-szolgáltatás fogyasztó oldali előnyét a magasabb forgalom esetén elérhető kedvezőbb fajlagos költség, a részben vagy egészben korlátlan csomagoknak köszönhető kiszámíthatóbb kiadás és a készülékkedvezmények jelenthetik. A szolgáltató számára pedig vonzó a tervezhető bevétel, így elsősorban ezeket az előfizetési csomagokat hirdetik.

A prepaid-használat még mindig jelentős a legfiatalabb és legidősebb mobilhasználóknál. A korábban említett 2024-es NMHH piackutatás alapján a 11 és 15 év közötti korcsoportban, illetve 70 év felettieknél a többség prepaid-előfizető. (A középkorosztály viszont túlnyomó részt postpaides.)

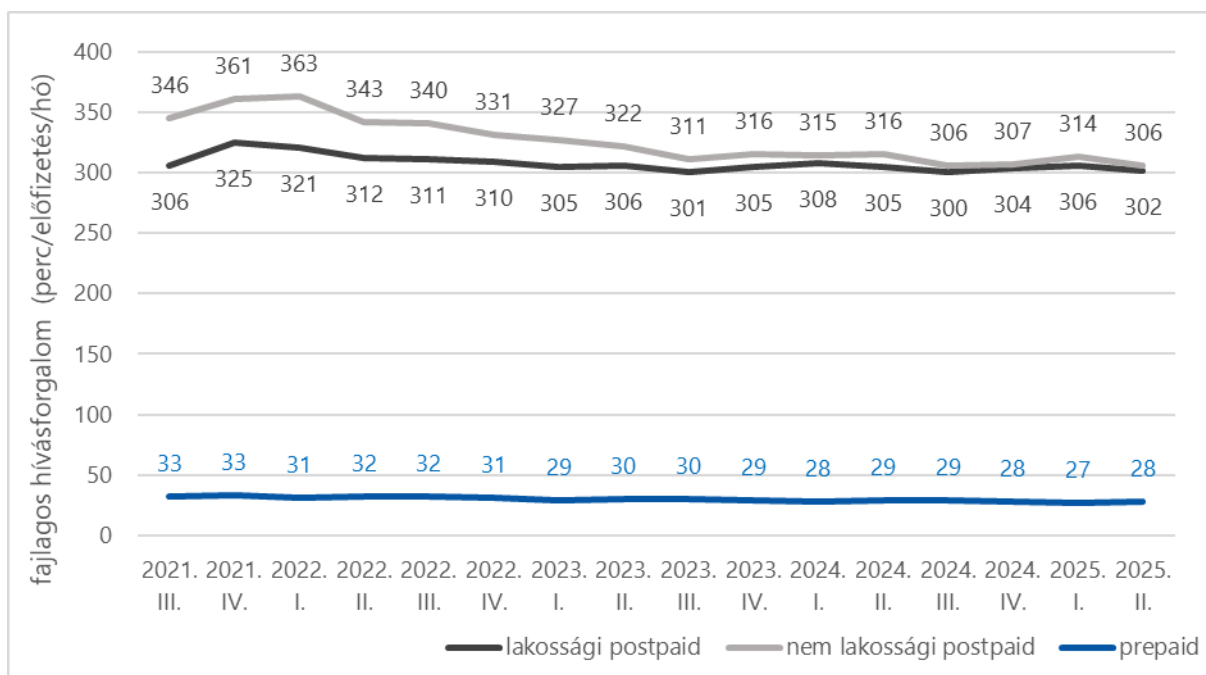
A prepaid-előfizetések száma évente átlagosan 5 százalékkal csökkent, a postpaidé pedig 2 százalékkal nőtt. Összességében az előfizetések száma fél százalékkal csökkent, ami vélhetően a nem kihasznált, fel nem töltött prepaid-előfizetések inaktívvá válásának köszönhető.

A hangszolgáltatással használt lakossági postpaid-előfizetések 23 százalékát teszik ki a nem nyilvános díjcsomagokkal igénybe vett előfizetések. Ezek a publikus díjcsomagokhoz képest jellemzően kedvezőbb feltételeket kínálnak az ügyfeleknek. A mobilszolgáltató számára pedig az alacsonyabb nemfizetési kockázat lehet előnyös. A különböző mobilszolgáltatóknál eltérő az ilyen díjcsomagokhoz tartozó lakossági postpaid-előfizetések aránya: a One-nál az átlagnál jelentősebb, a Telekomnál pedig alacsonyabb.



11. ábra: Hanghívást forgalmazó előfizetések száma szegmensek szerint / [ugrás a 11. táblázatra](#)

Az előfizetési típusok arányainak jelentős áttrendeződése akkor válik igazán érdekessé, ha azt is bemutatjuk, hogy mennyire eltérő hanghívás-, SMS- és adatmennyiséget forgalmaznak az előfizetők postpaid- és prepaid-csomagjaikkal. Egy prepaid-előfizetéssel havonta átlagosan csak 28 percnyi hívást indítottak. A postpaid-ekkel viszont ennek több mint tízszeresét: a lakossági számlás előfizetők 302 percet, a nem lakosságiak kissé többet, 306 percet. Míg a prepaid fajlagos forgalom a vizsgált időszakban csak keveset változott, a postpaidnél szezonális és trendszerű ingadozások figyelhetők meg. Minden év harmadik negyedében, feltehetőleg a nyaralási szezonnak köszönhetően kissé beesik a forgalom. Emellett a korábban gyarapodó fajlagos forgalom 2021-ben (a Covid-járvány idején) tetőzött, majd csökkenni kezdett. A legnagyobb visszaesés a nem lakossági postpaid-előfizetéseknél figyelhető meg.



12. ábra: Hanghívást forgalmazó előfizetések fajlagos hívásforgalma szegmensek szerint / [ugrás a 12. táblázatra](#)

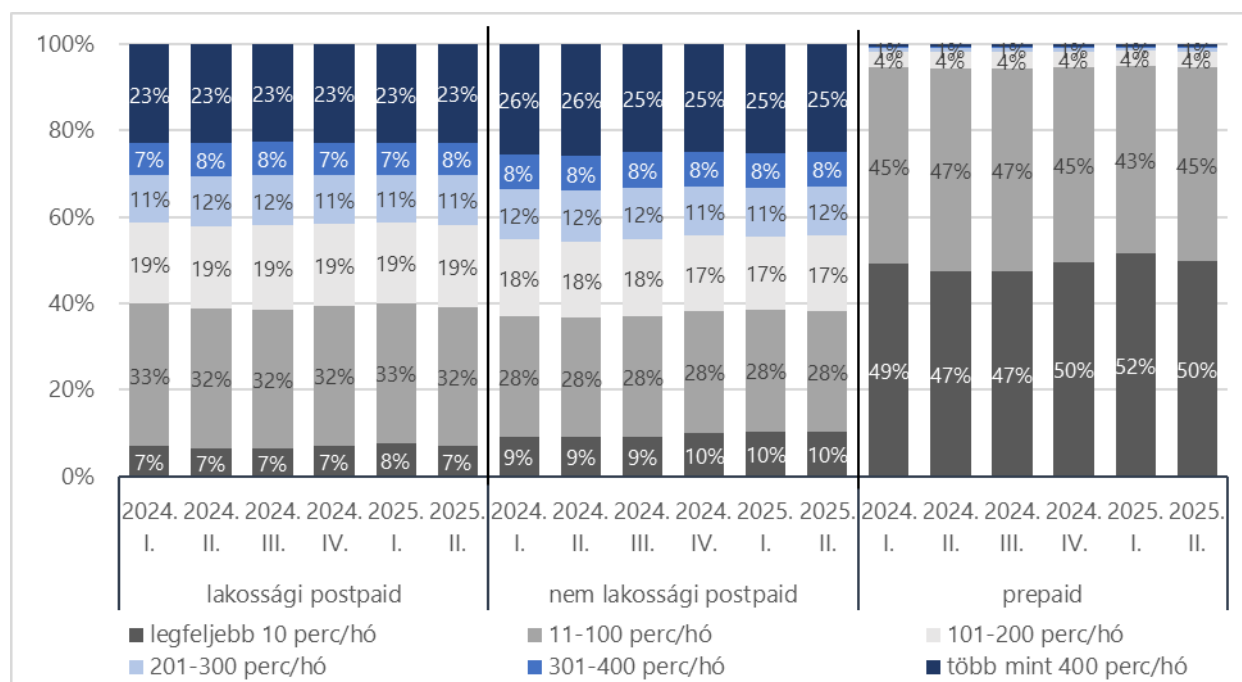
A fajlagos hangforgalom az előfizetések átlagos forgalmát jelenti. Azonban az egyes előfizetésekkel jelentősen eltérő hívásforgalmat bonyolítanak – köszönhetően az emberek különböző használati szokásainak és a sokféle díjcsomaggal járó eltérő hívásköltségeknek. Ezen használatbeli változatosságot vizsgálándó a Hatóság arra kérte a szolgáltatókat, hogy 2024-től az előfizetések száma és forgalma mellett számoljanak be az előfizetések hívásforgalmi kategóriák szerint számáról is. Ehhez az előfizetéseket egységes forgalmi kategóriákba kellett sorolniuk az adott negyedév havi hívásforgalmi alapján. A hat forgalmi kategória közül a legkisebb forgalmi kategóriába azok az előfizetések kerültek, melyekkel legfeljebb 10 percnyi hanghívást kezdeményeznek egy hónapban. 2025 második negyedévében az összes hangforgalmat bonyolító előfizetés 17 százaléka tartozott ezen legkisebb forgalmú kategóriába. Legalább ennek negyvenszeresét, azaz minimum 400 percnyi hívást kellett vele indítani ahhoz, hogy egy előfizetés a legmagasabb kategóriába kerüljön. Ebbe a csoportba előfizetések 18 százaléka került. Abból, hogy a forgalmi kategóriák között ilyen jelentős eltérések vannak, és a két szélső kategóriába is az előfizetések jelentős hányada esik, arra következtethetünk, hogy az előfizetések erősen heterogének hangforgalmazás tekintetében.

A heterogenitás jelentősen csökken, ha a kategóriák arányát az előfizető és előfizetési típus szerinti szegmensek szerint vizsgáljuk. 2025 második negyedévében a prepaid-szegmensben az előfizetések fele a legkisebb, azaz a legfeljebb 10 perces hangforgalmat jelentő kategóriába tartozott, és csupán 2 százalék felelt meg a felső három kategória egyikének, melyek 200 vagy annál több percnyi hanghívást kezdeményeztek. Úgy tűnik, hogy az élő prepaid-előfizetések jelentős része is tartalék vagy vészhelyzeti szerepet tölt be, esetleg inkább csak hívások fogadására használják őket. 200 perc használat felett pedig már szinte mindenki postpaid-előfizetést használ.

A lakossági és nem lakossági postpaid-előfizetések körében hasonlóak a hangforgalmi szegmensek arányai, és meglehetősen nagy szórást mutatnak hangforgalom tekintetében. Közel tizedük tartozik a legkisebb, legfeljebb 10 hanghívás perces kategóriába. Esetükben a prepaid-előfizetés valószínűleg kedvezőbb is lehetne, ha nem vennénk figyelembe, hogy a postpaid-előfizetések jellemzően a prepaides feltöltési bónuszokat meghaladó mobilinternet-keretet biztosítanak. A számlás előfizetők negyede viszont legalább 400 percnyi hívást kezdeményeztek előfizetéseikkel.

Itt érdemes megemlíteni, hogy az NMHH 2024-es Internethasználói kutatása¹³ alapján a 16 éves vagy idősebb internetezők számlás előfizetéseinek 88 százaléka tartalmazott valamilyen (pl. egy csoportba tartozó előfizetésekre, saját hálózatra, belföldre vagy EU-ra vonatkozó) korlátlan hanghívás lehetőséget. Ehhez képest a tény – hogy a postpaid-előfizetéseknél „csupán” negyedével beszéltek legalább 400 percet – arra utal, hogy a hanghívások korlátját általában már nem a szűkös előfizetési csomag vagy a hívásdíjak jelentik, hanem az ügyfelek korlátozott igénye, véges ideje, esetleg a csetalkalmazások használata olyan esetekben is, amikor az már nem is jelent spórolást a mobillétségek tekintetében. A korlátlan csomagok előnye, hogy a számla nem léphet túl egy bizonyos összeget. Így még úgy is racionális lehet korlátlan csomagra előfizetni, ha az ügyfél nem használja ki az összes kedvezményt, és akár úgy is tűnhetne, hogy egy „kisebb” csomaggal jobban járt volna.

A szegmenseken belül a három nagy szolgáltató előfizetéseinek hívásforgalmi kategóriák szerinti arányát összehasonlítva pedig elmondhatjuk, hogy nincs jelentős különbség az egyes szolgáltatók között, ügyfelek hasonló intenzitással telefonálnak.

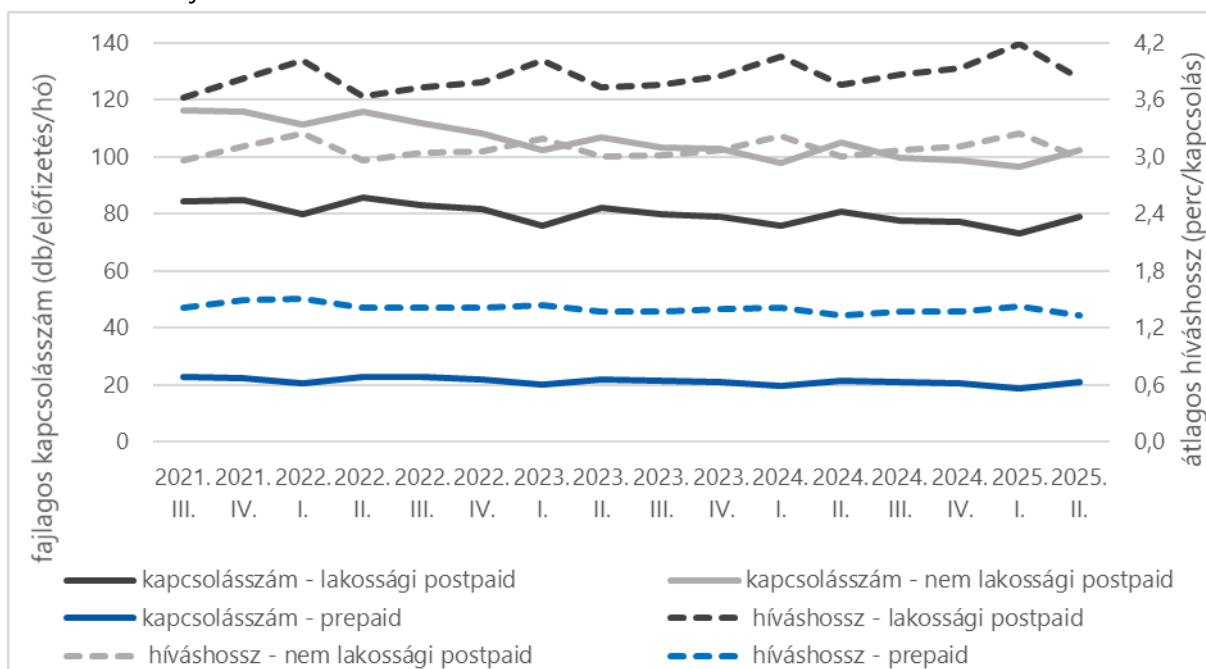


132b. ábra: Hanghívást forgalmazó előfizetések aránya hívásforgalmi besorolás szerint / [ugrás a 12b. táblázatra](#)

¹³ NMHH Az elektronikus hírközlési piac fogyasztóinak vizsgálata - Internethasználói felmérés 2024.
(<https://nmhh.hu/piackutatasok/internetes-felmeres>)

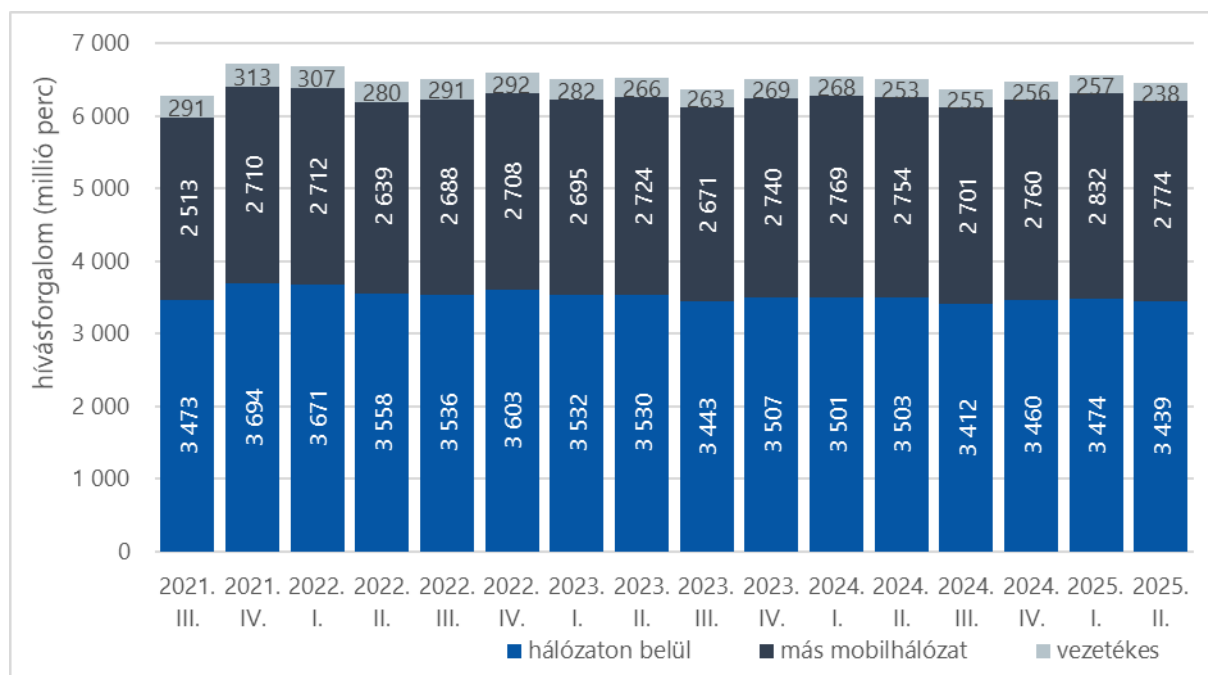
A fajlagos hívásforgalmat tovább bontva a kapcsolások számára és a hívások hosszára újabb eltérésekre figyelhetünk fel az egyes szegmensek között. A prepaid-előfizetésekkel kevesebb hívást kezdeményeznek, havonta átlagosan csak 21 darabot, és a hívás is rövidebb, átlagosan csupán 1,3 perc. Ezzel szemben a lakossági postpaid-előfizetésekkel 79-szer telefonálnak, a nem lakossági postpaidéknél pedig még többet, havonta 102-t. Viszont az utóbbi két szegmens sorrendje felcserélődik a fajlagos híváshossz tekintetében. A lakossági postpaides hívások hosszabbak (3,8 perc/kapcsolás), a nem lakosságiak pedig rövidebbek (3,0 perc/kapcsolás). Vagyis céges telefonon több, de rövidebb hívást kezdeményeznek az emberek, mint a lakossági postpaid-előfizetésekkel.

A fajlagos kapcsolásszám és híváshossz negyedéves adatsorára tekintve feltűnik, hogy a két mennyiség között fordított együttjárás tapasztalható. Vagyis azon negyedévekben, mikor a hívások száma magas (második negyedév), a híváshossz csökken, míg amikor kevesebb a hívás (első negyedév), hosszabbak a beszélgetések. Ez arra utal, hogy az emberek telefonálásra fordítható ideje korlátok közé szorítja a hívások összidejét.



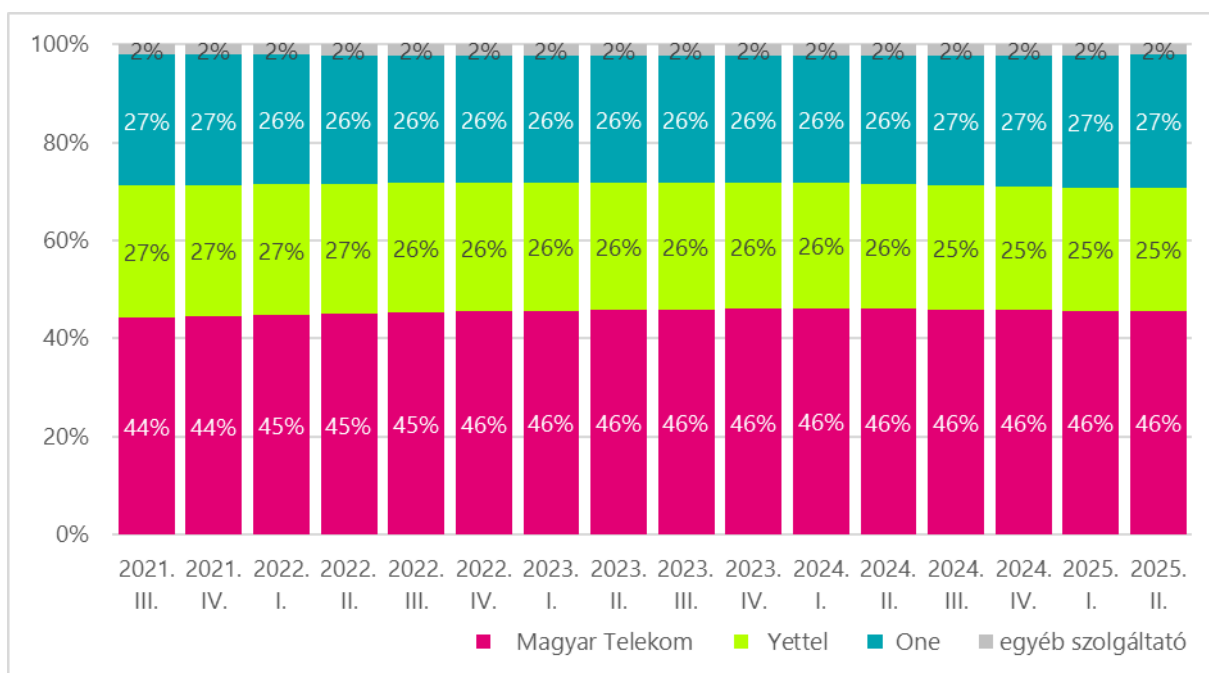
13. ábra: Hanghívást forgalmazó előfizetések fajlagos kapcsolásszáma és átlagos híváshossza szegmensek szerint / [ugrás a 13. táblázatra](#)

A belföldi mobil hangforgalom forgalmi irányok tekintetében évek óta stabil képet mutat. 2025 második negyedében 96 százaléka mobilhálózatba irányul, és csupán 4 százalék helyhez kötöttbe (vezetékesbe). A hívások 53 százaléka a hálózaton belül történik, vagyis az emberek szolgáltatójuk egy másik előfizetőjét hívják leginkább. Azonban lassú ütemben bár, de egyre csökken a hálózaton belüli hívások aránya. Ennek oka lehet, hogy sok tarifa már nem különbözteti meg forgalmi keret vagy díj tekintetében a saját és más belföldi hálózatba irányuló hívásokat. Mindazonáltal a több előfizetéssel járó kedvezmények továbbra is a hálózaton belül tartják a hívások zömét, hiszen a családtagoknak, munkatársaknak megéri egy szolgáltatóhoz tartozni, és egyébként gyakran hívják egymást.



14. ábra: Belföldön indított hívásforgalom alakulása forgalmi irányok szerint / [ugrás a 14. táblázatra](#)

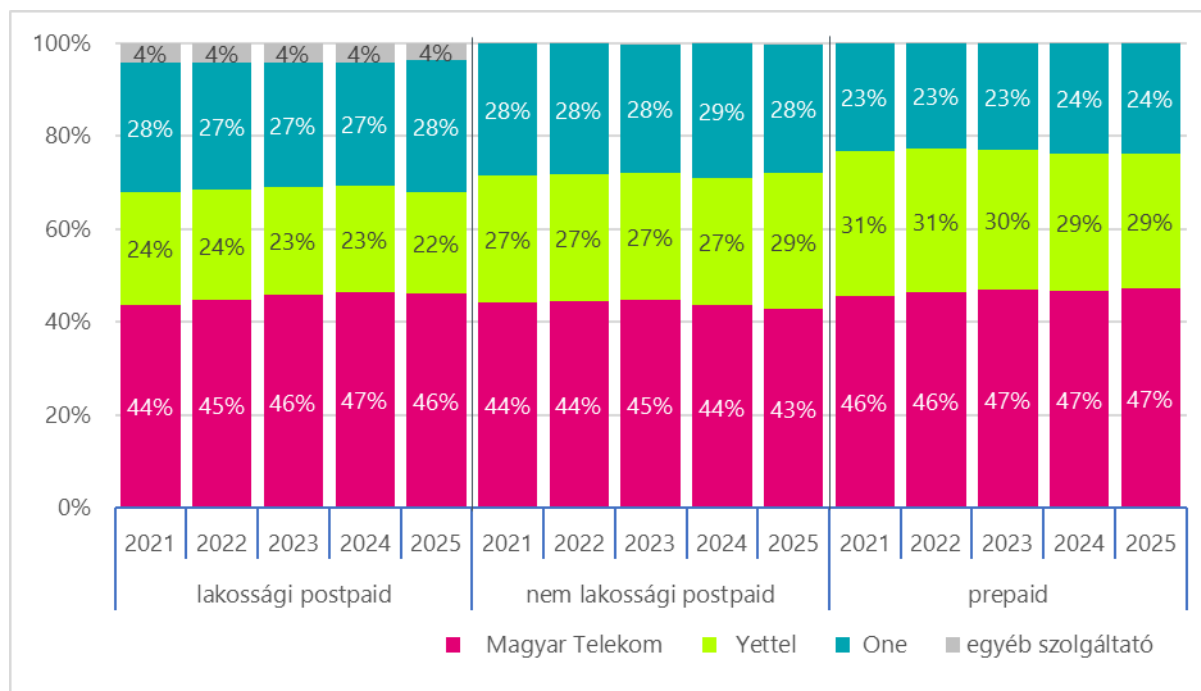
A hívást (vagy SMS-t) forgalmazó előfizetések aránya alapján számított mobilszolgáltatói részesedések alig változtak a vizsgált időszakban. A három nagy szereplőhöz tartozik az előfizetések 98 százaléka. 46 százalékos részesedéssel stabilan piacvezető a Magyar Telekom (4,3 millió előfizetés tartozik hozzá). A One és a Yettel részesedése hasonló: az előfizetések 27 százaléka (2,6 millió darab) tartozik a One-hoz, és 25 százaléka (2,4 millió darab) a Yettelhez. A kisebb szereplők közül a korábban önálló mobilhálózattal rendelkező DIGI előfizetőinek száma 2022-ig nőtt, és 177 ezernél tetőzött. A One-nal közös tulajdonba került DIGI 2023-tól új mobilelőfizetéseket nem értékesített, a meglévő ügyfeleit pedig saját mobilhálózata helyett a One hálózatán szolgálta ki. Ezzel párhuzamosan az előfizetők száma gyorsuló ütemben csökkent, míg a One-é kissé növekedett. Így 2025-ben a Digi korábbi negyedik helyét a Netfone vette át, mely virtuális mobilszolgáltatóként a One és a Telekom hálózatát használja, és az elmúlt negyedévekben jelentős arányban növelte előfizetőinek számát. Mindazonáltal a 100 ezres számot meghaladó előfizetés-szám jelentősen elmarad a három nagy szereplő ügyfélköréhez képest.



15. ábra: Hanghívást forgalmazó előfizetések száma alapján számított piaci részesedések alakulása a mobiltelefon-piacon / [ugrás a 15. táblázatra](#)

Szegmensek szerint vizsgálva kissé eltérnek a hívásforgalmat bonyolító előfizetések alapján számított piaci részesedések. A Telekom mindhárom szegmensben piacvezető, de az előnye a nem lakossági postpaid-szegmensben mérsékeltebb. A lakossági postpaid, azaz a legnagyobb szegmensben a One-é a második hely, míg a kisebb forgalmakat bonyolító prepaidben a Yettelé. A nem lakossági postpaid-szegmensben a Yettel és One részesedése nagyon hasonló. Az is kitűnik, hogy a kisebb szolgáltatók szinte csak a lakossági postpaid-szegmensben rendelkeznek ügyfelekkel.

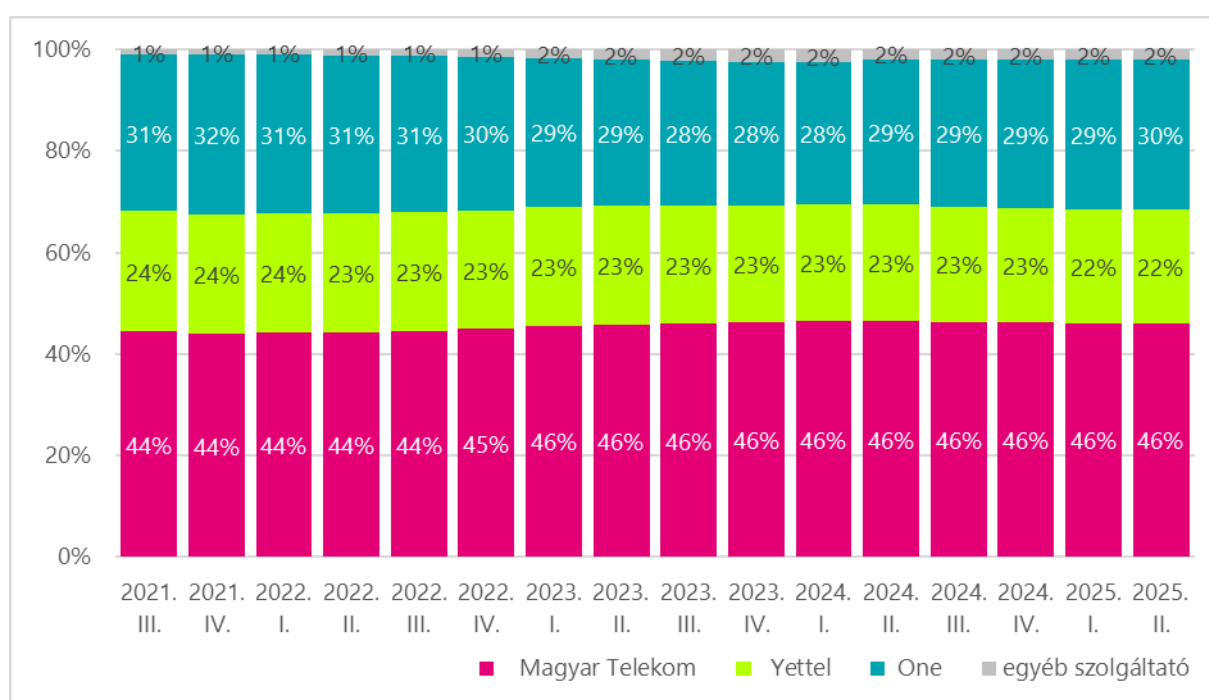
A nagy szolgáltatók részesedései a teljes hangpiacon stabilnak mondhatóak. Ám szegmensenként vizsgálva mérsékelt változások figyelhetők meg. Az elmúlt öt év során – az amúgy is piacvezető – Telekom kissé tovább tudta növelni előnyét a lakossági, és különösen a lakossági postpaid-szegmensben, ahol 44 százalékról 46 százalékra emelkedett az előfizetések száma alapján számított részesedése.



16. ábra: Hanghívást forgalmazó előfizetések száma alapján számított piaci részesedések szegmensek szerint a mobiltelefon-piacon / [ugrás a 16. táblázatra](#)

Nem csupán az előfizetések száma, hanem a hívásforgalom alapján is szemrevételezhetjük a szolgáltatók piaci helyzetét. A nagyobb szolgáltatók sorrendjében nincs változás: a Magyar Telekom forgalom szerint is piacvezető 46 százalékos részesedéssel. Viszont míg előfizetésszám alapján a One és a Yettel kissé eltérő részesedéssel követték, itt határozottan a One-é az elsőbbség 30 százalékkal, szemben a Yettel 22 százalékaival. Ennek egyik oka, hogy míg a One postpaidben erősebb, addig a Yettel a jellemzően kevesebb percet beszélő prepaid-előfizetésekkel rendelkezik nagyobb arányban.

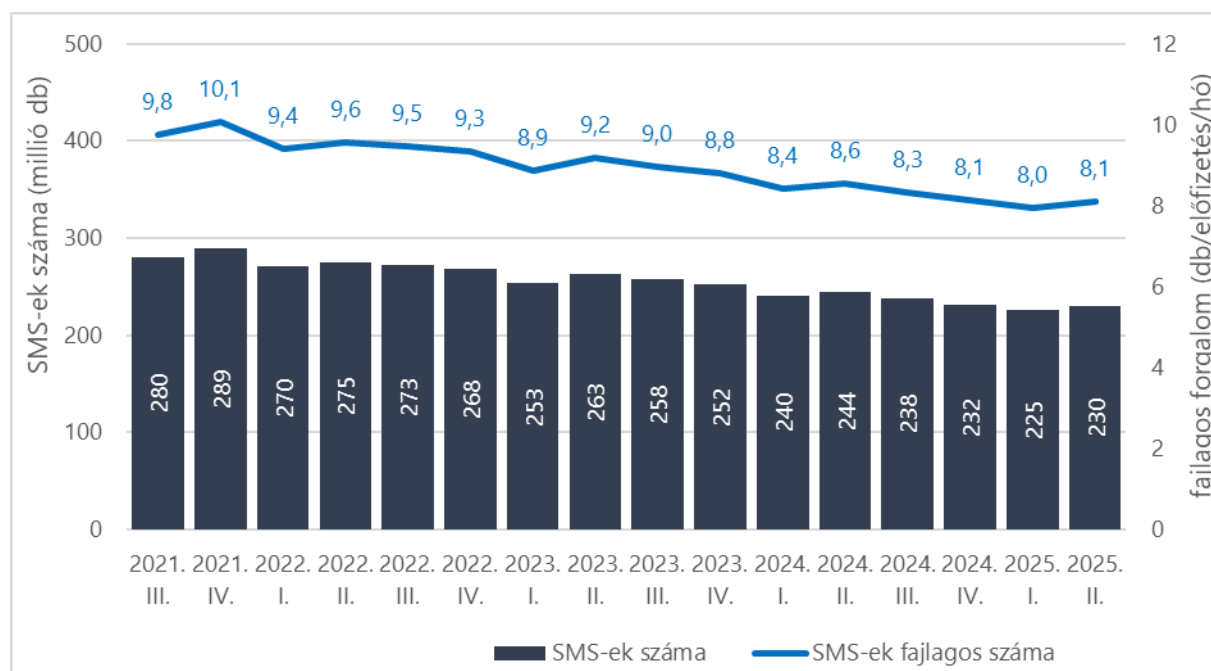
Ezen felül mind a lakossági postpaid-, mind a prepaid-szegmensben a One-előfizetők aktívabbak, azaz nagyobb forgalom esik egy One-előfizetésre, mint egy yettelésre. (Lakossági postpaid One: 325 perc/előfizetés/hó, Telekom: 307, Yettel: 271; prepaid Telekom: 21, One: 29, Yettel: 22.) A nem lakossági postpaid-szegmensben a Yettel és Telekom fajlagos forgalma hasonló (Telekom: 314 perc/előfizetés/hó, Yettel: 307), a One-é viszont alacsonyabb (296). Érdekesség, hogy az utóbbi negyedévek során részesedést veszítő DIGI ügyfelei a lakossági postpaides átlagnál jelentősen alacsonyabb fajlagos hívásforgalmat bonyolítottak, a növekvő ügyfélszámmal rendelkező Netfone-előfizetők pedig jelentősen magasabbat. Utóbbi szolgáltató vélhetően a sokat telefonáló ügyfeleket tudta a piacon megszokottnál kedvezőbb ajánlatokkal magához vonzani.



17. ábra: Hívásforgalom alapján számított piaci részesedések alakulása a mobiltelefon-piacon / [ugrás a 17. táblázatra](#)

Körülbelül negyedmilliárd SMS-t küldtek a mobilozók 2025 második negyedévében, egy előfizetésre átlagosan havonta 8,1 üzenet jutott. Az SMS-ek száma 2018-ban tetőzött, azóta szezonális ingadozások mellett csökkenni látszik, 2021-től évenként átlagosan 5 százalékkal. Érdekes megemlíteni, hogy jelenleg mind az SMS-, mind a hívásforgalom csökkenő trendet mutat, de az SMS-nél hamarabb következett be a visszaesés. Emögött az okostelefonos csetalkalmazások és a mobilinternet használatának terjedését sejtethetjük. Az írásos üzenetváltás pedig hamarabb vált általánossá, mint a nagyobb sávszélességet és adatkeretet igénylő internetes hang- vagy videóhívások. Ez megmagyarázhatja, hogy miért kezdett hamarabb visszaesni az SMS-forgalom.

Az NMHH 2024-es internethasználói kutatása¹⁴ alapján képet kaphatunk a cset és SMS, valamint az internetes telefon (vagy videótelefon) és a hagyományos mobiletelefon együttes használatáról. A 16 éves vagy idősebb internetező lakosság 71 százaléka küldött csetüzenetet legalább naponta, míg SMS-t csupán 10 százalék. A hangszolgáltatás jobban ellent tud állni az online kihívásnak: 33 százalék kezdeményezett internetes telefon vagy videóhívást legalább naponta, viszont hagyományos mobilhívást (még?) többen, az internetezők 43 százaléka. Érdekes megemlíteni, hogy mind a szöveges, mind a hangkommunikációra igaz, hogy aki naponta használja az online változatot, az a „hagyományos” megoldást is inkább igénybe veszi.



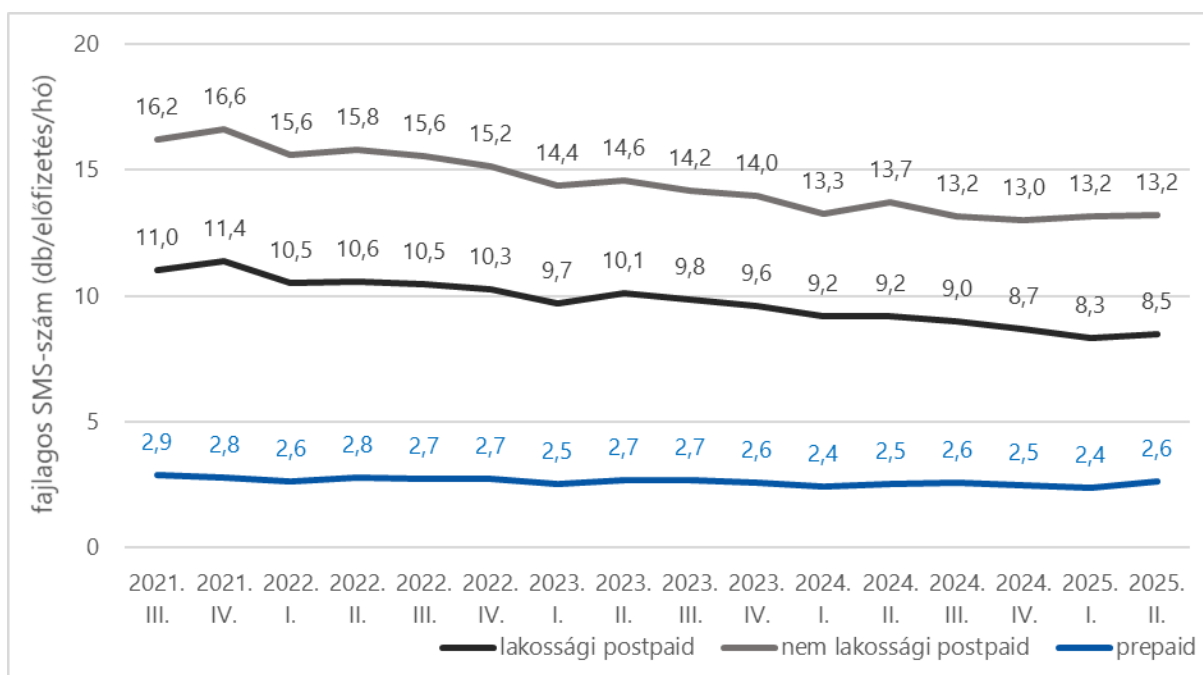
18. ábra: Belföldön küldött SMS-ek száma és fajlagos száma / [ugrás a 18. táblázatra](#)

Érdekes kérdés, hogy mi határozza meg, hogy az emberek telefonáláskor mikor választják inkább a „hagyományos” mobilt vagy az internetes telefonálást, esetleg a vezetékes telefonszolgáltatást. Az NMHH piackutatásában a lehetséges tényezők egyikét vizsgáltuk – a hívott fél szerinti preferenciákat. A 16 éves vagy idősebb internetezők többsége szinte minden hívott fél esetén a mobiltelefont választja inkább, és csak másodsorban az internetes telefonálást. A mobiltelefon-választás előnye kiemelkedő, ha egy intézményt vagy céget akarnak felhívni ügyintézés céljából. 79 százalék kezdeményezne mobilhívást ilyen esetben, míg internetes hívást (azaz beszélgetést pl. Messengeren, Viberen, melyek a legnépszerűbb ilyen alkalmazások) csak 13 százalék. Ez persze nem csupán a felhasználók szándékait mutatja, hanem a realitást is – sok intézmény vagy cég ügyfélszolgálatát csak hagyományos telefonon

¹⁴ NMHH Az elektronikus hírközlési piac fogyasztóinak vizsgálata - Internethasználói felmérés 2024.
(<https://nmhh.hu/piackutatasok/internetes-felmeres>)

érhető el. A második leginkább „hagyományos” mobilhoz kötődő kategória a munkatárs (vagy tanár) hívása, ami ismét arra utal, hogy a mobilt hivatalosabb kommunikációs csatornának tekintik az emberek, mint az internetes telefonálást. Az internetes hívások előnye a külföldön élő ismerősök, rokonok hívásánál kiemelkedő, az ilyen hívásokat bonyolítók 70 százaléka választaná inkább. Mindez magyarázható a külföldre irányuló telefonhívások jellemzően magasabb díjával, illetve hogy egy távol élő ismerősnél kiemelkedő előny lehet, hogy a csetalkalmazásokban elérhető videóhívással a másik felet nem csak hallani, de látni is lehet. Bár a többség itt már inkább a hagyományos mobiltelefont választja, az unoka, gyermek hívásánál is kiemelkedő az internetes hívást preferálók aránya. Vagyis olyan helyzetekben, ahol a hívott fél fiatalabb, és mint ilyen átlagon felül használhat internetes telefonhívást. (A vezetékes telefont, a mobilhoz hasonlóan leginkább az intézmények, cégek hívásakor választanák az emberek. De így is csupán 8 százalék a vezetékest választók aránya, és leginkább az idős emberekre jellemző.)

A szegmensenkénti fajlagos SMS-számokra tekintve elmondhatjuk, hogy a nem lakossági postpaid előfizetők küldik a legtöbbet, havonta átlagosan 13 darabot. (Ez a statisztika nem tartalmazza az olyan tömeges SMS-forgalmat, mint például az elektronikus fizetéskor kapott értesítéseket vagy másodlagos azonosítás céljából belépési kódot tartalmazó üzeneteket.) A lakossági postpaid-előfizetők havonta átlagosan 8 SMS-t küldenek, a prepaidesek csak 3 darabot. A fajlagos SMS-szám csökkenése mindhárom szegmensben megfigyelhető, de a már amúgy is alacsony forgalmú prepaideseknél a csökkenés üteme kisebb.



19. ábra: SMS-ek fajlagos száma szegmensek szerint / [ugrás a 19. táblázatra](#)

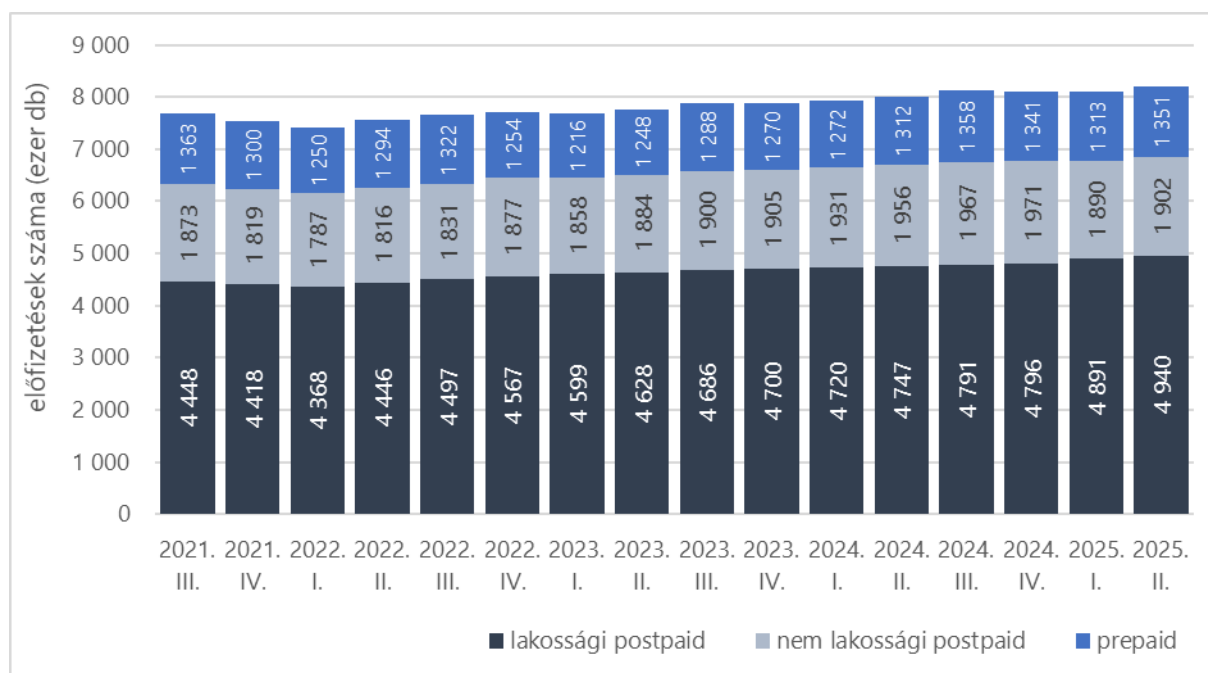
Mobilinternet-szolgáltatás (mobiltelefonos és nagyképernyős szolgáltatások)

A (nem M2M) mobilinternet-szolgáltatások két szegmensét külön vizsgáljuk. Az adatforgalmat bonyolító előfizetések 95 százaléka tartozik a hangszolgáltatással együtt kínált mobiltelefonos, azaz jellemzően okostelefonnal használt mobilinternet szegmensbe. Ezt a szolgáltatók hanghívással egy csomagban kínálják az ügyfeleknek. A másik szegmens a hangszolgáltatást nem kínáló csomagokban értékesített nagyképernyős mobilinternet, melyet az emberek tablettel, PC-vel vesznek igénybe, vagy akár mobiltelefonnal is, ha a SIM-kártya egy mobilkészülékbe vagy Wifi-routerbe kerül. Ezen előfizetések használatának sajátosságait később ismertetni a Jelentés.

2025 második negyedében összesen 8,2 millió mobiltelefonos előfizetés forgalmazott mobilinternet-adatot. Ennek 60 százaléka (4,9 millió) lakossági postpaid, 23 százaléka (1,9 millió) nem lakossági postpaid- és 16 százaléka (1,4 millió) prepaid-előfizetés volt.

Míg a hangszolgáltatást igénybe vevő előfizetések száma (a korábbi felívelést követően) a vizsgált időszakban már enyhén csökkent, a mobilinternetre csatlakozó előfizetések száma évi átlagos 2 százalékos ütemben növekedett. A bővülés oka, hogy a hangszolgáltatást használók egyre nagyobb hányada csatlakozik mobilinternetre is.

Az idősort vizsgálva 2021 harmadik negyedében feltűnhet egy kiugrás, mikor is a One ajándék adatkörrel kárpótolta ügyfeleit, ami átmeneti ugrást hozott a csatlakozó előfizetések számában.

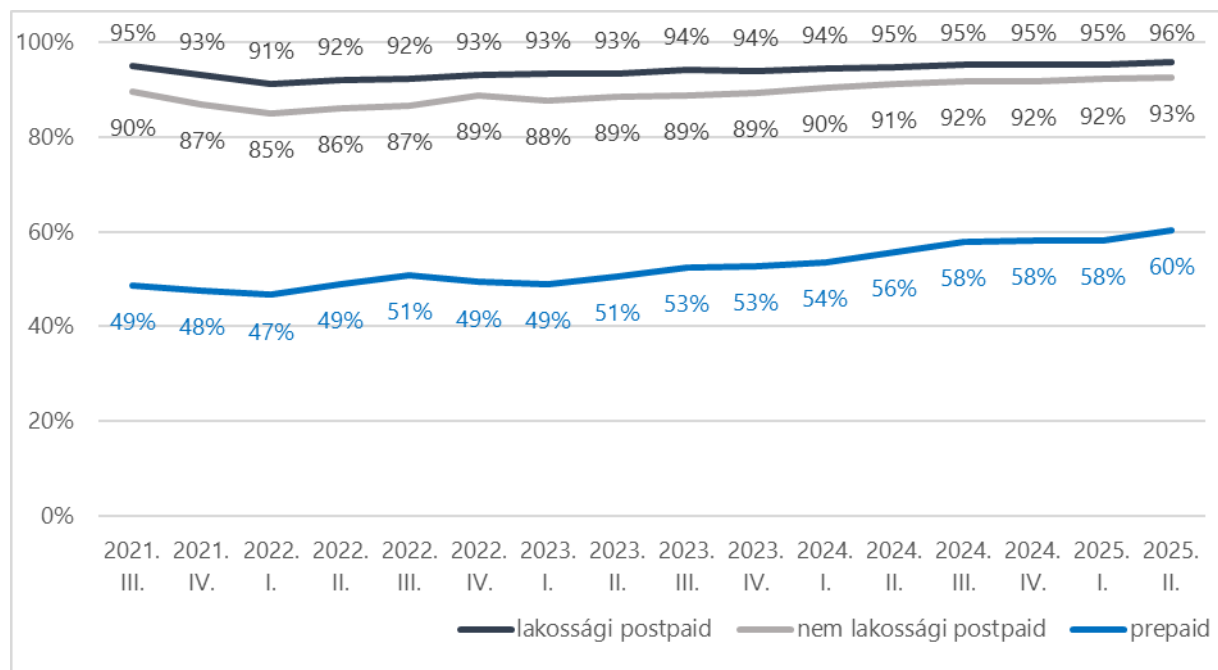


20. ábra: Internetet forgalmazó mobiltelefonos előfizetések száma / [ugrás a 20. táblázatra](#)

Az 60 százalékos lakossági postpaid-szegmens aránya a mobiltelefonos mobilinternet-szolgáltatásban magasabb, mint az összes hanghívást forgalmazó előfizetésnél (55 százalék), ugyanis a különböző szegmensek előfizetői eltérő arányban veszik igénybe a mobilinternetet. A lakossági postpaid-előfizetők 96 százaléka használja a mobilinternetet, a nem lakossági postpaid-előfizetőknél pedig mérsékeltebb, 93 százalék ez az arány. Jelentősen kisebb, 60 százalékos viszont a mobilinternet-használat aránya a prepaid-előfizetőknél.

A mobilinternetre csatlakozó előfizetések aránya az elmúlt négy évben 80 százalékról 87 százalékra emelkedett, azaz átlagosan évi 2 százalékkal növekedett a hangszolgáltatás igénybe vevők bázisához képest. A legmeredekebb növekedést a még jelentős (nem mobilinternet-használó) tartalékkal rendelkező prepaid-szegmens mutatott (évi átlagos 5 százalékkal). Ezzel szemben a lakossági postpaid-eseknél már gyakorlatilag nem volt bővülés.

A mobilinternetre csatlakozó hanghívásra alkalmas előfizetések számának növekedési üteme már tetőzött. Míg a postpaid-előfizetőknél csekély az új előfizetők bevonásából eredő mobilinternet-forgalomnövekedés lehetősége, bővülés elsősorban a fajlagos forgalomnövekedésből származhat. A prepaid-előfizetőknél viszont még az előfizetők négytizede potenciálisan bevonható a mobilinternetezőik táborába. Ehhez azonban az idősebb korosztályt kellene megnyerni, ugyanis az NMHH piackutatása alapján a mobilinternetet nem használó (1,5 millió főre becsülhető számú) prepaid-előfizető többsége 63 évesnél idősebb.



21. ábra: Internetet forgalmazó mobiltelefonos előfizetések aránya a hanghívást forgalmazók számához képest / [ugrás a 21. táblázatra](#)

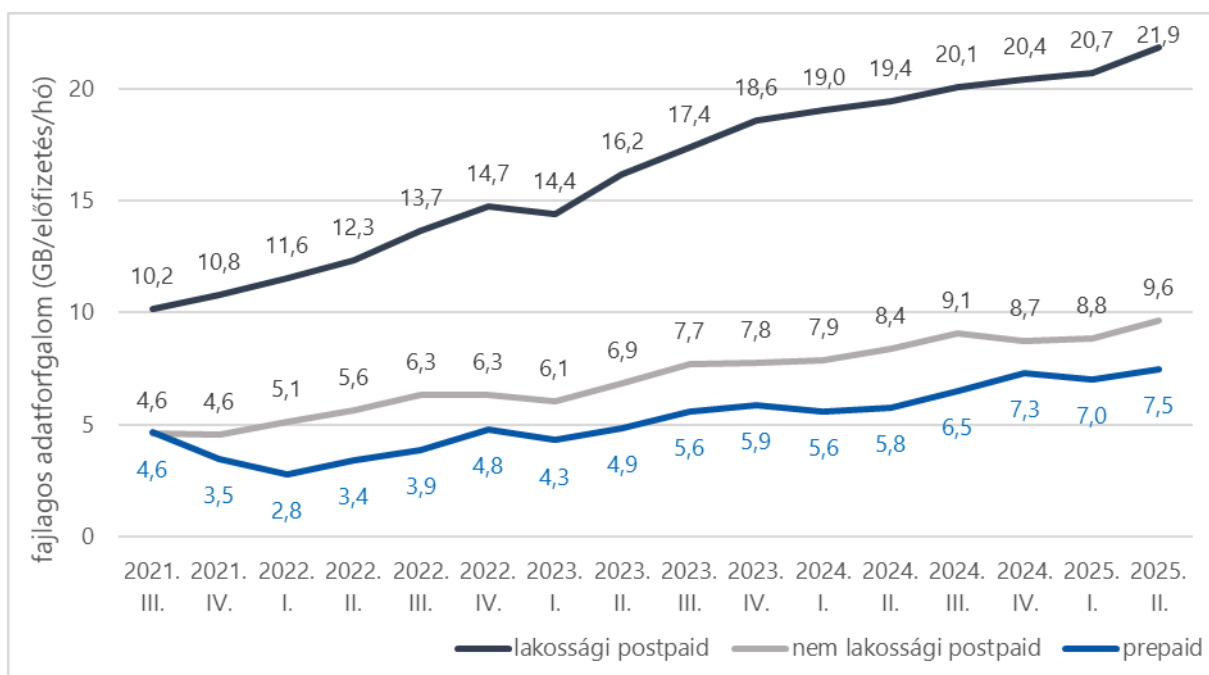
Itt érdemes megemlíteni, hogy a 7,8 millió hanghívást (vagy SMS-t) és mobilinternetet egyaránt forgalmazó előfizetésen felül körülbelül 405 ezer olyan hanghívást lehetővé tevő előfizetés is van, mellyel nem bonyolítottak hívásforgalmat (vagy nem küldtek SMS-t), de a mobilinternetet igénybe vették. Az ilyen előfizetések aránya kissé magasabb a prepaid-szegmensben.

Hangszolgáltatást kínáló aktív előfizetések megoszlása hanghívás és mobilinternet-forgalmazás szerint (oszlopszázalék, 2025 második negyedév).

forgalom jellege	összes hangszolgáltatást tartalmazó aktív előfizetés (10,7 millió)	postpaid-előfizetések (7,9 millió)	prepaid-előfizetések (2,8 millió)
csak mobilinternetet forgalmazók	4%	3%	6%
hanghívást (vagy SMS-t) és mobilinternetet is forgalmazók	73%	84%	42%
csak hanghívást (vagy SMS-t) forgalmazók	16%	7%	38%
forgalmat nem bonyolítók	8%	5%	14%

Hanghívások tekintetében a nem lakossági postpaid-előfizetések mutatták a legnagyobb fajlagos forgalmat. Ezzel szemben mobil adatforgalom tekintetében a lakossági postpaid-előfizetők a legaktívabb felhasználók. Ennek az lehet az oka, hogy a leginkább adatigényes tevékenységek szabadidős jellegűek (pl. a közösségi oldalak videóinak nézése vagy a játék), mintsem a munkához köthető tevékenységek. Egy mobilinternetet forgalmazó lakossági postpaid-előfizetéssel átlagosan havi 22 gigabájtot forgalmaztak, a nem lakossági postpaiddel pedig 10 gigabájtot. A prepaid fajlagos adatforgalom kevésbé marad el a postpaidtől, mint azt a hangszolgáltatás esetén láthattuk. Egy ilyen kártyára havonta 7 gigabájt esik.

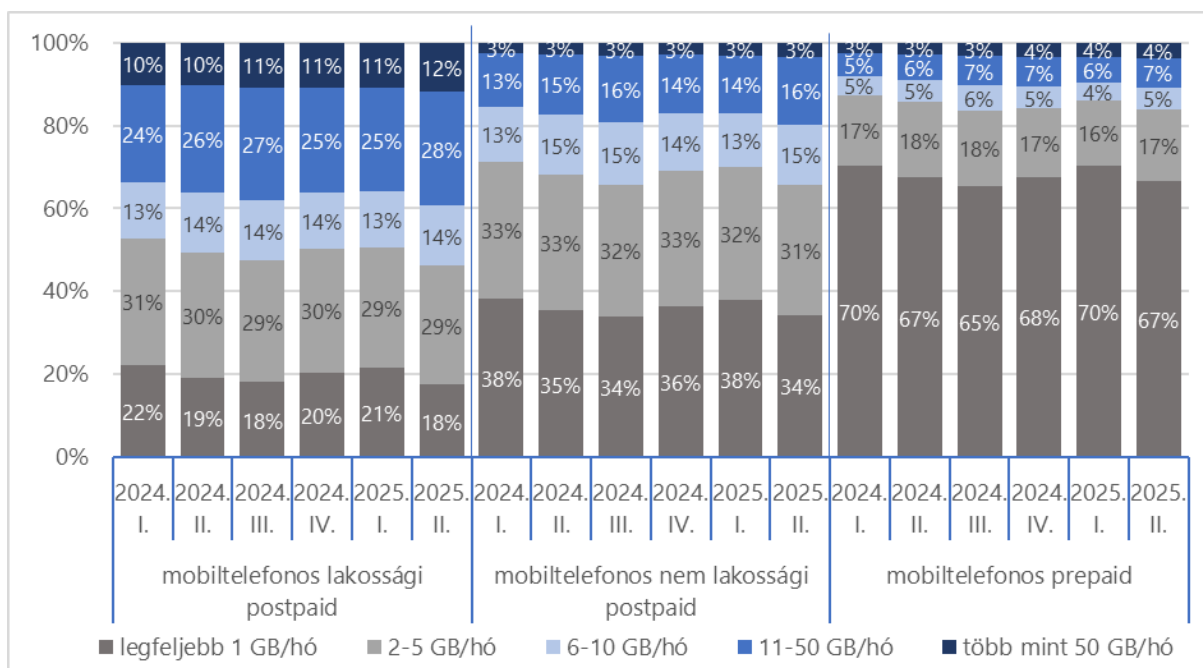
Jelentős volt az mobilinternetezés bővülése a megelőző négy évben. A fajlagos adatforgalom évente átlagosan 21 százalékkal növekedett a postpaid-szegmensben, míg a prepaidben 13 százalékkal. Mindazonáltal 2024-be a forgalomnövekedés már lassulni látszott, majd 2025 második negyedévében ismét jelentősen (6 százalékkal) megugrott. Ráadásul a változás mindhárom szegmensben, és mindhárom nagy szolgáltatónál megfigyelhető volt.



22. ábra: Internetet forgalmazó mobiltelefonos előfizetések fajlagos adatforgalma szegmensek szerint / [ugrás a 22. táblázatra](#)

2024-től kezdődően a Mobilpiaci Jelentéshez használt adatgyűjtésben a mobilszolgáltatók az előfizetések adatforgalmi kategóriák szerinti számát is a Hatóság rendelkezésére bocsájtják. Ez lehetőséget ad arra, hogy az átlagos adatforgalmak alakulásán túl képet kapjunk az előfizetések eltérő adathasználati jellemzőiről és azok esetleges jövőbeli változásáról. A (legalább 1 megabájt forgalmat bonyolító) előfizetéseket a megelőző három hónap átlagos adatforgalma alapján öt kategóriába soroltuk. A legkisebb kategóriába azon előfizetések tartoztak, melyekkel legfeljebb 1 gigabájtot forgalmaztak. 2025 második negyedévében az előfizetések 29 százaléka tartozott ide. A legmagasabb kategóriába a több mint 50 gigabájtot forgalmazó előfizetések tartoztak (9 százalék volt az arányuk). A forgalmi arányok jelentősen eltérnek a vizsgált szegmensek szerint. A prepaid-előfizetések kétharmada a legalacsonyabb kategóriába sorolódott, vagyis legfeljebb 1 gigabájt volt az átlagos adatforgalmuk. A lakossági postpaidnél viszont csupán az előfizetések ötöde tartozott ebbe a legalacsonyabb kategóriába, 12 százalékukkal viszont havonta több mint 50 gigabájtot forgalmaztak.

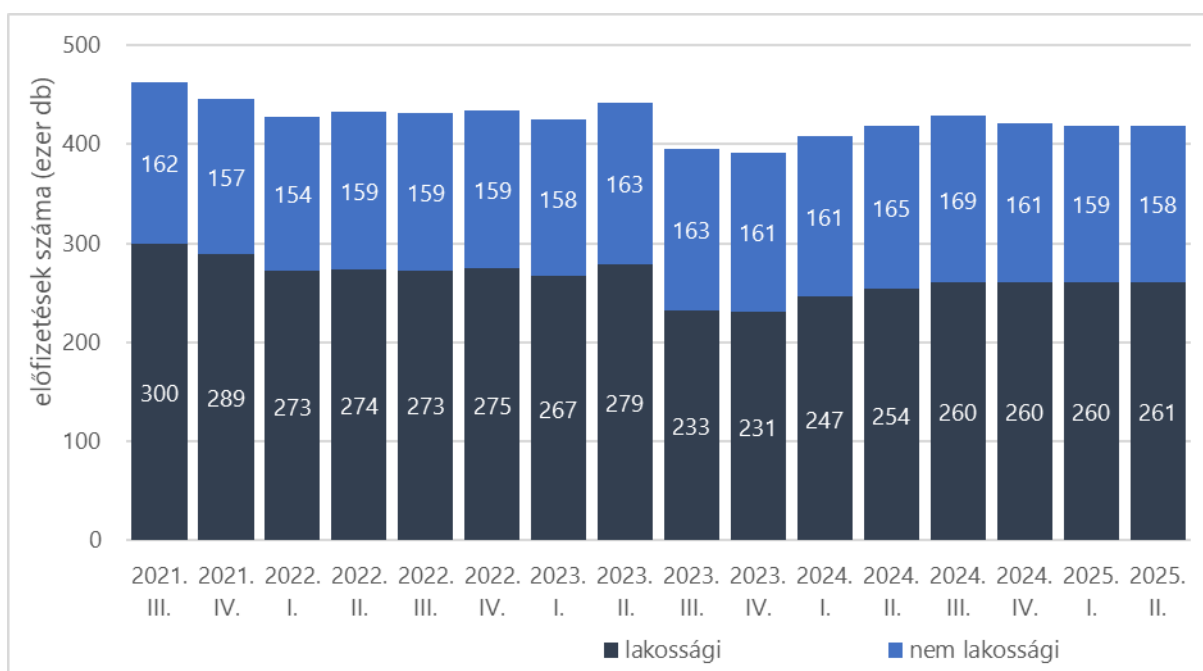
Itt érdemes megemlíteni, hogy az NMHH 2024-es lakossági internethasználói kutatása alapján a számlás előfizetéssel rendelkezők 33 százaléka tudta úgy, hogy legalább 50 gigabájtos vagy korlátlan mobilinternet-csomagot használ. A forgalmi adatok alapján viszont a postpaideseknek „csupán” 12 százaléka forgalmaz 50 gigabájtnál több adatot. A jelentős eltérést azzal magyarázhatjuk, hogy a legnagyobb adatkeretre előfizetők jelentős része nem használja ki a rendelkezésre álló adatmennyiséget. (Feltételezve persze, hogy az előfizetők jellemzően tisztában vannak azzal, hogy milyen csomagra fizetnek is elő.)



22b. ábra: Internetet forgalmazó mobilinternet-előfizetések aránya adatforgalmi besorolás szerint / [ugrás a 22b. táblázatra](#)

A nagyképernyős mobilinternet-szolgáltatás bár ugyanazt a hálózatot, technológiát veszi igénybe, mint a mobiltelefonos, a felhasználási mód eltérő. Ezeket jellemzően nem okostelefonokban, hanem táblagépekben, laptopokban, modemekben használják, hanghívás-szolgáltatás pedig nem kapcsolódik hozzájuk. Az előfizetés jellege 99 százalékban postpaid, és csupán 1 százalékban prepaid (míg a mobiltelefonos mobilinternet szolgáltatásnál a prepaid-előfizetések aránya magasabb, 16 százalékos).

2025 második negyedében 419 ezer nagyképernyős mobilinternet-előfizetés volt használatban. Ennek 62 százaléka volt lakossági előfizetés, és 38 százaléka nem lakossági. A nem lakossági arány itt magasabb, mint azt a mobiltelefonos mobilinternetnél (23 százalék) láthattuk.



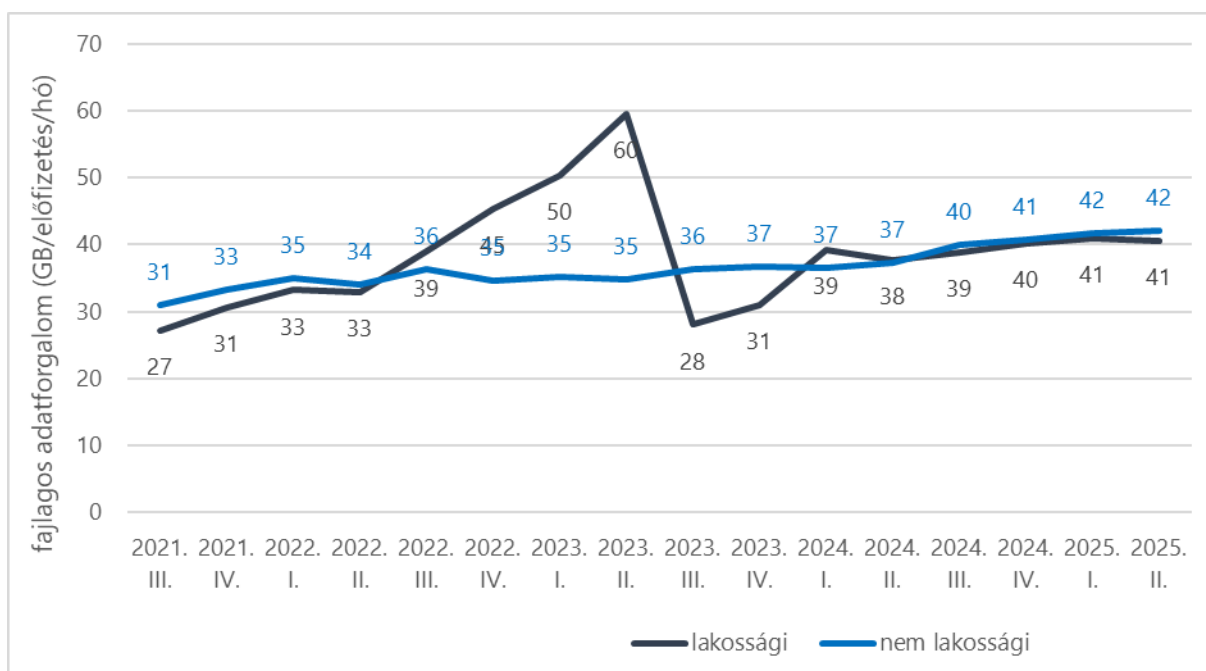
23. ábra: Internetet forgalmazó nagyképernyős előfizetések száma / [ugrás a 23. táblázatra](#)

A nagyképernyős mobilinternet előfizetésszámok a koronavírus járvány miatti lezárás és távmunka, távoktatás idején megemelkedtek, ezt követően kissé visszaestek. A 2023 harmadik negyedében látható jelentős visszaesés oka, hogy az adatokban már nem szerepel a Yettel területileg korlátozott szolgáltatást tartalmazó, jellemzően lakossági csomagok előfizetései száma. Ezt követően viszont ismét emelkedni látszik a lakossági előfizetések száma, a nem lakossági szegmens viszont csökkent.

Míg a nagyképernyős mobilinternet-szolgáltatást lehetővé tevő előfizetések száma összességében csökkent az elmúlt négy évben, a fajlagos forgalom (főleg 2022-től 2023-ig) növekedett. Mivel a kiugró növekedés elsősorban a Yettel korlátlan forgalmat kínáló (de alapesetben területileg korlátozottan használható) nagyképernyős díjcsomagjait használóknak tudható be, ezen előfizetések Jelentésből való elhagyásával a lakossági adatforgalom visszaesett a 2021 eleji szintre, majd ismét emelkedni kezdett.

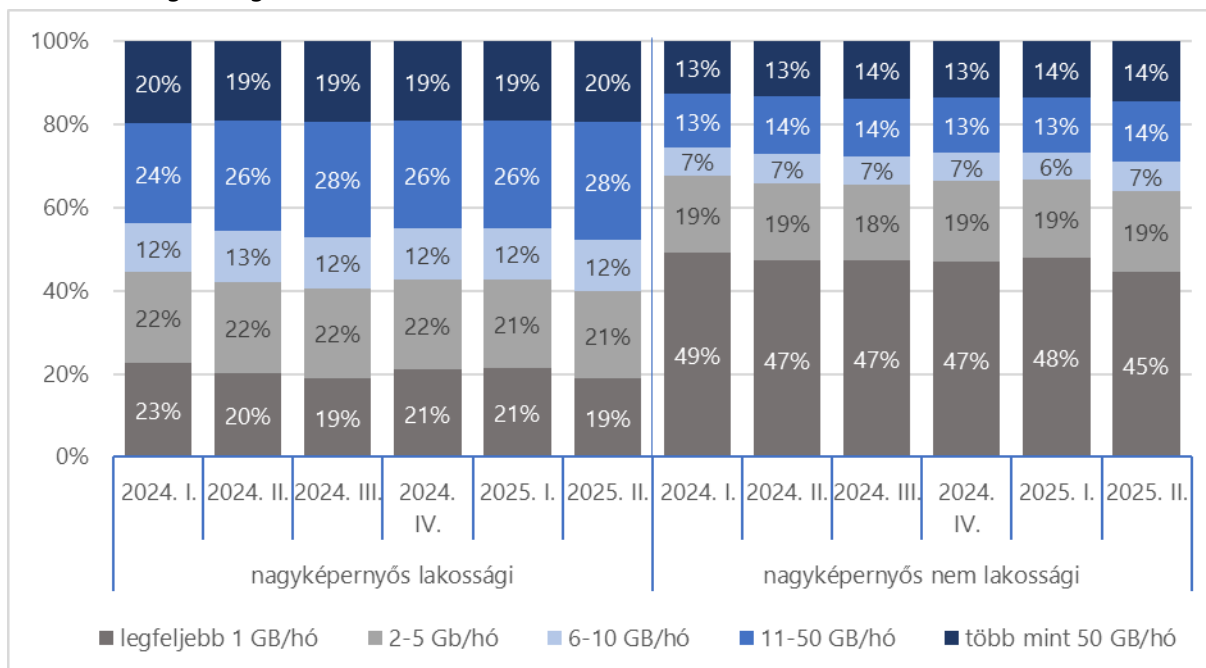
Egy nagyképernyős mobilinternet-előfizetésre havonta átlagosan 41 gigabájt forgalom jut. Ez két és félszer nagyobb, mint a mobiltelefonos mobilinternet-szegmens fajlagos forgalma. Vagyis elmondhatjuk, hogy az előfizetések számát tekintve kisebb súlyú nagyképernyős szegmens értékét a jelentősebb adatforgalom adja.

Az adatforgalom vizsgálatakor a letöltési és feltöltési forgalmat összesítve elemeztük. Itt azonban érdemes ezeket külön-külön is megnézni. Az összes mobilinternet forgalom 91 százalékát teszi ki a letöltés és 9 százalékot a feltöltés. Ez utóbbi kissé magasabb a mobiltelefonos nem lakossági postpaid-szegmensben (13 százalék), és jelentősen magasabb a nem lakossági nagyképernyős mobilinternetnél, ahol a feltöltési arány 34 százalékos. Ez arra enged következtetni, hogy míg a többi előfizetés adatforgalmának jelentős részét a passzív médiafogyasztás teszi ki, addig a munkára igénybe vett előfizetéseket aktívabb módon használják az emberek, például felhőben dolgoznak, fájlokat töltenek fel vagy online meetingeken videócsetelnek.



24. ábra: Internetet forgalmazó nagyképernyős előfizetések fajlagos adatforgalma szegmensek szerint / [ugrás a 24. táblázatra](#)

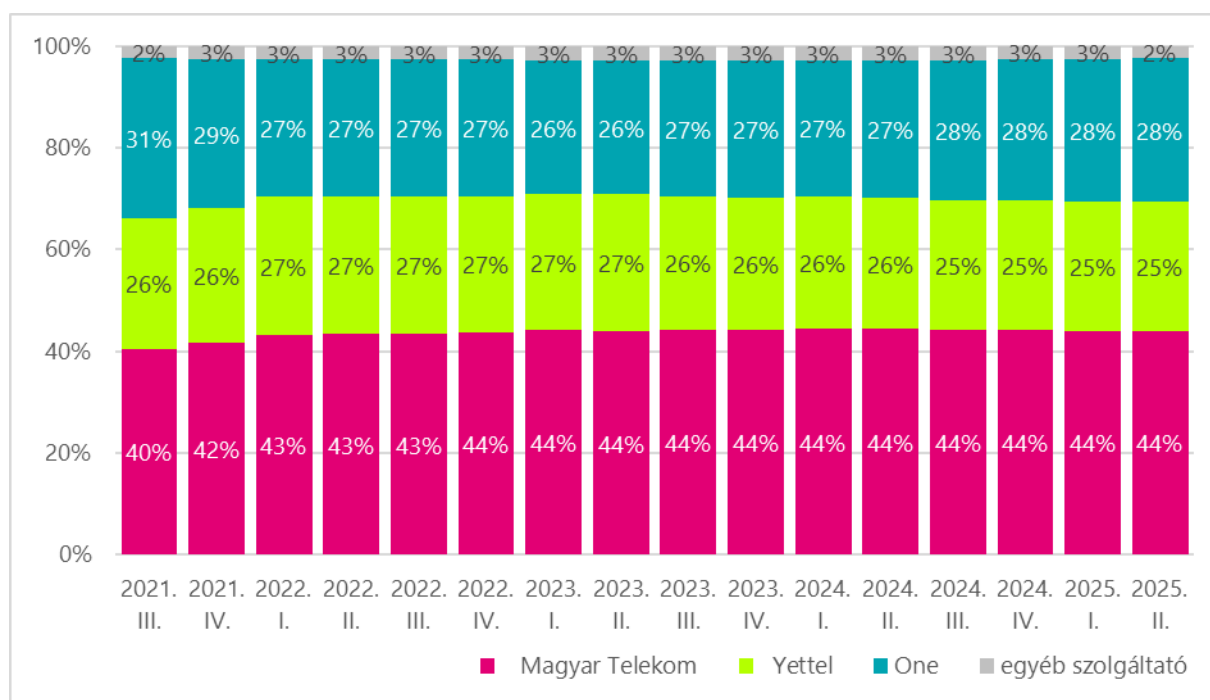
A nagyképernyős mobilinternet előfizetések havi adatforgalom-kategóriák szerinti megoszlása alapján elmondhatjuk, hogy a nagyképernyős (és különösen a nem lakossági) előfizetések forgalma nagyobb szóródást mutat, mint a mobiltelefonokkal használt, hangszolgáltatást is magában foglaló előfizetéseknél, azaz jelentősebb a legalacsonyabb és legmagasabb kategóriák aránya. Az is árulkodó, hogy míg a fajlagos forgalmat tekintve a lakossági és nem lakossági szegmens szinte megegyezik (41 és 42 GB/hó) a forgalmi kategóriák megoszlása jelentősen eltér. A nem lakossági előfizetéseknél magas a legalacsonyabb forgalmat bonyolítók aránya, ami mellett extrém magas forgalmú előfizetések emelik az átlagos forgalmat.



24b. ábra: Internetet forgalmazó nagyképernyős mobilinternet előfizetések aránya adatforgalmi besorolás szerint / [ugrás a 24b. táblázatra](#)

A mobiltelefonos és nagyképernyős mobilinternet-forgalmat bonyolító előfizetések alapján számított piaci részesedések szerint a Magyar Telekom 44 százalékkal piacvezető, amit 28-25 százalékkal követ a One és a Yettel. A kisebb szolgáltatók részaránya összesen 2 százalék, melynek kb. a felét a One-partner DIGI-előfizetők teszik ki. Tehát a részesedések hasonlóak a hangszolgáltatásnál tapasztalt arányokhoz.

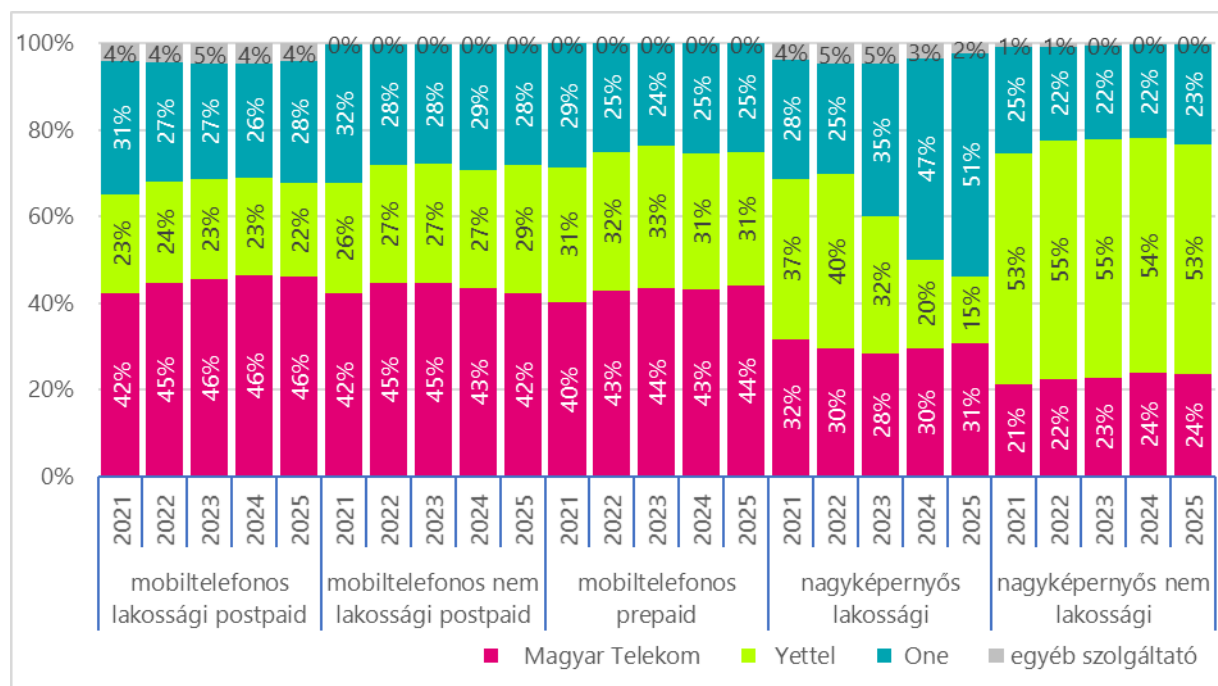
A piaci részarányok lényegében alig változtak az elmúlt négy évben. A One részesedése 2021 harmadik negyedében kiugrást mutatott, mikor is a kompenzációként adott ingyenes mobilinternet miatt átmenetileg megugrott a mobilinternetet használó one-osok száma.



25. ábra: Internetet forgalmazó előfizetések száma alapján számított piaci részesedések alakulása a mobiltelefonos és nagyképernyős mobilinternet-piacon / [ugrás a 25. táblázatra](#)

Összességében nem tapasztaltunk érdemleges változásokat a mobilinternet-forgalmat bonyolító előfizetések alapján számított piaci részesedésekben, szegmensek szerint vizsgálva viszont érdekes megállapításokat tehetünk. Míg a hangszolgáltatás összes vizsgált részpiacán, és a mobiltelefonos mobilinternet esetén is a Telekom jelentős előnnyel vezet, addig a lakossági nagyképernyős szegmensben egyre inkább a One-é, nem lakosságiban pedig stabilan a Yettelé a legtöbb előfizetés.

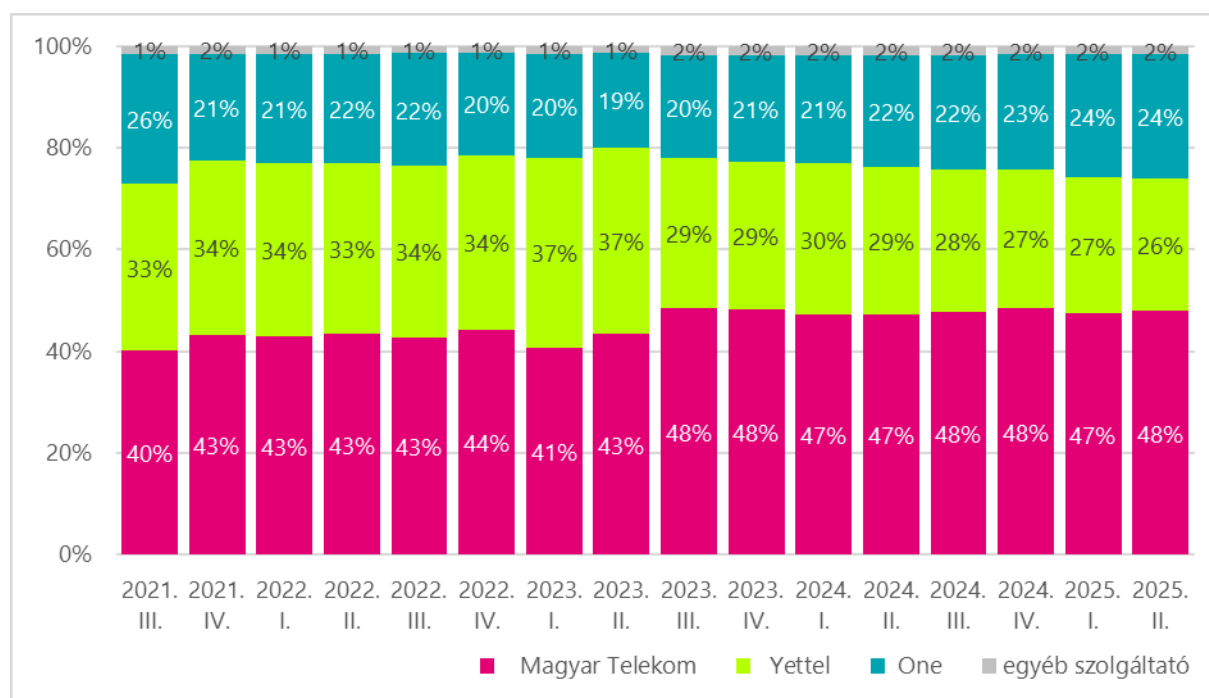
A mobiltelefonos szegmensben a Telekom a vezető, és a második hely változik az előfizetési mód szerint. A (hangszolgáltatáshoz hasonlóan) kevesebb adatforgalmat bonyolító prepaid-előfizetőknél a Yettel a második hely, a több forgalmat jelentő lakossági postpaidben pedig a One-é.



26. ábra: Internetet forgalmazó előfizetések száma alapján számított piaci részesedések szegmensek szerint a mobiltelefonos és nagyképernyős mobilinternet-piacon / [ugrás a 26. táblázatra](#)

Jelentősebb változást láthatunk a mobilinternet-adatforgalom alapján számított piaci részesedésekben. 2020-ig a Yettel volt a vezető szerep, mikor is a Telekom került az első helyre, amely ezt követően is növelni tudta előnyét. Az átrendeződés oka, hogy 2020-ig a legtöbb előfizetőt tartalmazó mobiltelefonos postpaid-mobilinternet szegmensben a Yettel előfizetésekre esett a legnagyobb fajlagos adatforgalom, ezt követően viszont a telekomosok forgalmaztak több (és egyre több) adatot. 2025 második negyedében a Telekom 48 százalékkal volt piacvezető, melyet 26 százalékkal a Yettel követett.

A nagyképernyős szegmensben továbbra is a Yettel előfizetésekre esik a legnagyobb fajlagos adatforgalom annak ellenére, hogy 2023 harmadik negyedétől az adatok már nem tartalmazzák a nagyon magas fajlagos mobilinternet forgalmat generáló, adatkeret szempontjából korlátlan, de területileg korlátozottan használható előfizetési csomagokat.

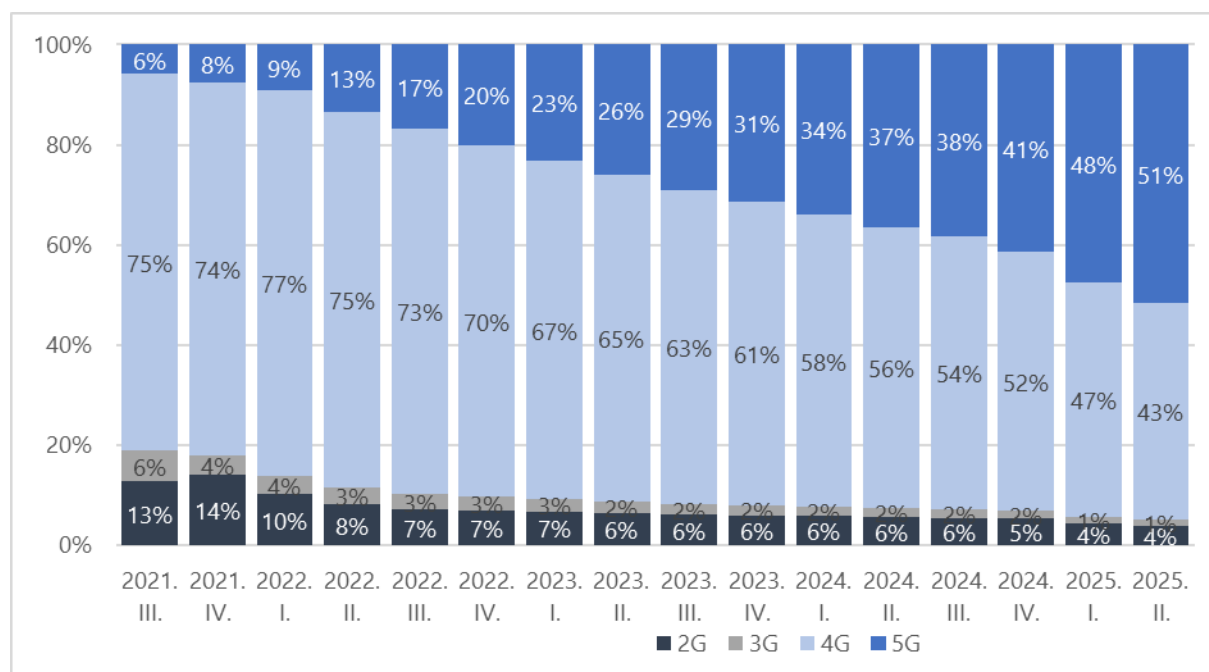


27. ábra: Internetet forgalmazó előfizetések adatforgalma alapján számított piaci részesedések alakulása a mobiltelefonos és nagyképernyős mobilinternet-piacon / [ugrás a 27. táblázatra](#)

A mobilinternet kapcsán érdemes szót ejteni a hálózatok és készülékek technológiai fejlődéséről, melyet az 2-3-4-5G, azaz a hálózati szabványok egymást követő generációinak elterjedtségével számszerűsíthetünk. Az adatgyűjtés során a saját hálózattal rendelkező szolgáltatók a hálózatukra csatlakozó végberendezések típusa alapján meghatározható legmagasabb hálózatképességét adják meg. Az elemzés során a beazonosított képességű mobiltelefonok és táblagépek legmagasabb mobilinternet-hálózatképességét vizsgáltuk. Fontos hangsúlyozni, hogy az adat a képességre vonatkozik, és nem a valós igénybevételre. Előfordulhat például, hogy egy készülék 5G-képessége az adott területen nem használható ki, így a bemutatott számokat a hálózatok igénybevételének elméleti maximumaként is értelmezhetjük.

A magyar mobilinternet-hálózatra csatlakozó több mint 13 millió darab mobiltelefon és táblagép 95 százaléka lehet képes a napjainkban elfogadható felhasználói élményt lehetővé tevő negyedik (4G) vagy ötödik generációs (5G) mobilinternethasználatára. 2021 és 2025 között jelentősen lecsökkent azon készülékek aránya, melyek csak az ennél alacsonyabb szintű hálózatra képesek csatlakozni, de még így is közel 700 ezer ilyen eszközről beszélhetünk. Az átrendeződésében szerepet játszott a 3G-s hálózat fokozatos lekapcsolása, ami miatt a mobilinternetezésre is használt régebbi készülékek helyett muszáj volt újat beszerezni. Ebben nyújtott segítséget a 2023-ban zárult NMHH „Netre fel” mobilcsereprogram, mely során több mint 100 ezer régebbi mobiltelefont cseréltek le az emberek állami támogatással újabb, (legalább 4G képes) készülékekre.

Míg a 4G alatti szabványokkal működő készülékek aránya lecsökkent, az 5G képeseké 6 százalékról 51 százalékra emelkedett. Azt viszont nem tudjuk, hogy ezen készülékek mekkora hányada csatlakozik valóban az 5G-s hálózatra.



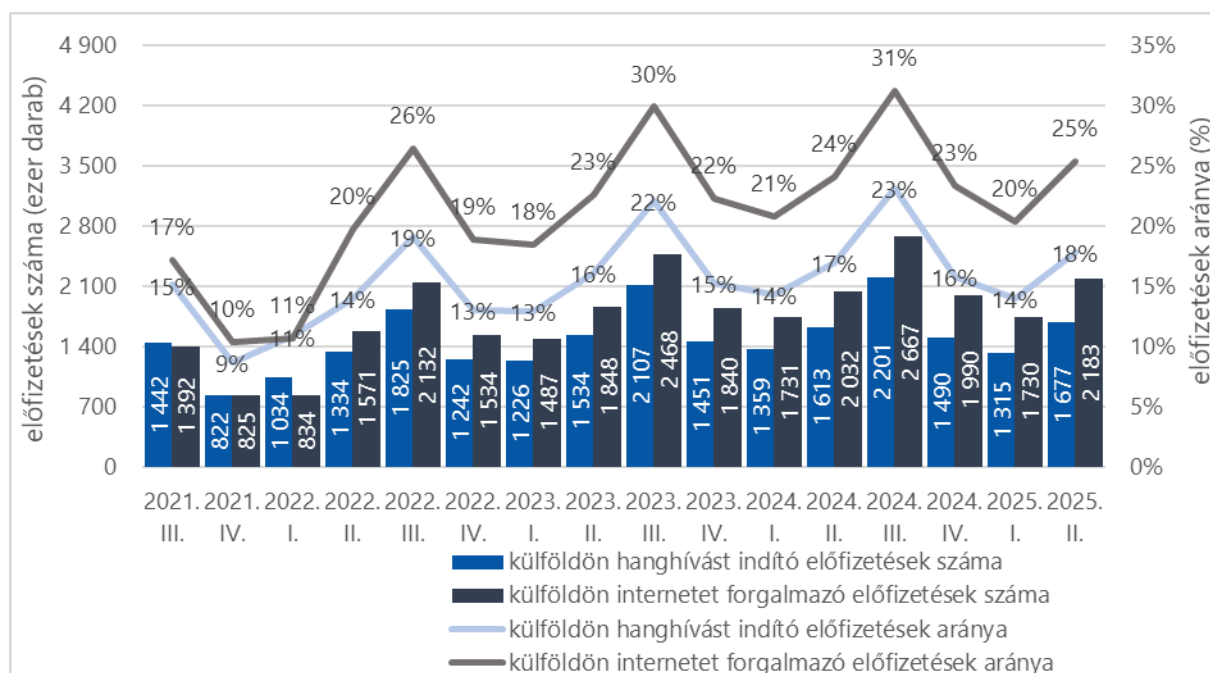
28. ábra: Mobilinternetre csatlakozott mobiltelefonok és táblagépek legmagasabb adathálózat-képessége / [ugrás a 28. táblázatra](#)

Külföldi hanghívás- és mobilinternet-forgalom

A mobilok külföldi hálózatra is rácsatlakozhatnak. Ez akár véletlen is lehet az országhatár közelében (azaz szándékolatlan roaming), de jellemzően azért történik, hogy az ember a külföldi utazása során is telefonálhasson vagy használhassa a mobilinternetet. Szerencsére ez egy európai uniós rendeletnek köszönhetően az EU tagállamaiban (illetve más, a szolgáltató döntése alapján meghatározott országokban) egy bizonyos korláton belül a hazai tarifának megfelelően történik. Ezen területeken kívül a forgalmi díjak jellemzően nagyon magasak, de kiegészítő csomagok vásárlásával már ezek is kiszámíthatóvá és megfizethetővé váltak. Mindezek miatt az előfizetések jelentős hányadát használják külföldön is. Érdeemes még megemlíteni, hogy az eSIM-kártyás készülékekkel egyszerűvé vált helyi előfizetésre váltani, vagy valamely globális platformon (pl. Revoluton) aktiválható mobilszolgáltatást igénybe venni a külföldi út során. Az ilyen forgalom nem jelenik meg a magyar szolgáltatók roaming adataiban.

A külföldi roaming jelentősen szezonális, minden évben a nyaralás időszakát jelentő harmadik negyedévben a leginkább kiemelkedő, míg a negyedik és első negyedévben alacsony. Az idősorokat vizsgálva az is nyilvánvaló, hogy a koronavírus-járvány időszakának lezárásai miatt 2020-ban és 2021-ben az utazók aránya lecsökkent, majd az azt követő nyarakon mind többen használták külföldön is mobiljukat. Az eddigi tetőpontot jelentő 2024 harmadik negyedévében a hanghívást is lehetővé tevő előfizetések 23 százalékát használták a határon túl, és a mobilinternet előfizetéseknek a 31 százalékát. Ez legalább 2,7 millió utazó előfizetést jelentett. A köztes időszak adatai alapján pedig 2025 harmadik negyedévére a megelőző évet is meghaladó külföldi igénybevétel prognosztizálható.

Míg korábban a roaming hanghívást indító előfizetések száma volt magasabb, addig 2022-től kezdve a roaming mobilinternetet forgalmazóké, miközben a roamingolás aránya végig magasabb volt a mobilinternet esetén. Ennek oka, hogy időközben megnövekedett az összes mobilinternetet forgalmazó előfizetések száma. Érdeemes még elgondolkodni azon, hogy a mobilinternet roamingarány miért magasabb, mint a hanghívás roaming. Talán mert a mobilinternet hasznosabb útitárs külföldön, mint a hanghívás, hiszen nagyban segíti a navigációt, információszerzést, ezért nagyobb arányban is veszik ezt igénybe.

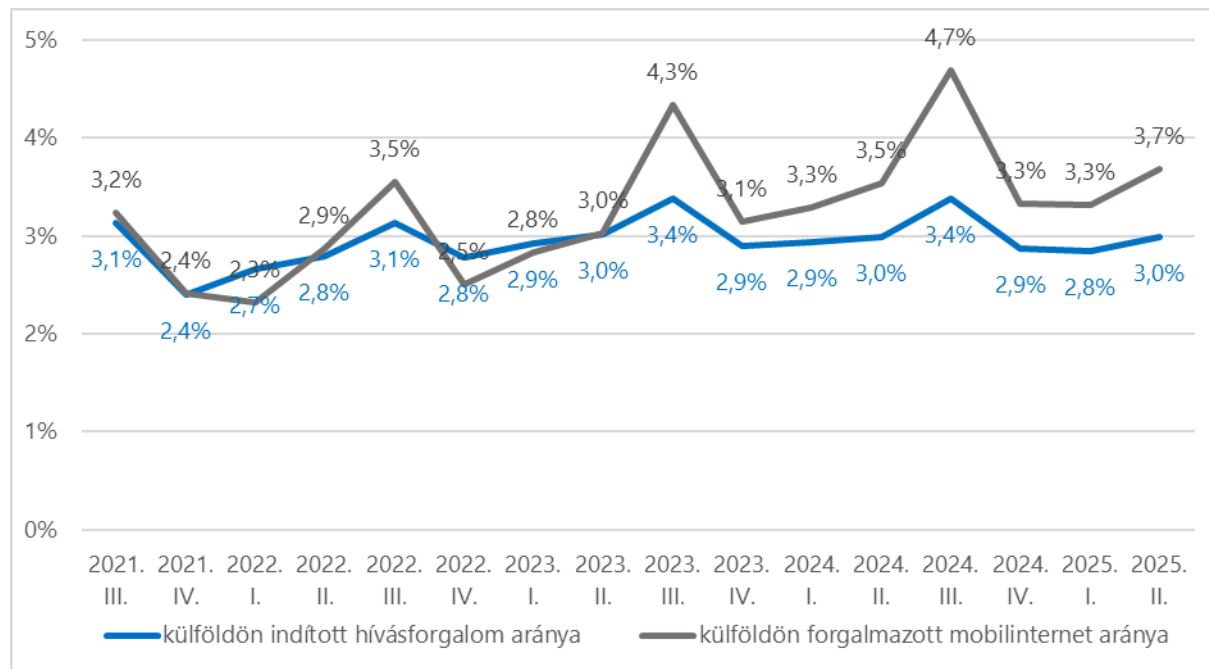


29. ábra: Külföldön hanghívást indító, internetet forgalmazó előfizetések száma és aránya (az összes hanghívást indító, illetve internetet forgalmazókhöz képest) (M2M nélkül) / [ugrás a 29. táblázatra](#)

A fentieket támasztja alá az NMHH 2024-es internethasználói kutatása¹⁵, mely arra is kitért, hogy az emberek miképpen használják a mobiljukat külföldi utazásaik során. A hazai tarifával igénybe vehető roamingzónában, azaz az Európai Unióban és az Egyesült Királyságban az utazók bátran veszik igénybe a külföldi mobilhálózatokat. Az utazók 66 százaléka szokott hívásokat kezdeményezni, és 83 százalék használ mobilinternetet a kedvezményes zónában. Az e területen kívülre utazóknál a hanghívás használata hasonlóan 66 százalék, viszont a mobilinterneté kisebb, mint az EU-n belül (65 százalék). A feláras területen nem csak kevesebben roamingolnak mobilnet esetén, hanem inkább korlátozzák magukat a használat során az otthoni szokásaikhoz képest. A piackutatásból az is kiderül, hogy az utazók 38 százaléka vett igénybe a megelőző 12 hónapban nem magyar mobilszolgáltatóhoz tartozó SIM-kártyát, eSIM-et annak érdekében, hogy külföldön hívásokat kezdeményezhessen vagy használhassa a mobilinternetet. A kedvezményes roaming területen kívül utazóknál ez arány jelentősen magasabb, 47 százalékos volt. Úgy tűnik, hogy az online könnyen beszerezhető külföldi eSIM-ek sokaknál helyettesíthetik a hazai szolgáltatók fix-díjas roaming-csomagjait.

¹⁵ NMHH Az elektronikus hírközlési piac fogyasztóinak vizsgálata - Internethasználói felmérés 2024.
(<https://nmhh.hu/piackutatasok/internetes-felmeres>)

Láthattuk, hogy a külföldi roamingforgalmat bonyolító előfizetések száma és aránya jelentős. Ehhez képest a külföldi hang- és internetforgalom meglepően alacsony, a teljes forgalom 2-5 százaléka. Ez is szezonális ingadozást mutat: a forgalom nyaranta a legmagasabb. Az alacsony külföldi forgalmi arány oka, hogy bár elég sokan utaznak külföldre, a külföldön töltött idő csak töredéke a vizsgált negyedévek teljes időtartamának. Illetve az is feltételezhető, hogy a külföldi üdülés jellemzően a pihenés vagy a kalandok ideje, ezért kevesebbet mobiloznak az emberek, mint otthon vagy munkaidőben.



30. ábra: Külföldön indított hanghívás- és internetforgalom aránya (az összes hanghívás- és internetforgalomhoz képest) (M2M nélkül) / [ugrás a 30. táblázatra](#)

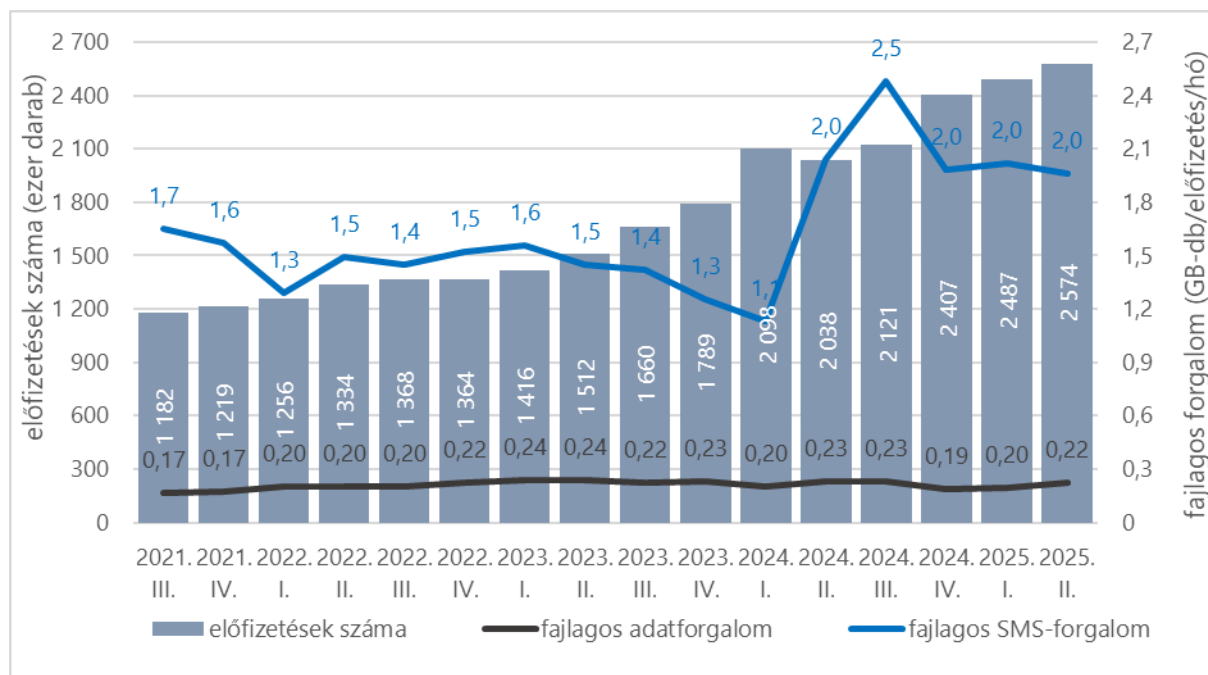
M2M-szolgáltatás

Az M2M- (Machine to Machine) vagy más néven IoT- (Internet of Things) kommunikáció a gépek közötti, emberi beavatkozás nélküli kommunikációt jelenti. Ide tartozik például a pénztárgépek, távfelügyeleti rendszerek, nyomkövetők, mérőeszközök adatforgalma. Az efféle kommunikációt lehetővé tevő előfizetéseket tekintjük M2M-előfizetésekként, és az általuk bonyolított mobilinternet- vagy SMS-forgalmat M2M-forgalomnak.

A hanghívás-szolgáltatás esetén az előfizetések számának tetőzését és a forgalom enyhe visszaesését tapasztaltuk. Ezalatt a mobiltelefonos mobilinternet forgalma ugyan jelentősen növekedett, de ez nem új előfizetőket jelentett, hanem a hanghívás-szolgáltatást már használók kezdtek el mobilinternetet is használni. A nagyképernyős mobilinternet-előfizetések száma pedig inkább stagnált a vizsgált időszakban. Mindezekkel szemben az M2M-szolgáltatást lehetővé tevő előfizetések száma dinamikusan tudott növekedni. 2025 második negyedében 3,6 millió aktív M2M-előfizetés volt. Ebből 2,6 millió forgalmazott legalább 1 kilobájt adatot vagy küldött SMS-t ebben a negyedévben. Az aktív M2M előfizetések száma átlagosan évi 19 százalékos növekedést mutat az elmúlt négy évben, míg a forgalmat bonyolító M2M előfizetések bővülése 21 százalékos volt. (Az eltérő ütemű növekedés annak tudható be, hogy előfordulnak olyan előfizetések, melyek ugyan használatra képesek, de forgalmat egyáltalán nem bonyolítanak velük.) 2024 negyedik negyedében jelentősen (286 ezerrel) megugrott a forgalmat bonyolító M2M-előfizetések a megelőző negyedévhez képest. A jelentős változás a One által kiszolgált Gondosórak adatforgalmának – használatra buzdító kampányoktól függő – ingadozásának tudható be. Ám a növekedés ezt követően is folytatódott az összes szolgáltatónál.

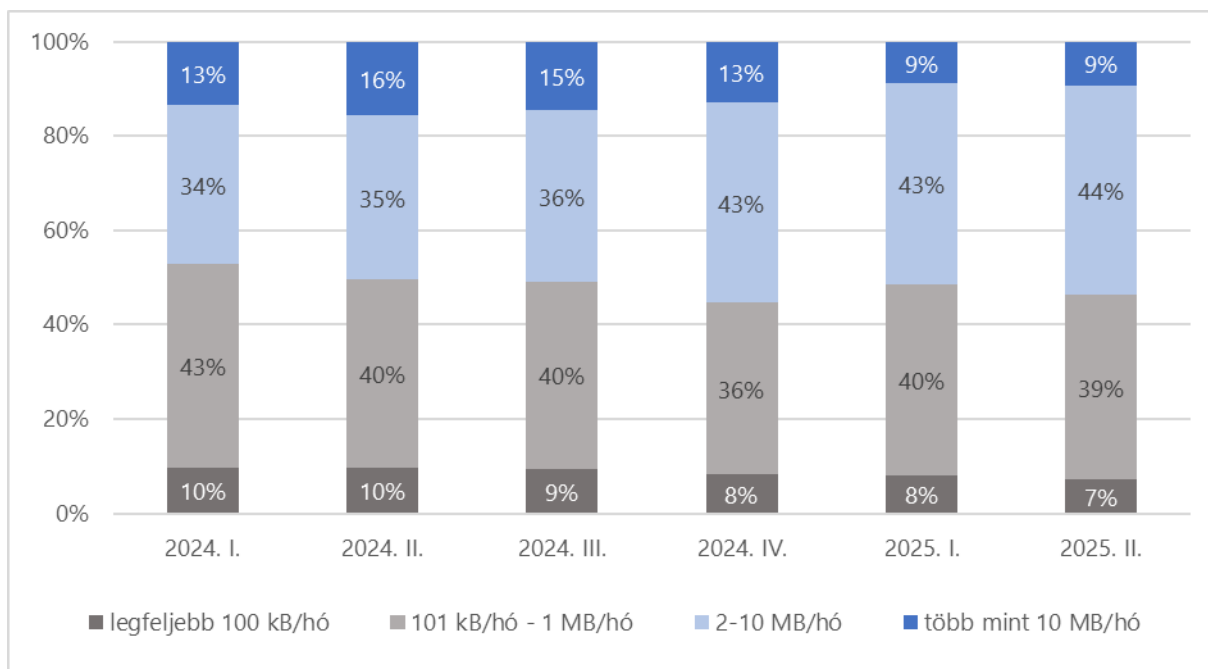
Az M2M-előfizetések szinte kivétel nélkül nem lakossági postpaid-előfizetések. Forgalom tekintetében jelentősen eltérnek a többi szegmenstől. A hangszolgáltatást is kínáló üzleti postpaid mobil előfizetéseknél a hanghívást vagy mobilinternetet nem forgalmazó kártyák aránya csupán 12 százalék. M2M-szegmensben viszont az aktív kártyák 28 százaléka nem forgalmazott mobilinternet adatot (vagy SMS-t), ami megközelíti a nem lakossági nagyképernyős szegmens 39 százalékos (látszólagos) ki nem hasznátságát.

Egy M2M-előfizetéssel havonta átlagosan 221 megabájt (azaz 0,22 gigabájt) adatot forgalmaztak, és 2,0 SMS-t küldtek, vagyis ezen fajlagos forgalmak messze elmaradnak a többi szegmensben tapasztaltaktól. A fajlagos adatforgalom évente átlagosan évi 21 százalékkal nőtt. A fajlagos adatforgalom, de különösen az SMS-ek átlagos száma nagyfokú változékonyságot mutat, ami részben a mutató bázisát jelentő előfizetés-szám ingadozásának is köszönhető. Emellett egyedi változások is megfigyelhetők, pl. az SMS-ek fajlagos száma 2024 második negyedében majdnem duplájára ugrott a Yettel hirtelen M2M SMS-forgalom növekedésének köszönhetően. Elmondhatjuk, hogy az M2M-előfizetések száma dinamikusan növekszik, de az ebből fakadó adatforgalom-növekedés kevésbé jelentős.



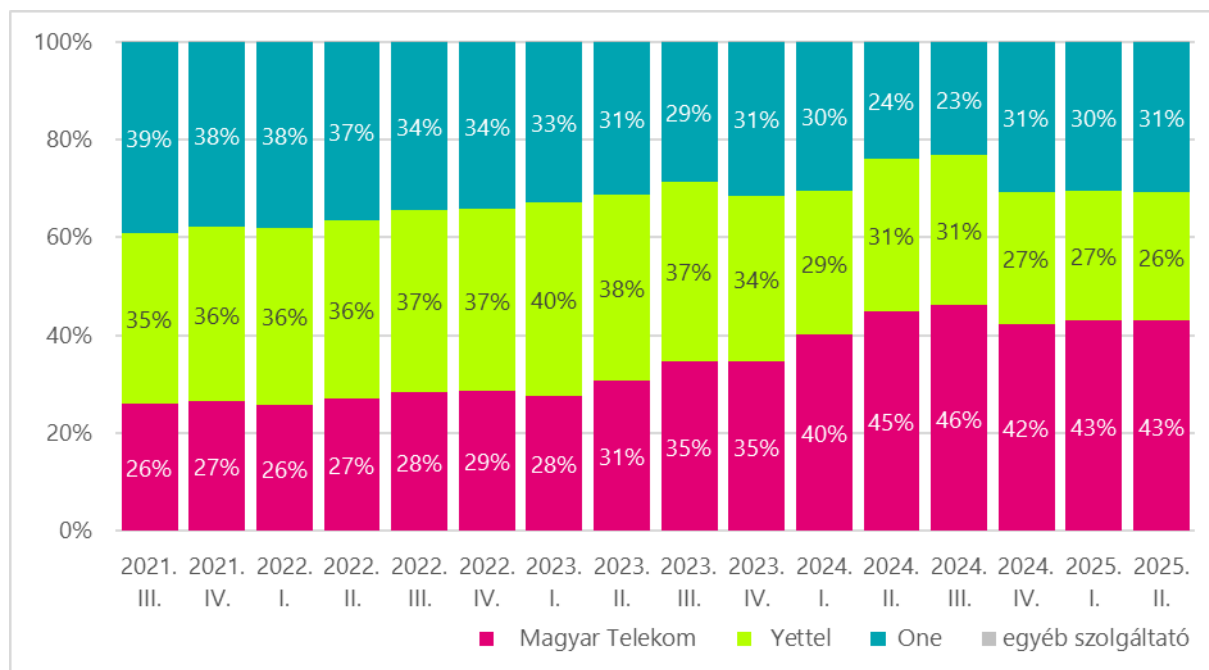
31. ábra: Internetet vagy SMS-t forgalmazó M2M-előfizetések száma és fajlagos forgalma / [ugrás a 31. táblázatra](#)

2024-től a mobilinternetet forgalmazó előfizetéseket a forgalmazott adat mennyisége szerint is vizsgálhatjuk. A besorolásnál használt kategóriák az M2M-szegmensnél jelentősen alacsonyabbak, mint a mobiltelefonos vagy nagyképernyős mobilinternetnél. A kategóriák aránya negyedévenként számottevő ingadozást mutatott. 2025 második negyedévében a forgalmat bonyolító (azaz legalább 1 kilobájt forgalmú vagy egy SMS-t küldő) M2M-előfizetések közel fele (46 százaléka) 1 megabájtól kevesebb adatforgalmat bonyolított.



141b. ábra: Internetet forgalmazó M2M mobilinternet előfizetések aránya adatforgalmi besorolás szerint / [ugrás a 31b. táblázatra](#)

Míg a mobilpiac többi szegmensében nagyfokú állandóságot és a Magyar Telekom piaci fölényét láthattuk, addig az M2M-piacon az előfizetések száma alapján számított piacrészesedések négy év alatti átrendeződését tapasztaltuk. 2021 harmadik negyedévében a One volt piacvezető 460 ezer M2M-előfizetéssel. Mindhárom szolgáltatónál növekedett az előfizetések száma, de míg a One évente átlagosan 14 százalékkal, a Telekomnál a növekedés üteme 38 százalékos, a Yettelnél pedig 13 százalékos volt. Így 2023 végére a Telekom utolérte a One és a Yettel ügyfélszámát, és 2024-től a részesedése már 40 százalék feletti volt. Eközben a One és a Yettel váltogatta egymást a második helyen.



3215. ábra: Internetet vagy SMS-t forgalmazó előfizetések száma alapján számított piaci részesedések alakulása az M2M-piacon / [ugrás a 32. táblázatra](#)

Fogalmak

Szolgáltatások

Mobiltelefon-szolgáltatás: beszédátvitelt biztosító nyilvánosan elérhető telefonszolgáltatás, amelynek során e szolgáltatás nagy térben mozgó bármely előfizetője – mobilrádiótelefon-hálózat hálózati végpontján csatlakoztatott – nem helyhez kötött berendezésről indított hívással kommunikálhat egy másik hálózati végponttal

Mobilinternet-szolgáltatás: olyan nyilvánosan elérhető internethozzáférés-szolgáltatás, amelynek során e szolgáltatás bármely előfizetője – általában nagy térben mozgás lehetőségével – mobilrádiótelefon-hálózat hálózati végpontján – a szolgáltatás természetéből adódóan a szolgáltatási terület bármely pontján – csatlakoztatott végberendezésről veszi igénybe az internethozzáférés-szolgáltatást.

Mobil M2M-szolgáltatás: a szolgáltató előfizetői számára a mobil-hálózatán megvalósított M2M kommunikációhoz – ahol az M2M-kommunikáció emberi beavatkozás nélkül megvalósított eszközök közötti kommunikációt jelent – kapcsolódóan nyújtott szolgáltatás.

Aktivált előfizetések

Aktivált előfizetés: azon előfizetések, amelyeken valamely előfizetői szolgáltatás igénybevételére vonatkozóan hatályos előfizetői szerződés van hatályban az időszak (negyedév) végén. (Az időszak közben deaktivált előfizetéseket nem veszik figyelembe. Az olyan kártyáknál, amelyeknél az egy előfizetői szerződéshez tartozó több kártya közül egy időben csak egy használható – pl. autós-kártya – egy kártyaként veszik figyelembe.)

Forgalmat bonyolított előfizetések

Forgalmat bonyolított előfizetés: előfizetés, amelyen a felhasználó a vizsgált negyedéves időszakban forgalmat bonyolított (legalább 1 db hívást indított vagy fogadott, vagy 1 db SMS/MMS-üzenetet küldött, vagy legalább 1 MB, a nyilvános internet elérésére irányuló forgalmat bonyolított).

Hívásforgalmat bonyolított előfizetés: mobiltelefon előfizetés, amelyen a felhasználó a vizsgált negyedéves időszakban belföldön vagy külföldön legalább 1 db hívást indított vagy fogadott. (A besorolás során a hangpostára, illetve más számra irányított hívásokat nem veszik figyelembe.)

Internetforgalmat bonyolított előfizetés: előfizetés, amelyen a felhasználó a vizsgált negyedéves időszakban belföldön vagy külföldön legalább 1 MB, a nyilvános internet elérésére irányuló forgalmat bonyolított.

Forgalmat bonyolított M2M előfizetés: M2M előfizetés, amelyen a vizsgált negyedéves időszakban legalább 1 kB adatforgalmazás, vagy legalább 1 db SMS/MMS-üzenet küldése vagy fogadása megtörtént.

Külföldön hívást indító előfizetés: előfizetés, amelyen a felhasználó a vizsgált negyedéves időszakban legalább 1 db roaminghívást indított.

Külföldön internetforgalmat bonyolító előfizetés: az M2M-kategóriába nem sorolt előfizetés, amelyen a felhasználó a vizsgált negyedéves időszakban legalább 1 MB, a nyilvános internet elérésére irányuló roaming internetforgalmat bonyolított.

Roaming

Külföldön indított roaminghívások: az előfizető által külföldön, más mobilrádiótelefon-szolgáltató igénybevételével indított hívások.

Külföldön bonyolított internetforgalom: az előfizető által külföldön, más mobilrádiótelefon-szolgáltató igénybevételével bonyolított internetforgalom.

Előfizetési típusok

Prepaid- (előre fizető, kártyás) **előfizetés:** az előfizető az igénybevétel díját előre (kártya feltöltésével) fizeti meg a szolgáltatónak.

Postpaid- (utólag fizető, számlás, havidíjas) **előfizetés:** az előfizető az igénybevétel díját utólag (a szolgáltató számlája alapján) fizeti meg a szolgáltatónak.

Nyilvános díjcsomag: a Szolgáltató Általános Szerződési Feltételei között szereplő nyilvánosan elérhető díjcsomag.

Nem nyilvános díjcsomag: a egyedi megállapodás alapján nyújtott díjcsomag.

Előfizetői szegmensek

Lakossági előfizető: az a természetes személy, aki úgy nyilatkozott, hogy gazdasági tevékenységi körén kívül veszi igénybe az előfizetői szolgáltatást.

Nem lakossági előfizető: olyan előfizető, amely nem tartozik a lakossági előfizetők körébe.

Mobilinternet-szolgáltatási szegmensek

Nagyképernyős szegmens: azon mobilinternet-forgalmat bonyolított előfizetéseket sorolják ebbe a szegmensbe, melyekhez mobil hanghívás-szolgáltatás nem kapcsolódik. (A kategóriába sorolt előfizetések jellemzően „nagyképernyős” felhasználásúak, tehát az előfizetők a mobilinternet-szolgáltatás igénybevétele során számítógépen, tableten keresztül csatlakoznak a mobilhálózathoz.)

Mobiltelefonos szegmens: azon mobilinternet-forgalmat bonyolított előfizetéseket sorolják ebbe a szegmensbe, melyekhez mobil hanghívás-szolgáltatás is kapcsolódik. (A kategóriába sorolt előfizetések jellemzően mobiltelefon- és mobilinternet-szolgáltatás együttes igénybevételét lehetővé tévő készülékben – a legtöbb esetben okostelefonban – találhatók.)

Egyéb fogalmak

Hálózati szerződés: a hálózati szolgáltatások igénybevételére, azokhoz való hozzáférésre irányuló, szolgáltatók vagy szolgáltató és valamely vállalkozás közötti szerződés.

Internethozzáférés-szolgáltatás: olyan elektronikus hírközlési szolgáltatás, amely során a szolgáltató IP-cím hozzárendelésével biztosítja az IP alapú adatátvitelt az előfizetői hozzáférési pont, valamint az internet legalább egy belföldi és egy nemzetközi nyilvános adatkicserélő központja között.

Mobilrádiótelefon-hálózat: olyan földfelszíni rádiótávközlő hálózat, amely a nagy területen mozgó igénybe vevők között lehetővé teszi a kétirányú telefon összeköttetésének felépítését.

Mobilrádiótelefon-hálózattal rendelkező szolgáltató: olyan, mobiltelefon- és/vagy mobilinternet-szolgáltatást nyújtó elektronikus hírközlési szolgáltató, amely önálló frekvenciahasználati engedéllyel, rádiós spektrummal és mobilrádiótelefon-hálózattal rendelkezik.

Mobilrádiótelefon-hálózattal nem rendelkező szolgáltató: olyan mobiltelefon- és/vagy mobilinternet-szolgáltatást nyújtó elektronikus hírközlési szolgáltató, amely frekvenciahasználati engedéllyel, rádiós spektrummal és saját rádiós hálózattal nem rendelkezik, ezért a mobilszolgáltatás (belföldi) nyújtásához hálózati szerződés alapján más elektronikus hírközlési szolgáltató mobilrádiótelefon-hálózatát (részben vagy teljes egészében) veszi igénybe.

SMS-szolgáltatás: Rövid, szöveges üzenetszolgáltatás.

Adattáblák

időszak	aktív mobiltelefonos előfizetések (ezer db)	aktív nagyképernyős mobilinternet előfizetések (ezer db)	aktív M2M előfizetések (ezer db)
2021. III.	10 675	685	1 803
2021. IV.	10 774	676	1 856
2022. I.	10 729	661	1 986
2022. II.	10 725	653	2 064
2022. III.	10 765	647	2 123
2022. IV.	10 795	652	2 159
2023. I.	10 763	641	2 254
2023. II.	10 681	652	2 402
2023. III.	10 696	599	2 553
2023. IV.	10 688	598	2 804
2024. I.	10 679	616	2 992
2024. II.	10 667	622	3 158
2024. III.	10 685	636	3 215
2024. IV.	10 686	637	3 301
2025. I.	10 649	636	3 416
2025. II.	10 662	632	3 599

1. táblázat: Aktív előfizetések száma szolgáltatáscsoportok szerint [\(ugrás az 1. ábrára\)](#)

időszak	mobiltelefonos adatforgalom (PB)	nagyképernyős mobilinternet adatforgalom (PB)	M2M-adatforgalom (PB)
2021. III.	180,7	39,5	0,6
2021. IV.	181,7	42,2	0,6
2022. I.	189,5	43,4	0,7
2022. II.	208,7	43,3	0,7
2022. III.	234,6	49,2	0,8
2022. IV.	255,2	53,9	0,9
2023. I.	248,5	56,9	1,0
2023. II.	281,3	66,9	1,1
2023. III.	309,9	37,3	1,1
2023. IV.	328,9	39,2	1,3
2024. I.	336,7	46,7	1,3
2024. II.	348,8	47,1	1,4
2024. III.	368,9	50,6	1,5
2024. IV.	374,8	51,1	1,4
2025. I.	381,5	52,0	1,5
2025. II.	409,6	51,7	1,7

2. táblázat: Mobilinternet forgalom megoszlása szolgáltatáscsoportok szerint ([ugrás a 2. ábrára](#))

időszak	mobilinternet adatforgalom (PB)	helyhez kötött adatforgalom (PB)
2021. III.	1 547	221
2021. IV.	1 633	225
2022. I.	1 772	234
2022. II.	1 619	253
2022. III.	1 692	285
2022. IV.	1 771	310
2023. I.	1 872	306
2023. II.	1 860	349
2023. III.	1 880	348
2023. IV.	2 126	369
2024. I.	2 208	385
2024. II.	2 130	397
2024. III.	2 064	421
2024. IV.	2 225	427
2025. I.	2 278	435
2025. II.	2 237	463

3. táblázat: Mobilinternet (mobiltelefonos, nagyképernyős, M2M) és helyhez kötött internet forgalma ([ugrás a 3. ábrára](#))

időszak	mobilinternet-forgalmazó előfizetések száma (ezer darab)	fajlagos mobilinternet- forgalom (GB/ előfizetés /hó)
2021. III.	8 147	9,0
2021. IV.	7 982	9,4
2022. I.	7 832	9,9
2022. II.	7 989	10,5
2022. III.	8 081	11,7
2022. IV.	8 132	12,7
2023. I.	8 097	12,6
2023. II.	8 203	14,2
2023. III.	8 269	14,0
2023. IV.	8 267	14,8
2024. I.	8 331	15,3
2024. II.	8 433	15,7
2024. III.	8 545	16,4
2024. IV.	8 530	16,6
2025. I.	8 514	17,0
2025. II.	8 613	17,9

4. táblázat: Mobilinternet-előfizetések száma és fajlagos forgalma (M2M nélkül) ([ugrás a 4. ábrára](#))

időszak	helyhez kötött internetelőfizetések száma (ezer darab)	helyhez kötött internet fajlagos forgalom (GB/előfizetés/hó)
2021. III.	3074	168
2021. IV.	3105	175
2022. I.	3135	188
2022. II.	3155	171
2022. III.	3176	178
2022. IV.	3190	185
2023. I.	3196	196
2023. II.	3185	195
2023. III.	3194	196
2023. IV.	3199	222
2024. I.	3274	225
2024. II.	3284	216
2024. III.	3297	209
2024. IV.	3331	223
2025. I.	3361	226
2025. II.	3375	221

5. táblázat: Helyhez kötött internet-előfizetések száma és fajlagos forgalma ([ugrás az 5. ábrára](#))

időszak	aktív előfizetések száma (ezer darab)	hanghívást vagy mobilinternetet forgalmazó előfizetések száma (ezer darab)	hanghívást vagy mobilinternetet forgalmazó előfizetések aránya (%)
2021. III.	13 163	11 588	88%
2021. IV.	13 306	11 703	88%
2022. I.	13 376	11 755	88%
2022. II.	13 442	11 832	88%
2022. III.	13 535	11 868	88%
2022. IV.	13 606	11 910	88%
2023. I.	13 657	11 898	87%
2023. II.	13 735	12 043	88%
2023. III.	13 847	12 120	88%
2023. IV.	14 091	12 197	87%
2024. I.	14 288	12 224	86%
2024. II.	14 447	12 174	84%
2024. III.	14 536	12 298	85%
2024. IV.	14 624	12 706	87%
2025. I.	14 702	12 751	87%
2025. II.	14 893	12 862	86%

6. táblázat: Aktív és hanghívást vagy mobilinternetet forgalmazó előfizetések száma és aránya [\(ugrás a 6. ábrára\)](#)

időszak	mobiltelefonos lakossági postpaid	mobiltelefonos nem lakossági postpaid	mobiltelefonos prepaid	nagyképernyős lakossági	nagyképernyős nem lakossági	M2M
2025. I. - 2025. II.	98%	88%	86%	73%	61%	72%

7. táblázat: Hanghívást vagy mobilinternetet forgalmazó előfizetések aránya szolgáltatáscsoportok szerint (2025. I. - 2025. II. negyedév) [\(ugrás a 7. ábrára\)](#)

időszak	hívásforgalom (milliárd perc)	adattforgalom (PB)
2021. III.	6,7	220
2021. IV.	7,2	224
2022. I.	7,1	233
2022. II.	7,0	252
2022. III.	7,0	284
2022. IV.	6,9	309
2023. I.	6,8	305
2023. II.	6,8	348
2023. III.	6,7	347
2023. IV.	6,8	368
2024. I.	6,8	383
2024. II.	6,8	396
2024. III.	6,7	420
2024. IV.	6,8	426
2025. I.	6,8	433
2025. II.	6,7	461

8. táblázat: Hívás- és internetforgalom negyedéves alakulása (M2M nélkül) [\(ugrás a 8. ábrára\)](#)

időszak	fajlagos hívásforgalom (perc/ előfizetés /hó)	fajlagos adattforgalom (GB/ előfizetés /hó)
2021. III.	235	9,0
2021. IV.	250	9,4
2022. I.	249	9,9
2022. II.	242	10,5
2022. III.	242	11,7
2022. IV.	240	12,7
2023. I.	238	12,6
2023. II.	238	14,2
2023. III.	234	14,0
2023. IV.	238	14,8
2024. I.	240	15,3
2024. II.	239	15,7
2024. III.	235	16,4
2024. IV.	238	16,6
2025. I.	241	17,0
2025. II.	238	17,9

9. táblázat: Fajlagos hívás- és internetforgalom negyedéves alakulása (M2M nélkül) [\(ugrás a 9. ábrára\)](#)

időszak	előfizetések száma (ezer db)	fajlagos kapcsolásszám (db/előfizetés/hó)	fajlagos hívásforgalom (perc/előfizetés/hó)
2021. III.	9 572	73	235

időszak	előfizetések száma (ezer db)	fajlagos kapcsolásszám (db/előfizetés/hó)	fajlagos hívásforgalom (perc/előfizetés/hó)
2021. IV.	9 578	74	250
2022. I.	9 567	70	249
2022. II.	9 587	75	242
2022. III.	9 581	73	242
2022. IV.	9 558	72	240
2023. I.	9 524	67	238
2023. II.	9 546	72	238
2023. III.	9 567	70	234
2023. IV.	9 537	70	238
2024. I.	9 508	67	240
2024. II.	9 504	72	239
2024. III.	9 513	69	235
2024. IV.	9 485	68	238
2025. I.	9 438	65	241
2025. II.	9 449	70	238

10. táblázat: Hanghívást forgalmazó előfizetések száma és fajlagos forgalma ([ugrás a 10. ábrára](#))

időszak	lakossági postpaid (ezer db)	nem lakossági postpaid (ezer db)	prepaid (ezer db)
2021. III.	4 684	2 088	2 800
2021. IV.	4 748	2 096	2 735
2022. I.	4 785	2 102	2 680
2022. II.	4 829	2 112	2 646
2022. III.	4 867	2 114	2 599
2022. IV.	4 902	2 115	2 541
2023. I.	4 924	2 120	2 480
2023. II.	4 950	2 129	2 467
2023. III.	4 979	2 137	2 451
2023. IV.	4 998	2 131	2 408
2024. I.	5 000	2 137	2 371
2024. II.	5 009	2 143	2 352
2024. III.	5 021	2 145	2 347
2024. IV.	5 034	2 147	2 305
2025. I.	5 132	2 050	2 255
2025. II.	5 155	2 052	2 241

11. táblázat: Hanghívást forgalmazó előfizetések száma szegmensek szerint ([ugrás a 11. ábrára](#))

időszak	lakossági postpaid (perc/előfizetés/hó)	nem lakossági postpaid (perc/előfizetés/hó)	prepaid (perc/előfizetés/hó)
2021. III.	306	346	33

időszak	lakossági postpaid (perc/előfizetés/hó)	nem lakossági postpaid (perc/előfizetés/hó)	prepaid (perc/előfizetés/hó)
2021. IV.	325	361	33
2022. I.	321	363	31
2022. II.	312	343	32
2022. III.	311	340	32
2022. IV.	310	331	31
2023. I.	305	327	29
2023. II.	306	322	30
2023. III.	301	311	30
2023. IV.	305	316	29
2024. I.	308	315	28
2024. II.	305	316	29
2024. III.	300	306	29
2024. IV.	304	307	28
2025. I.	306	314	27
2025. II.	302	306	28

12. táblázat: Hanghívást forgalmazó előfizetések fajlagos hívásforgalma szegmensek szerint ([ugrás a 12. ábrára](#))

időszak	Legfeljebb 10 perc/hó	11-100 perc/hó	101-200 perc/hó	201-300 perc/hó	301-400 perc/hó	több mint 400 perc/hó
lakossági postpaid – 2024. III.	7%	32%	19%	12%	8%	23%
lakossági postpaid – 2024. IV.	7%	32%	19%	11%	7%	23%
lakossági postpaid – 2025. I.	8%	33%	19%	11%	7%	23%
lakossági postpaid – 2025. II.	7%	32%	19%	11%	8%	23%
nem lakossági postpaid – 2024. III.	9%	28%	18%	12%	8%	25%
nem lakossági postpaid – 2024. IV.	10%	28%	17%	11%	8%	25%
nem lakossági postpaid – 2025. I.	10%	28%	17%	11%	8%	25%
nem lakossági postpaid – 2025. II.	10%	28%	17%	12%	8%	25%
prepaid – 2024. III.	47%	47%	4%	1%	0%	1%
prepaid – 2024. IV.	50%	45%	4%	1%	0%	0%
prepaid – 2025. I.	52%	43%	4%	1%	0%	0%
prepaid – 2025. II.	50%	45%	4%	1%	0%	0%

12b. táblázat: Hanghívást forgalmazó előfizetések aránya hívásforgalmi besorolás szerint ([ugrás a 12b. ábrára](#))

időszak	lakossági postpaid kapcsolásszám (db/előfizetés /hó)	nem lakossági postpaid kapcsolásszám (db/ előfizetés /hó)	prepaid kapcsolásszám (db/ előfizetés /hó)	lakossági postpaid híváshossz (perc /kapcsolás)	nem lakossági postpaid híváshossz (perc /kapcsolás)	prepaid híváshossz (perc /kapcsolás)
2021. III.	84	116	23	3,6	3,0	1,4
2021. IV.	85	116	22	3,8	3,1	1,5
2022. I.	80	112	21	4,0	3,3	1,5
2022. II.	86	116	23	3,6	3,0	1,4
2022. III.	83	112	23	3,7	3,0	1,4
2022. IV.	82	108	22	3,8	3,1	1,4
2023. I.	76	102	20	4,0	3,2	1,4
2023. II.	82	107	22	3,7	3,0	1,4
2023. III.	80	103	22	3,8	3,0	1,4
2023. IV.	79	103	21	3,9	3,1	1,4
2024. I.	76	98	20	4,1	3,2	1,4
2024. II.	81	105	21	3,8	3,0	1,3
2024. III.	78	100	21	3,9	3,1	1,4
2024. IV.	77	99	20	3,9	3,1	1,4
2025. I.	73	97	19	4,2	3,3	1,4
2025. II.	79	102	21	3,8	3,0	1,3

13. táblázat: Hanghívást forgalmazó előfizetések fajlagos kapcsolásszáma és átlagos híváshossza szegmensek szerint ([ugrás a 13. ábrára](#))

időszak	hálózaton belül (millió perc)	más mobilhálózat (millió perc)	belföldi vezetékes (millió perc)
2021. III.	3 473	2 513	291
2021. IV.	3 694	2 710	313
2022. I.	3 671	2 712	307
2022. II.	3 558	2 639	280
2022. III.	3 536	2 688	291
2022. IV.	3 603	2 708	292
2023. I.	3 532	2 695	282
2023. II.	3 530	2 724	266
2023. III.	3 443	2 671	263
2023. IV.	3 507	2 740	269
2024. I.	3 501	2 769	268
2024. II.	3 503	2 754	253
2024. III.	3 412	2 701	255
2024. IV.	3 460	2 760	256
2025. I.	3 474	2 832	257
2025. II.	3 439	2 774	238

14. táblázat: Belföldön indított hívásforgalom alakulása forgalmi irányok szerint ([ugrás a 14. ábrára](#))

időszak	Magyar Telekom	Yettel	One	egyéb szolgáltatók
2021. III.	44,3%	26,9%	26,7%	2,0%
2021. IV.	44,5%	26,9%	26,5%	2,1%
2022. I.	44,7%	26,8%	26,4%	2,1%
2022. II.	45,0%	26,6%	26,3%	2,2%
2022. III.	45,2%	26,5%	26,1%	2,2%
2022. IV.	45,5%	26,4%	26,0%	2,2%
2023. I.	45,7%	26,2%	25,9%	2,2%
2023. II.	45,8%	26,0%	25,9%	2,3%
2023. III.	45,8%	25,9%	25,9%	2,3%
2023. IV.	46,0%	25,8%	25,9%	2,3%
2024. I.	46,2%	25,7%	25,9%	2,2%
2024. II.	46,0%	25,5%	26,3%	2,2%
2024. III.	45,8%	25,3%	26,7%	2,2%
2024. IV.	45,7%	25,3%	26,8%	2,2%
2025. I.	45,6%	25,2%	27,0%	2,2%
2025. II.	45,6%	25,1%	27,3%	2,0%

15. táblázat: Hanghívást forgalmazó előfizetések száma alapján számított piaci részesedések alakulása a mobiltelefon-piacon ([ugrás a 15. ábrára](#))

időszak	Magyar Telekom	Yettel	One	egyéb szolgáltatók
lakossági postpaid - 2022	44,7%	23,9%	27,3%	4,2%
2023	45,8%	23,3%	26,6%	4,3%
2024	46,5%	22,7%	26,6%	4,1%
2025. I-II.	46,0%	21,8%	28,4%	3,8%
nem lakossági postpaid - 2022	44,4%	27,4%	28,0%	0,2%
2023	44,8%	27,3%	27,8%	0,2%
2024	43,7%	27,3%	28,8%	0,2%
2025. I-II.	42,8%	29,2%	27,8%	0,2%
prepaid - 2022	46,4%	30,9%	22,7%	0,0%
2023	46,8%	30,3%	22,9%	0,0%
2024	46,8%	29,5%	23,7%	0,0%
2025. I-II.	47,3%	29,0%	23,7%	0,0%

16. táblázat: Hanghívást forgalmazó előfizetések száma alapján számított piaci részesedések szegmensek szerint a mobiltelefon-piacon ([ugrás a 16. ábrára](#))

időszak	Magyar Telekom	Yettel	One	egyéb szolgáltatók
2021. III.	44,4%	23,8%	30,7%	1,1%
2021. IV.	43,9%	23,5%	31,5%	1,1%
2022. I.	44,1%	23,5%	31,2%	1,1%
2022. II.	44,2%	23,5%	31,1%	1,2%
2022. III.	44,4%	23,4%	30,9%	1,2%
2022. IV.	44,9%	23,4%	30,2%	1,4%
2023. I.	45,6%	23,4%	29,3%	1,7%
2023. II.	45,8%	23,3%	28,7%	2,1%
2023. III.	46,0%	23,2%	28,5%	2,3%
2023. IV.	46,2%	23,1%	28,4%	2,4%
2024. I.	46,4%	23,0%	28,1%	2,5%
2024. II.	46,5%	23,0%	28,6%	1,9%
2024. III.	46,3%	22,7%	29,0%	2,0%
2024. IV.	46,1%	22,6%	29,2%	2,1%
2025. I.	46,1%	22,4%	29,4%	2,1%
2025. II.	46,1%	22,4%	29,5%	2,0%

17. táblázat: Hívásforgalom alapján számított piaci részesedések alakulása a mobiltelefon-piacon ([ugrás a 17. ábrára](#))

időszak	SMS-ek száma (millió db)	SMS-ek fajlagos száma (db/előfizetés/hó)
2021. III.	280	9,8
2021. IV.	289	10,1
2022. I.	270	9,4
2022. II.	275	9,6
2022. III.	273	9,5
2022. IV.	268	9,3
2023. I.	253	8,9
2023. II.	263	9,2
2023. III.	258	9,0
2023. IV.	252	8,8
2024. I.	240	8,4
2024. II.	244	8,6
2024. III.	238	8,3
2024. IV.	232	8,1
2025. I.	225	8,0
2025. II.	230	8,1

18. táblázat: Belföldön küldött SMS-ek száma és fajlagos száma [\(ugrás a 18. ábrára\)](#)

időszak	lakossági postpaid (db/előfizetés/hó)	nem lakossági postpaid (db/előfizetés/hó)	prepaid (db/előfizetés/hó)
2021. III.	11,0	16,2	2,9
2021. IV.	11,4	16,6	2,8
2022. I.	10,5	15,6	2,6
2022. II.	10,6	15,8	2,8
2022. III.	10,5	15,6	2,7
2022. IV.	10,3	15,2	2,7
2023. I.	9,7	14,4	2,5
2023. II.	10,1	14,6	2,7
2023. III.	9,8	14,2	2,7
2023. IV.	9,6	14,0	2,6
2024. I.	9,2	13,3	2,4
2024. II.	9,2	13,7	2,5
2024. III.	9,0	13,2	2,6
2024. IV.	8,7	13,0	2,5
2025. I.	8,3	13,2	2,4
2025. II.	8,5	13,2	2,6

19. táblázat: SMS-ek fajlagos száma szegmensek szerint [\(ugrás a 19. ábrára\)](#)

időszak	lakossági postpaid (ezer db)	nem lakossági postpaid (ezer db)	prepaid (ezer db)
2021. III.	4 448	1 873	1 363
2021. IV.	4 418	1 819	1 300
2022. I.	4 368	1 787	1 250
2022. II.	4 446	1 816	1 294
2022. III.	4 497	1 831	1 322
2022. IV.	4 567	1 877	1 254
2023. I.	4 599	1 858	1 216
2023. II.	4 628	1 884	1 248
2023. III.	4 686	1 900	1 288
2023. IV.	4 700	1 905	1 270
2024. I.	4 720	1 931	1 272
2024. II.	4 747	1 956	1 312
2024. III.	4 791	1 967	1 358
2024. IV.	4 796	1 971	1 341
2025. I.	4 891	1 890	1 313
2025. II.	4 940	1 902	1 351

20. táblázat: Internetet forgalmazó mobiltelefonos előfizetések száma ([ugrás a 20. ábrára](#))

időszak	lakossági postpaid	nem lakossági postpaid	prepaid
2021. III.	95%	90%	49%
2021. IV.	93%	87%	48%
2022. I.	91%	85%	47%
2022. II.	92%	86%	49%
2022. III.	92%	87%	51%
2022. IV.	93%	89%	49%
2023. I.	93%	88%	49%
2023. II.	93%	89%	51%
2023. III.	94%	89%	53%
2023. IV.	94%	89%	53%
2024. I.	94%	90%	54%
2024. II.	95%	91%	56%
2024. III.	95%	92%	58%
2024. IV.	95%	92%	58%
2025. I.	95%	92%	58%
2025. II.	96%	93%	60%

21. táblázat: Internetet forgalmazó mobiltelefonos előfizetések aránya a hanghívást forgalmazók számához képest ([ugrás a 21. ábrára](#))

időszak	mobiltelefonos lakossági postpaid (GB/előfizetés/hó)	mobiltelefonos nem lakossági postpaid (GB/előfizetés/hó)	mobiltelefonos prepaid (GB/előfizetés/hó)
2021. III.	10,2	4,6	4,6
2021. IV.	10,8	4,6	3,5
2022. I.	11,6	5,1	2,8
2022. II.	12,3	5,6	3,4
2022. III.	13,7	6,3	3,9
2022. IV.	14,7	6,3	4,8
2023. I.	14,4	6,1	4,3
2023. II.	16,2	6,9	4,9
2023. III.	17,4	7,7	5,6
2023. IV.	18,6	7,8	5,9
2024. I.	19,0	7,9	5,6
2024. II.	19,4	8,4	5,8
2024. III.	20,1	9,1	6,5
2024. IV.	20,4	8,7	7,3
2025. I.	20,7	8,8	7,0
2025. II.	21,9	9,6	7,5

22. táblázat: Internetet forgalmazó mobiltelefonos előfizetések fajlagos adatforgalma szegmensek szerint ([ugrás a 22. ábrára](#))

időszak	legfeljebb 1 GB/hó	2-5 GB/hó	6-10 GB/hó	11-50 GB/hó	több mint 50 GB/hó
mobiltelefonos lakossági postpaid – 2024. III.	18%	29%	14%	27%	11%
mobiltelefonos lakossági postpaid – 2024. IV.	20%	30%	14%	25%	11%
mobiltelefonos lakossági postpaid – 2025. I.	21%	29%	13%	25%	11%
mobiltelefonos lakossági postpaid – 2025. II.	18%	29%	14%	28%	12%
mobiltelefonos nem lakossági postpaid – 2024. III.	34%	32%	15%	16%	3%
mobiltelefonos nem lakossági postpaid – 2024. IV.	36%	33%	14%	14%	3%
mobiltelefonos nem lakossági postpaid – 2025. I.	38%	32%	13%	14%	3%
mobiltelefonos nem lakossági postpaid – 2025. II.	34%	31%	15%	16%	3%
mobiltelefonos prepaid – 2024. III.	65%	18%	6%	7%	3%
mobiltelefonos prepaid – 2024. IV.	68%	17%	5%	7%	4%
mobiltelefonos prepaid – 2025. I.	70%	16%	4%	6%	4%
mobiltelefonos prepaid – 2025. II.	67%	17%	5%	7%	4%

22b. táblázat: Internetet forgalmazó mobilinternet-előfizetések aránya adatforgalmi besorolás szerint ([ugrás a 22b. ábrára](#))

időszak	lakossági (ezer db)	nem lakossági (ezer db)
2021. III.	300	162
2021. IV.	289	157
2022. I.	273	154
2022. II.	274	159
2022. III.	273	159
2022. IV.	275	159
2023. I.	267	158
2023. II.	279	163
2023. III.	233	163
2023. IV.	231	161
2024. I.	247	161
2024. II.	254	165
2024. III.	260	169
2024. IV.	260	161
2025. I.	260	159
2025. II.	261	158

23. táblázat: Internetet forgalmazó nagyképernyős előfizetések száma [\(ugrás a 23. ábrára\)](#)

időszak	lakossági (GB/előfizetés/hó)	nem lakossági (GB/előfizetés/hó)
2021. III.	27,1	30,9
2021. IV.	30,6	33,3
2022. I.	33,2	35,0
2022. II.	33,0	34,0
2022. III.	39,0	36,3
2022. IV.	45,4	34,6
2023. I.	50,4	35,2
2023. II.	59,5	34,8
2023. III.	28,0	36,3
2023. IV.	31,0	36,7
2024. I.	39,2	36,5
2024. II.	37,6	37,3
2024. III.	38,8	40,0
2024. IV.	40,2	40,8
2025. I.	41,0	41,8
2025. II.	40,7	42,0

24. táblázat: Internetet forgalmazó nagyképernyős előfizetések fajlagos adatforgalma szegmensek szerint [\(ugrás a 24. ábrára\)](#)

időszak	legfeljebb 1 GB/hó	2-5 GB/hó	6-10 GB/hó	11-50 GB/hó	több mint 50 GB/hó
nagyképernyős lakossági – 2024. III.	19%	22%	12%	28%	19%
nagyképernyős lakossági – 2024. IV.	21%	22%	12%	26%	19%
nagyképernyős lakossági – 2025. I.	21%	21%	12%	26%	19%
nagyképernyős lakossági – 2025. II.	19%	21%	12%	28%	20%
nagyképernyős nem lakossági – 2024. III.	47%	18%	7%	14%	14%
nagyképernyős nem lakossági – 2024. IV.	47%	19%	7%	13%	13%
nagyképernyős nem lakossági – 2025. I.	48%	19%	6%	13%	14%
nagyképernyős nem lakossági – 2025. II.	45%	19%	7%	14%	14%

24b. táblázat: Internetet forgalmazó nagyképernyős mobilinternet előfizetések aránya adatforgalmi besorolás szerint [\(ugrás a 24b. ábrára\)](#)

időszak	Magyar Telekom	Yettel	One	egyéb szolgáltatók
2021. III.	40,5%	25,7%	31,4%	2,4%
2021. IV.	41,7%	26,4%	29,4%	2,5%
2022. I.	43,1%	27,2%	27,0%	2,6%
2022. II.	43,3%	27,0%	27,0%	2,7%
2022. III.	43,4%	26,9%	27,0%	2,7%
2022. IV.	43,8%	26,7%	26,8%	2,7%
2023. I.	44,1%	26,7%	26,4%	2,8%
2023. II.	43,9%	26,9%	26,3%	2,9%
2023. III.	44,2%	26,2%	26,6%	2,9%
2023. IV.	44,1%	26,1%	26,9%	2,9%
2024. I.	44,4%	26,0%	26,9%	2,7%
2024. II.	44,3%	25,8%	27,2%	2,7%
2024. III.	44,2%	25,5%	27,7%	2,7%
2024. IV.	44,2%	25,3%	27,8%	2,6%
2025. I.	44,0%	25,4%	28,1%	2,6%
2025. II.	44,0%	25,3%	28,4%	2,3%

25. táblázat: Internetet forgalmazó előfizetések száma alapján számított piaci részesedések alakulása a mobiltelefonos és nagyképernyős mobilinternet-piacon (%) [\(ugrás a 25. ábrára\)](#)

időszak	Magyar Telekom	Yettel	One	egyéb szolgáltatók
mobiltelefonos lakossági postpaid - 2022	44,6%	23,6%	27,4%	4,4%
2023	45,6%	23,1%	26,6%	4,7%
2024	46,5%	22,6%	26,5%	4,5%
2025. I.-II.	46,0%	21,8%	28,2%	4,0%
mobiltelefonos nem lakossági postpaid - 2022	44,7%	27,3%	27,9%	0,2%
2023	44,7%	27,4%	27,7%	0,2%
2024	43,4%	27,5%	29,0%	0,2%
2025. I.-II.	42,4%	29,4%	28,0%	0,2%
mobiltelefonos prepaid - 2022	42,8%	32,2%	25,0%	0,0%
2023	43,5%	32,7%	23,7%	0,0%
2024	43,2%	31,4%	25,4%	0,0%
2025. I.-II.	43,9%	31,1%	25,0%	0,0%
nagyképernyős lakossági - 2022	29,7%	40,1%	25,5%	4,8%
2023	28,4%	31,7%	35,2%	4,7%
2024	29,5%	20,4%	46,7%	3,3%
2025. I.-II.	30,8%	15,4%	51,3%	2,4%
nagyképernyős nem lakossági - 2022	22,3%	55,3%	21,6%	0,8%
2023	22,8%	55,1%	21,7%	0,4%
2024	23,9%	54,2%	21,7%	0,2%
2025. I.-II.	23,7%	53,0%	23,2%	0,2%

26. táblázat: Internetet forgalmazó előfizetések száma alapján számított piaci részesedések szegmensek szerint a mobiltelefonos és nagyképernyős mobilinternet-piacon ([ugrás a 26. ábrára](#))

időszak	Magyar Telekom	Yettel	One	egyéb szolgáltatók
2021. III.	40,0%	33,0%	25,6%	1,4%
2021. IV.	43,2%	34,4%	20,9%	1,5%
2022. I.	42,9%	34,2%	21,5%	1,5%
2022. II.	43,4%	33,5%	21,6%	1,5%
2022. III.	42,7%	33,9%	22,0%	1,4%
2022. IV.	44,2%	34,5%	20,0%	1,4%
2023. I.	40,7%	37,3%	20,5%	1,5%
2023. II.	43,4%	36,7%	18,7%	1,3%
2023. III.	48,4%	29,5%	20,3%	1,8%
2023. IV.	48,1%	29,2%	21,0%	1,7%
2024. I.	47,1%	29,9%	21,4%	1,7%
2024. II.	47,3%	29,0%	22,0%	1,8%
2024. III.	47,6%	28,3%	22,4%	1,7%
2024. IV.	48,5%	27,3%	22,5%	1,7%
2025. I.	47,4%	26,8%	24,1%	1,7%
2025. II.	48,0%	26,0%	24,5%	1,6%

27. táblázat: Internetet forgalmazó előfizetések adatforgalma alapján számított piaci részesedések alakulása a mobiltelefonos és nagyképernyős mobilinternet-piacon ([ugrás a 27. ábrára](#))

időszak	2G	3G	4G	5G
2021. III.	12,8%	6,1%	75,2%	5,9%
2021. IV.	14,0%	4,0%	74,5%	7,6%
2022. I.	10,2%	3,7%	77,0%	9,1%
2022. II.	8,3%	3,3%	75,0%	13,4%
2022. III.	7,3%	2,9%	73,0%	16,8%
2022. IV.	7,0%	2,7%	70,3%	20,0%
2023. I.	6,8%	2,5%	67,4%	23,2%
2023. II.	6,4%	2,3%	65,3%	25,9%
2023. III.	6,2%	2,1%	62,7%	29,0%
2023. IV.	6,1%	2,0%	60,5%	31,4%
2024. I.	5,8%	1,9%	58,3%	33,9%
2024. II.	5,6%	1,8%	56,1%	36,5%
2024. III.	5,6%	1,7%	54,5%	38,2%
2024. IV.	5,3%	1,6%	51,6%	41,4%
2025. I.	4,5%	1,3%	46,7%	47,5%
2025. II.	4,0%	1,1%	43,5%	51,5%

28. táblázat: Mobilinternetre csatlakozott mobiltelefonok és táblagépek legmagasabb adathálózat-képessége ([ugrás a 28. ábrára](#))

időszak	külföldön hanghívást indító előfizetések száma (ezer darab)	külföldön internetet forgalmazó előfizetések száma (ezer darab)	külföldön hanghívást indító előfizetések aránya (%)	külföldön internetet forgalmazó előfizetések aránya (%)
2021. III.	1442	1392	15,1%	17,1%
2021. IV.	822	825	8,6%	10,3%
2022. I.	1034	834	10,8%	10,7%
2022. II.	1334	1571	13,9%	19,7%
2022. III.	1825	2132	19,0%	26,4%
2022. IV.	1242	1534	13,0%	18,9%
2023. I.	1226	1487	12,9%	18,4%
2023. II.	1534	1848	16,1%	22,5%
2023. III.	2107	2468	22,0%	29,8%
2023. IV.	1451	1840	15,2%	22,3%
2024. I.	1359	1731	14,3%	20,8%
2024. II.	1613	2032	17,0%	24,1%
2024. III.	2201	2667	23,1%	31,2%
2024. IV.	1490	1990	15,7%	23,3%
2025. I.	1315	1730	13,9%	20,3%
2025. II.	1677	2183	17,7%	25,3%

29. táblázat: Külföldön hanghívást indító, internetet forgalmazó előfizetések száma és aránya (az összes hanghívást indító, illetve internetet forgalmazóhoz képest) (M2M nélkül) [\(ugrás a 29. ábrára\)](#)

időszak	külföldön indított hívásforgalom aránya	külföldön forgalmazott mobilinternet aránya
2021. III.	3,1%	3,2%
2021. IV.	2,4%	2,4%
2022. I.	2,7%	2,3%
2022. II.	2,8%	2,9%
2022. III.	3,1%	3,5%
2022. IV.	2,8%	2,5%
2023. I.	2,9%	2,8%
2023. II.	3,0%	3,0%
2023. III.	3,4%	4,3%
2023. IV.	2,9%	3,1%
2024. I.	2,9%	3,3%
2024. II.	3,0%	3,5%
2024. III.	3,4%	4,7%
2024. IV.	2,9%	3,3%
2025. I.	2,8%	3,3%
2025. II.	3,0%	3,7%

30. táblázat: Külföldön indított hanghívás- és internetforgalom aránya (az összes hanghívás- és internetforgalomhoz képest) (M2M nélkül) ([ugrás a 30. ábrára](#))

időszak	M2M-előfizetések száma (ezer darab)	M2M fajlagos adatforgalom (GB/előfizetés/hó)	M2M fajlagos SMS- forgalom (db/előfizetés/hó)
2021. III.	1182	0,17	1,7
2021. IV.	1219	0,17	1,6
2022. I.	1256	0,20	1,3
2022. II.	1334	0,20	1,5
2022. III.	1368	0,20	1,4
2022. IV.	1364	0,22	1,5
2023. I.	1416	0,24	1,6
2023. II.	1512	0,24	1,5
2023. III.	1660	0,22	1,4
2023. IV.	1789	0,23	1,3
2024. I.	2098	0,20	1,1
2024. II.	2038	0,23	2,0
2024. III.	2121	0,23	2,5
2024. IV.	2407	0,19	2,0
2025. I.	2487	0,20	2,0
2025. II.	2574	0,22	2,0

31. táblázat: Internetet vagy SMS-t forgalmazó M2M-előfizetések száma és fajlagos forgalma ([ugrás a 31. ábrára](#))

időszak	legfeljebb 100 kB/hó	101 kB/hó - 1 MB/hó	2-10 MB/hó	több mint 10 MB/hó
2024. III.	9%	40%	36%	15%
2024. IV.	8%	36%	43%	13%
2025. I.	8%	40%	43%	9%
2025. II.	7%	39%	44%	9%

31b. táblázat: Internetet forgalmazó M2M mobilinternet előfizetések aránya adatforgalmi besorolás szerint [\(ugrás a 31b. ábrára\)](#)

időszak	Magyar Telekom	Yettel	One	egyéb szolgáltatók
2021. III.	26,0%	35,0%	39,0%	0,1%
2021. IV.	26,5%	35,6%	37,8%	0,0%
2022. I.	25,8%	36,2%	37,9%	0,0%
2022. II.	27,1%	36,4%	36,5%	0,0%
2022. III.	28,4%	37,2%	34,3%	0,0%
2022. IV.	28,6%	37,1%	34,2%	0,0%
2023. I.	27,8%	39,5%	32,7%	0,1%
2023. II.	30,7%	38,1%	31,1%	0,1%
2023. III.	34,8%	36,6%	28,5%	0,1%
2023. IV.	34,6%	34,0%	31,3%	0,1%
2024. I.	40,1%	29,5%	30,3%	0,0%
2024. II.	45,0%	31,2%	23,8%	0,0%
2024. III.	46,1%	30,8%	23,1%	0,0%
2024. IV.	42,3%	27,0%	30,7%	0,0%
2025. I.	43,0%	26,5%	30,4%	0,0%
2025. II.	43,1%	26,1%	30,8%	0,0%

32. táblázat: Internetet vagy SMS-t forgalmazó előfizetések száma alapján számított piaci részesedések alakulása az M2M-piacon [\(ugrás a 32. ábrára\)](#)