

AZ ELEKTRONIKUS HÍRKÖZLÉSI PIAC FOGYASZTÓINAK VIZSGÁLATA

Háztartási felmérés - 2025.



Készült 2025-ben a Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság megbízásából

Kutató: Szocio-Gráf Kft.

Módszer: Személyes megkérdezés standard kérdőívvel, CAPI módszerrel

Mintanagyság: 3020 háztartás

Válaszadó: a háztartásban a telekommunikációs szolgáltatások igénybevételéről döntő háztartástag

Mintavételi hiba: a teljes mintát tekintve +/- 2,7%. Kisebb elemszámú alminták esetében a mintavételi hiba magasabb.

Minta: a kutatás során csak háztartási mintavétel történt; az egyénre vonatkozó kérdések a háztartás telekommunikációs szolgáltatásainak igénybevételéről döntő személy válaszait tükrözik.

Súlyozás:

Háztartások esetében: a háztartás mérete, a háztartás korösszetétele, háztartásfő iskolai végzettsége, településtípus, régió

Alkalmazott eljárás: RIM-weighting (többszemponútú iterációs faktorsúlyozás)

A súlyozáshoz a KSH 2022-es censusának adatait vettük alapul

„Large Screen” (LSc) internet	hangszolgáltatáshoz nem kapcsolódó mobilinternet-szolgáltatás, jellemzően nagy képernyőn (PC-n vagy tableten) használt internetkapcsolat
„Small Screen” (SSc) internet	hangszolgáltatáshoz kapcsolódó, kis képernyőn (mobiltelefon kijelzőjén) használt internetkapcsolat
HK internet	helyhez kötött internetelérési technológia
Bundled	több vezetékes szolgáltatás vagy legalább egy vezetékes és egy mobilszolgáltatás igénybevétele ugyanannál a szolgáltatónál közös számlával
NT/NV	nem tudja, nem válaszol
n	mintabeli létszám
N	becsült létszám az alapsokaságban
HT	háztartás

Vezetői összefoglaló

💡 Módszertan

- A kutatás 3020 fős háztartási mintán készült számítógéppel támogatott (CAPI) lekérdezéssel. A minta a magyar háztartásokat régió, a lakott település típusa, a háztartás mérete és életkor szerinti összetétele, valamint a háztartásfő iskolai végzettsége alapján reprezentálja.

📱 Szolgáltatások elterjedtsége és használati szokások

- A hazai lakossági telekommunikációs piac 2025-ben alapvetően stabil maradt, a háztartások 99%-a rendelkezik valamilyen szolgáltatással. Meghatározó a mobiltelefon-használat 96%-os penetrációval, a fizetős televízió 87%-os, valamint a kisképernyős mobilinternet 79%-os elterjedtsége. A digitális szakadék nem szűkült: a társadalom 16%-a – elsősorban a 70 év felettiek – továbbra sem használja az internetet. Ez azt jelenti, hogy bár az eszköz- és szolgáltatás-ellátottság javult, egy jelentős, döntően idős korosztály továbbra is kimarad a digitális ökoszisztémából, ami a közszolgáltatásokhoz és online ügyintézéshez való hozzáférést is szűkíti. Az eszközellátottságban az okostelefonok 82%-os, az okostévék 54%-os penetrációja a legjelentősebb. Az okostévé-terjedés együtt jár azzal, hogy a háztartások egyre nagyobb része alkalmas streaming-szolgáltatások közvetlen fogadására, ami csökkenti a TV-okosítók jelentőségét, és erősíti az OTT-tartalmak szerepét a médiaköltésen belül. A laptopok elterjedtsége 65%-on, a tableteké 38%-on stabilizálódott, az asztali számítógépek 35%-ra csökkentek. A streaming-szolgáltatások elérése dinamikus növekedéssel 30%-ra bővült.

📦 Csomagolt szolgáltatások és piaci költségek

- A szolgáltatási csomagok elterjedtsége a 2022-es 68%-os csúcs után 67%-on stabilizálódott, a háztartások kétharmada vesz igénybe bundled konstrukciókat. A vezetékes szolgáltatásoknál a csomagolt értékesítés domináns: vezetékes telefon 92%, helyhez kötött internet 79%, fizetős TV 73%. A háztartások havi átlagos telekommunikációs összköltsége kerekítve 24000 Ft-ra emelkedett. A teljes lakossági piac havi kiadása 95 milliárd forintot meghaladó, ami 3 milliárd forintos bővülést jelent az elmúlt évi volumenhez képest. A növekedési ütem a korábbi kétszámjegyű bővülés (2022-2023. között 12,5% és 2023-2024. között 11,8%) után 2024-2025. között 2,6%-ra mérséklődött. A növekedési ütem lassulása összefügg a csökkenő inflációval és a nagy szolgáltatók önként vállalt árkorlátozásával, így a korábbi évek erőteljes áremelési hulláma után egy jóval mérsékeltebb költségszint-emelkedés látható. A kiadások legnagyobb hányadát a mobiltelefon-szolgáltatások teszik ki (14600 Ft/hó), ezt követi a vezetékes internet (5700 Ft), fizetős TV (5455 Ft), telefon (2466 Ft). Megfigyelhető, hogy míg az otthoni szolgáltatások költsége vagyoni helyzettől független, a mobilköltségek a jövedelemmel párhuzamosan jelentősen nőnek: miközben a helyhez kötött internet és a fizetős televízió fajlagos költsége szinte minden jövedelmi rétegben hasonló, a mobiltelefon-szolgáltatásokra (készülékvásárlás nélkül) fordított havi összeg az alsó és felső jövedelmi tized között közel kétszeres különbséget mutat (alsó decilis: 5783 Ft, felső: 10113 Ft).

Szolgáltatói részesedések és piaci verseny

- A piacon jelentős koncentráció figyelhető meg: a háztartások 45%-a egyetlen szolgáltatótól veszi igénybe telekommunikációs szolgáltatásait. Ezzel párhuzamosan csökkent azok aránya, akik három vagy több szolgáltatótól vásárolnak szolgáltatást, ami a konvergens termékportfóliók és a csomagkedvezmények erősödésére, valamint a márkakonszolidációra utal.
- A Telekom megőrizte piacvezető szerepét 65%-os háztartási jelenléttel, a One a második legnagyobb szereplővé vált 52%-kal, megelőzve a Yettel (27%). A mobilpiacon Telekom 48%, One 30%, Yettel 28% részesedéssel. A kisképernyős mobilinternet (SSC) penetrációja 79%-ra (2024: 75%) nőtt, az egy SIM-kártyára jutó havi költség 7530 Ft (2024: 7250 Ft). Az SSC-penetráció növekedése azt jelzi, hogy a mobilinternet mára gyakorlatilag a lakossági postpaid-előfizetések természetes része lett, és egyre kevésbé külön szolgáltatásként, inkább alapfunkcióként jelenik meg.

Internetsebesség és konvergencia

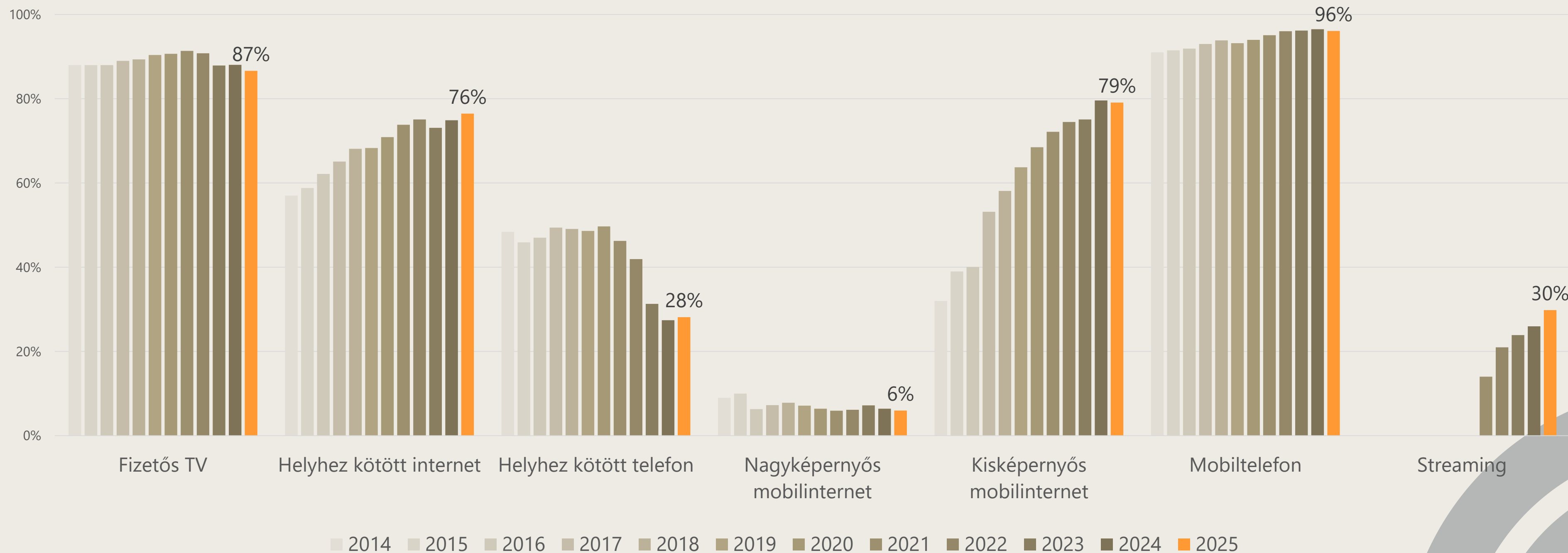
- A háztartások 71%-ban mind vezetékes, mind kisképernyős mobilinternet jelen van (ez 2017-ben mindössze 46% volt). A vezetékes internet technológiájában kábeltévés hozzáférés 60%, optikai (FTTx) 24% a leggyakoribb. Ez inkább a vásárlói ismerethiányt tükrözi - a felhasználók többsége a szolgáltatás érzékelt minősége – sebesség, stabilitás – alapján ítél, és kevésbé követi, hogy a háttérben pontosan milyen technológiát használ a szolgáltató. A tényleges sebességellenőrzés ritka (18%), ami arra utalhat, hogy a háztartások többsége elégedett a mindennapi használat során tapasztalt teljesítménnyel, és csak tartós vagy látványos minőségromlás esetén kezdeményez ellenőrzést vagy panaszt. A szolgáltatói konvergencia erősödik a One márka megjelenésével.

Szolgáltatóváltás és problémakezelés

- A piaci stabilitást jelzi, hogy a tényleges szolgáltatóváltás továbbra is rendkívül alacsony (2%). Bár az áremelkedést érzékelők aránya csökkent (a 2024-es 43%-ról 2025-ben 36%-ra), a váltástól való elzárkózás mögött leginkább az időhiány, a bonyolult folyamatok és a hűségszerződések állnak.
- A legtöbb probléma a helyhez kötött internetnél (15%) és a fizetős TV-nél (10%) fordult elő. A helyhez kötött internethez kapcsolódó panaszok aránya tartósan a legmagasabb, ami összhangban áll azzal, hogy a nagy sávszélességet igénylő, mindennapi online tevékenységek döntően ezen a platformon zajlanak.
- A szolgáltatók problémakezelése hatékony: a jelzett hibák túlnyomó többsége megoldódik, a tartósan fennmaradó problémák aránya 1% alatt maradt.

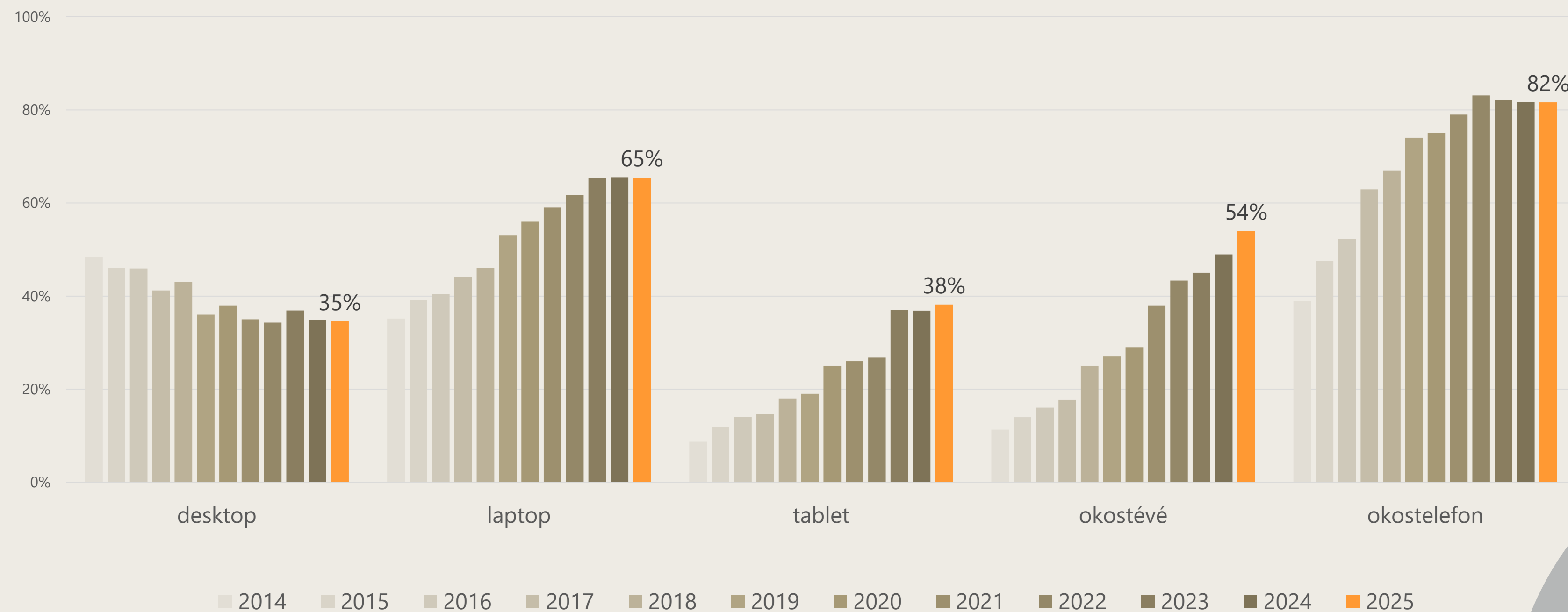
Áttekintés

Szolgáltatások elterjedtségének alakulása 2014-2025



Egyre több a háztartásban van okostévé – 2025-ben a háztartások több mint felében

Infokommunikációs eszközök elterjedtségének alakulása 2014-2025



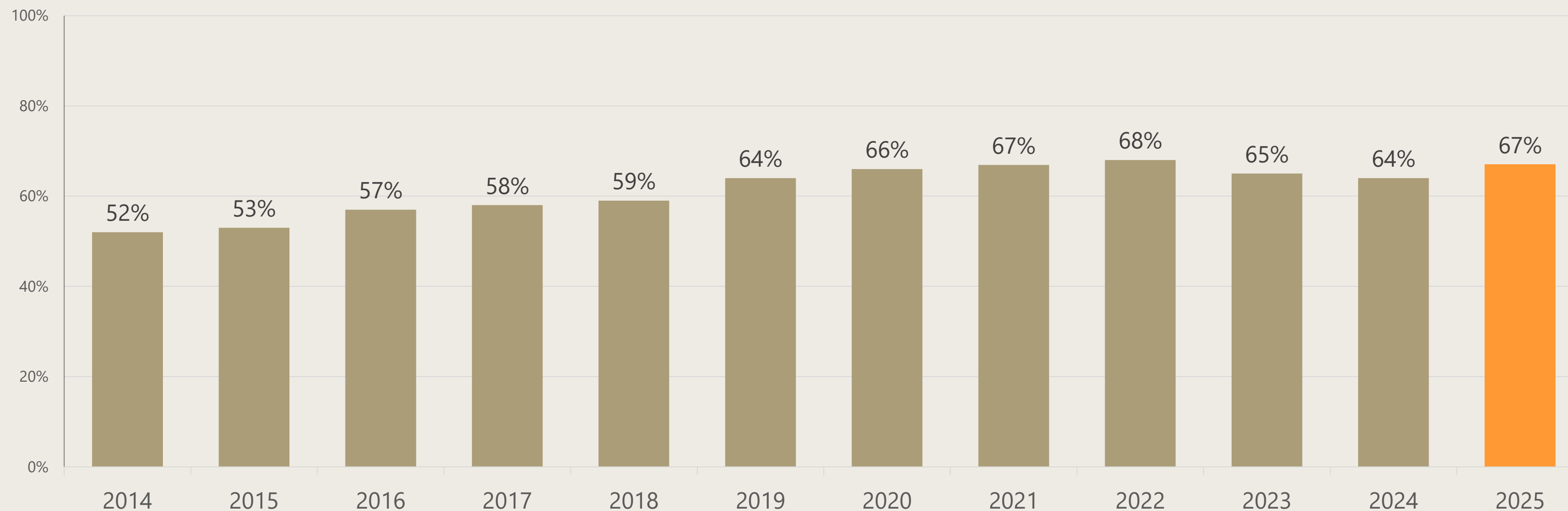
Az elmúlt évekhez képest 2025-ben alapvetően stabil, változatlan maradt a hazai lakossági telekommunikációs piac. A hazai háztartások majdnem mindegyike (99%) rendelkezik valamilyen telekommunikációs szolgáltatással.

A telekommunikációs szolgáltatási szektorban továbbra is a mobiltelefon-használat dominál (96%), de jelentős a fizetős televízió (87%) és a kisképernyős mobilinternet (79%) penetrációja is. A korábbi évek tendenciáival ellentétben a helyhez kötött telefon-penetráció eróziója megtorpant, jelenleg a háztartások 28%-ban továbbra is jelen van a vezetékes hangszolgáltatás. A tartalomfogyasztási szokások transzformációját jelzi, hogy a streaming-szolgáltatások iránti kereslet dinamikus növekedés mellett elérte a 30%-os értéket.

Az infokommunikációs eszközök ökoszisztémáját tekintve az okostelefonok 82%-os elterjedtsége mellett az okostévék térnyerése a leginkább szembeötlő. Az okostévék penetrációja 2019-től (27%) megduplázódott, jelenleg a háztartások több mint felében, 54%-ban megtalálható.

A hordozható számítógépek népszerűsége 65%-on stabilizálódott, az asztali számítógépek elterjedtsége érdemi visszaesést mutat, mindössze 35%-os jelenlétel.

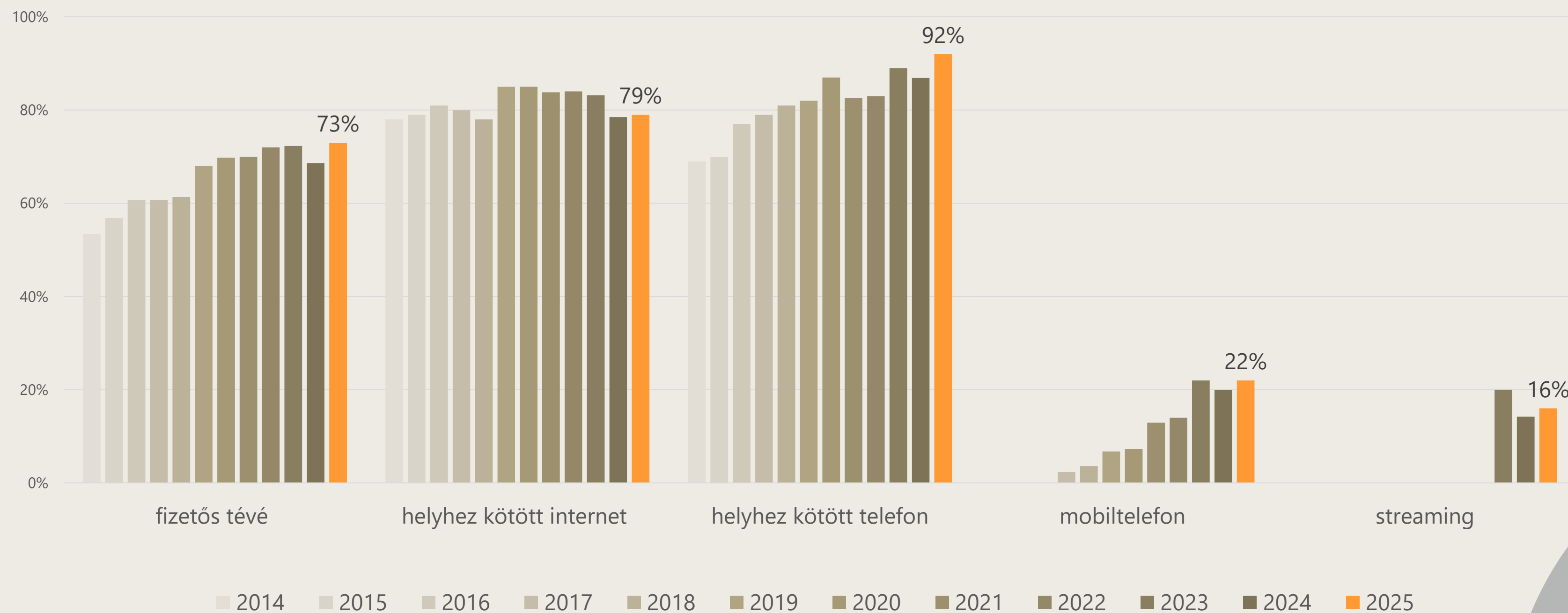
Bundled* előfizetések alakulása 2014-2025



*Bundled: azokat a csomagban vásárolt **helyhez kötött telefon, helyhez kötött internet, otthoni fizetős TV, mobil hang és kisképernyős mobilinternet** és **streaming** előfizetéseket értjük, ahol a szolgáltató egy csomagban kínálja ezeket a szolgáltatásokat, és ezért valamilyen előnyt – általában árelőnyt – kínál a vásárlóinak. Az így csomagban igénybe vett szolgáltatásokról a szolgáltató általában egy számlát állít ki.

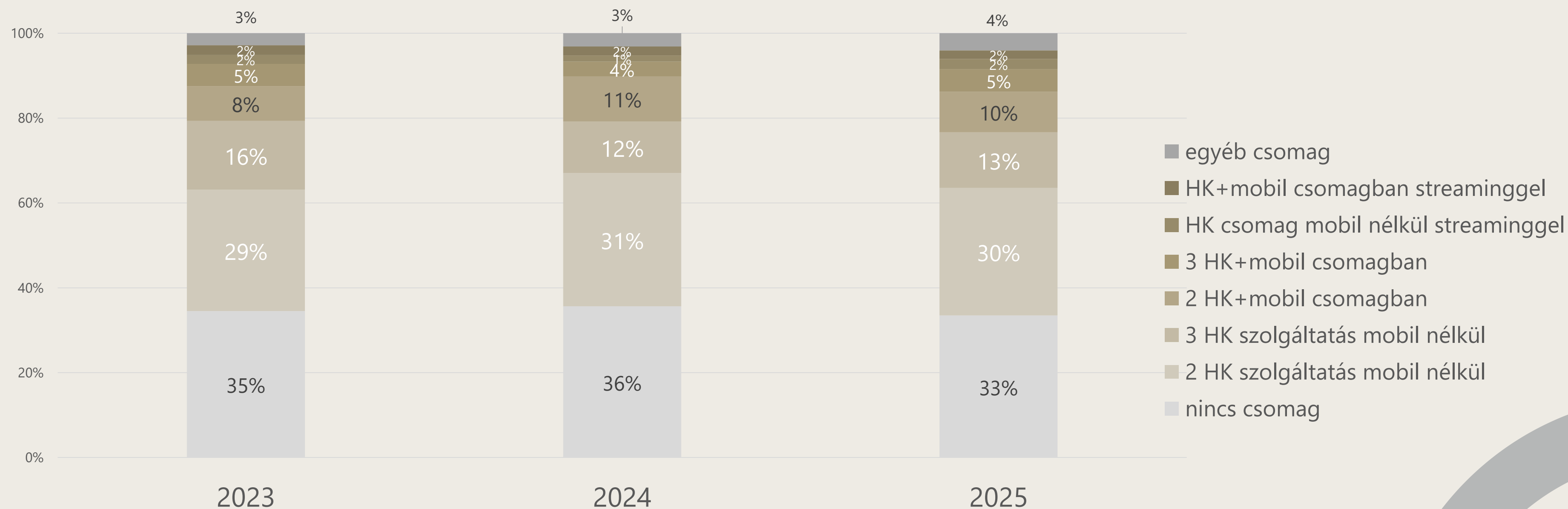
Bázis: összes háztartás (N=4,009 millió HT, n=3020)

Bundled arány alakulása az egyes szolgáltatásokon belül 2014-2025



A legtöbb csomag továbbra is csak helyhez kötött szolgáltatást tartalmaz

Szolgáltatáskombinációk csomagban és külön 2023-2025



Bundled: azokat a csomagban vásárolt **helyhez kötött telefon, helyhez kötött internet, otthoni fizetős TV, mobil hang és kisképernyős mobilinternet** és **streaming** előfizetéseket értjük, ahol a szolgáltató egy csomagban kínálja ezeket a szolgáltatásokat, és ezért valamilyen előnyt – általában árelőnyt – kínál a vásárlóinak. Az így csomagban igénybe vett szolgáltatásokról a szolgáltató általában egy számlát állít ki.

Bázis: összes háztartás (N=4,009 millió HT, n=3020)

A magyar háztartások kétharmada a távközlési szolgáltatásait, illetve azok egy részét csomagban veszi igénybe - 2025-ben a háztartások 67%-ban van csomagban előfizetett szolgáltatás.

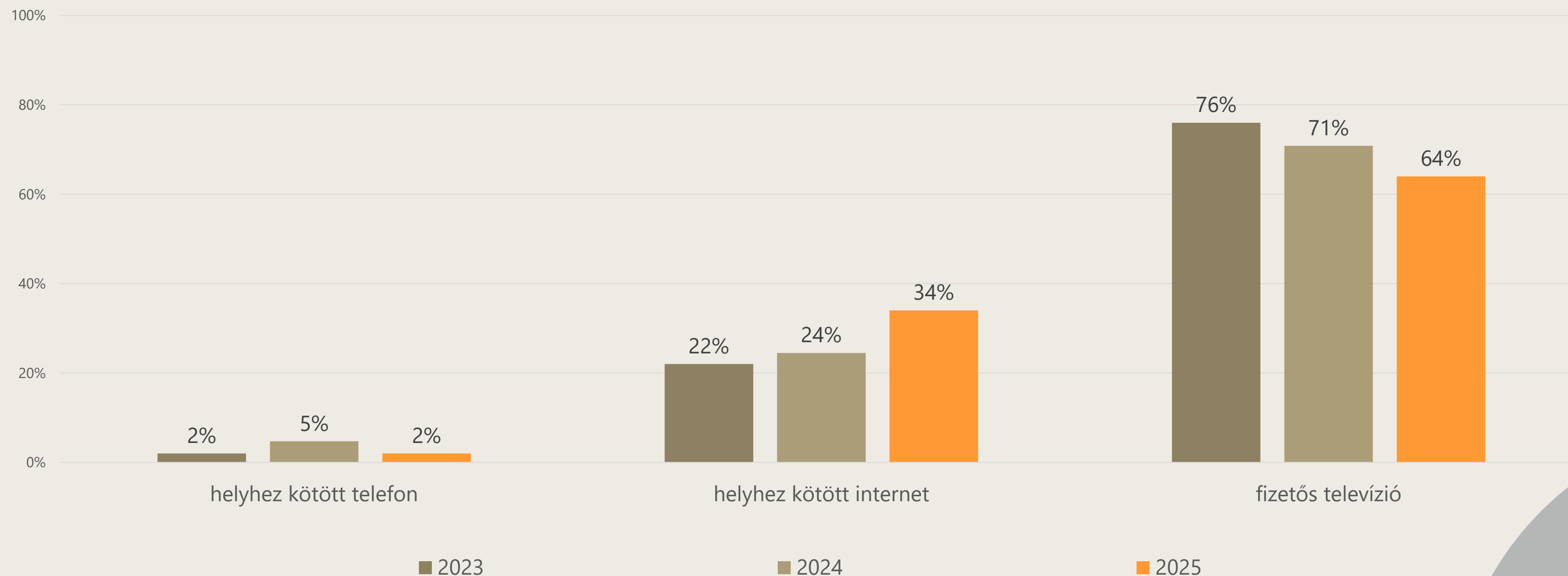
A csomagban vásárolt telekommunikációs szolgáltatások elterjedtsége jelentős növekedést követően az elmúlt néhány évben stabilizálódott: a 2014-es 52%-os bázisról indulva 2022-re 68%-ra bővült a távközlési szolgáltatást csomagban (is) igénybe vevő háztartások aránya. A 2022-es esztendőt követő időszakban ez az arány érdemben nem változott, a bundled penetrációja 67-68%-on mozog.

A helyhez kötött szolgáltatások esetében, a vezetékes telefon (92%), a helyhez kötött internet (79%) és a fizetős televízió (73%) esetében a bundled értékesítés a domináns modell. Ezzel szemben a mobiltelefon-előfizetések és a streaming-szolgáltatások bevonása a csomagokba kevésbé intenzív, 2025-ben csupán az előfizetők 22%-a, illetve 16%-a veszi igénybe ezeket kombinált konstrukcióban.

A csomagösszetételek struktúrája nem mutat jelentős elmozdulást az előző évekhez képest: a háztartások 33%-a továbbra is csomag nélkül veszi igénybe szolgáltatásait, míg a bundled szegmensben belül a két otthoni szolgáltatást tartalmazó kombinációk a legnépszerűbbek (2025-ben 32%). Az otthoni és mobil szolgáltatásokat együttesen tartalmazó konstrukciók stabil, de szűkebb szeletet képviselnek a piacon (2025-ben 10%), ebben a szegmensben a leggyakoribb kombináció a két otthoni és egy mobil előfizetést tartalmazó csomag.

Tovább csökkent az egy helyhez kötött szolgáltatást használó háztartások között a csak fizetős televíziót használók aránya

Csak egy helyhez kötött szolgáltatás használata



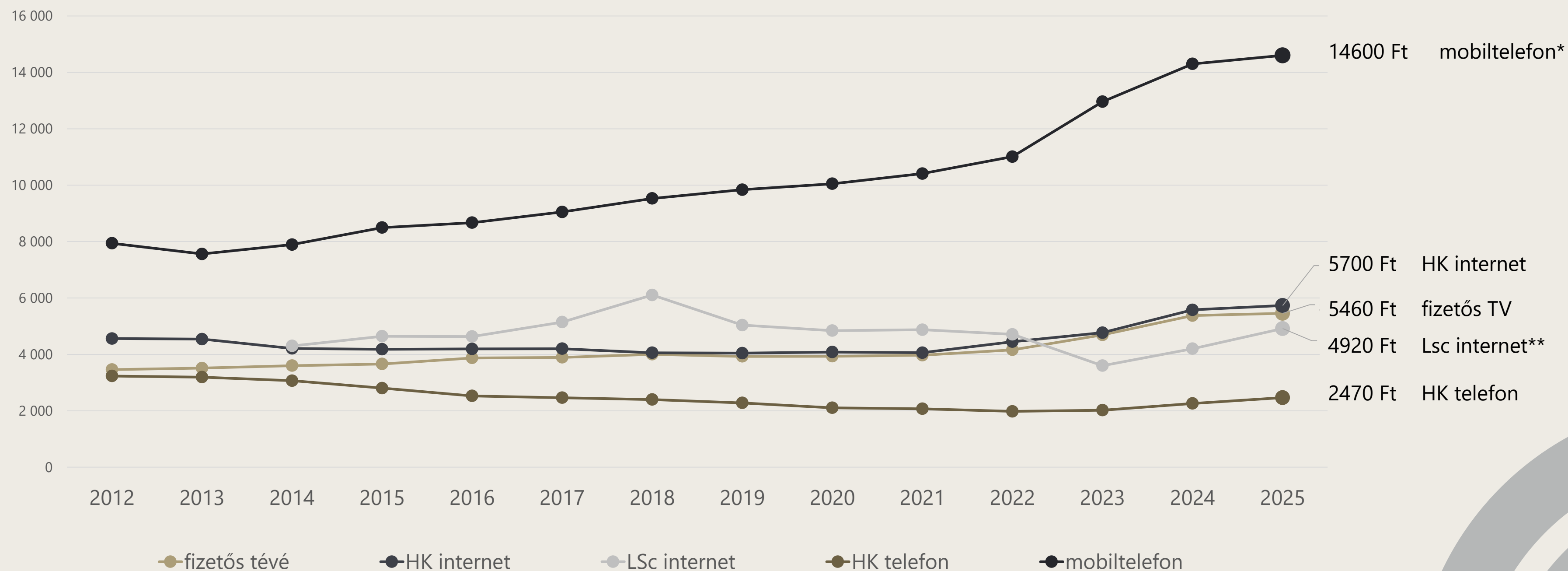
Az egy helyhez kötött szolgáltatást használó háztartások csökkenő mértékben, de továbbra is elsősorban fizetős televízió szolgáltatást használnak: 2023-ban az egy helyhez kötött szolgáltatást használó háztartások 76%-a használt kizárólag fizetős televíziószolgáltatást, 2025-re ez az arány 64%-ra csökkent.

Növekszik a helyhez kötött internet szerepe ebben a háztartásszegmensben: 2023-ban az egy helyhez kötött szolgáltatást használó háztartások 22%-a, 2025-ben már 34%-a használt helyhez kötött internet szolgáltatást.

Elenyésző szerepe van ebben a szegmensben a helyhez kötött telefonnak: az egy helyhez kötött szolgáltatást használó háztartások mindössze 2%-ánál van kizárólag helyhez kötött telefon.

Az elmúlt évhez képest kis mértékben változtak a háztartások telekommunikációs költségei

Egy háztartásra jutó átlagos bruttó havi költés (Ft)



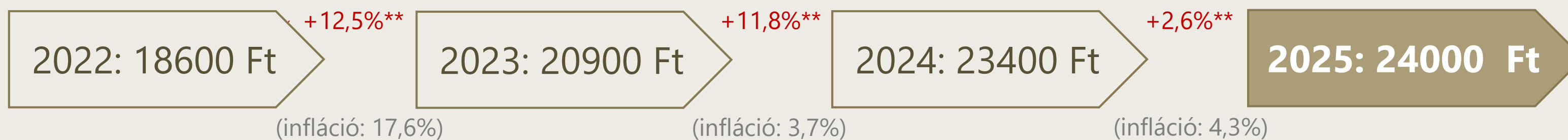
Bázis: az adott szolgáltatásra előfizető háztartások

*A háztartások mobilszámláinak átlaga, a mobilhang mellett az SSC mobilinternet-költséggel együtt.

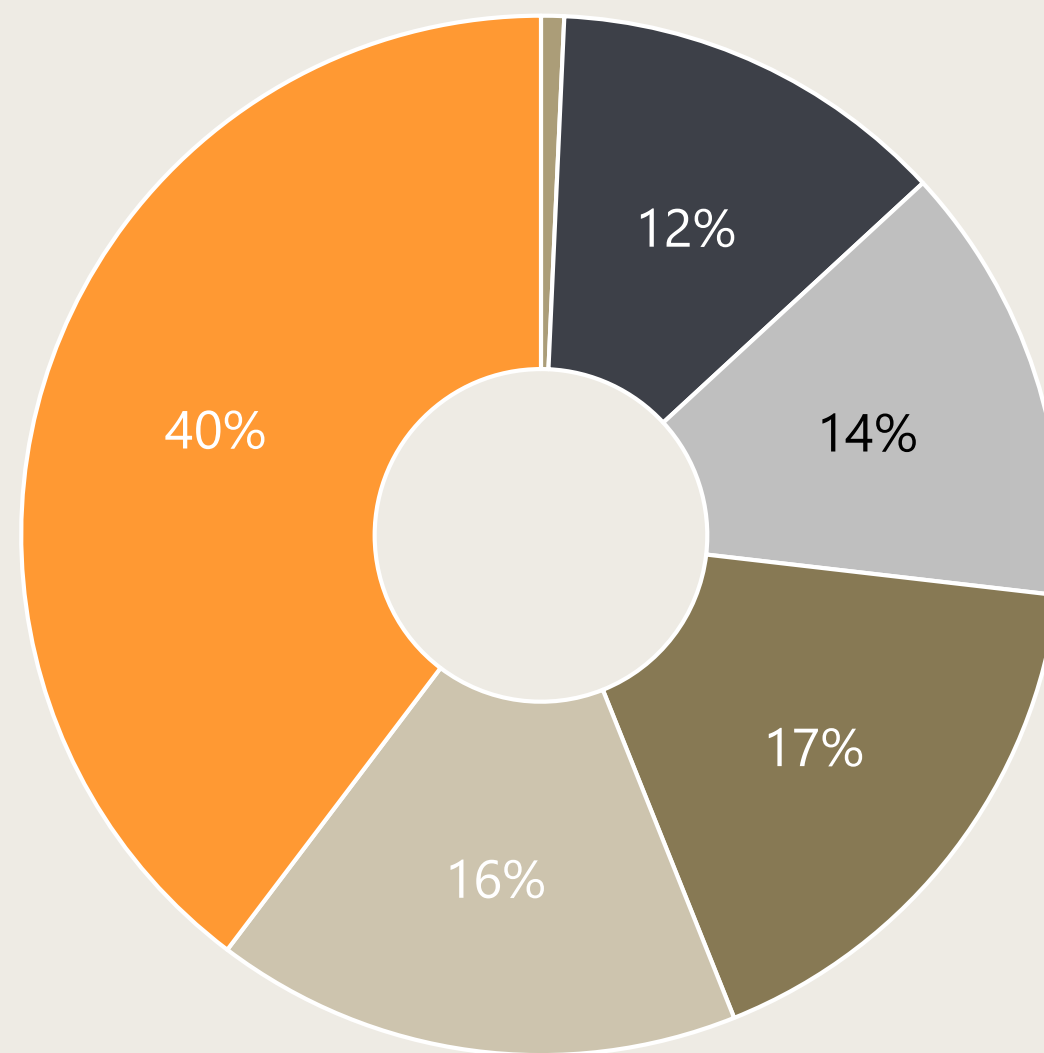
**Az alacsony elemszámok miatt a szokásosnál nagyobb kilengések lehetnek az átlagokban.

Tízből négy háztartás 25000 Ft-nál többet költ havonta telekommunikációra

A háztartások havi telekommunikációs összköltsége*



- nincs szolgáltatása
- 10.000 Ft alatt
- 10.000-14.999 Ft között
- 15.000-19.999 Ft között
- 20.000-24.999 Ft között
- 25.000 Ft vagy több



Magas költségű háztartások

- aktív korúak gyerekekkel
- a háztartásfő érettségizett vagy diplomás
- 4 vagy több fő a háztartás
- városi kertesi házban, lakóparkban élnek
- nagyvárosiak

Alacsony költségű háztartások

- egy- vagy többszemélyes idős háztartás
- háztartásfő alacsony iskolázottságú
- háztartásfő nem aktív
- alacsony jövedelmű
- kis településen élők

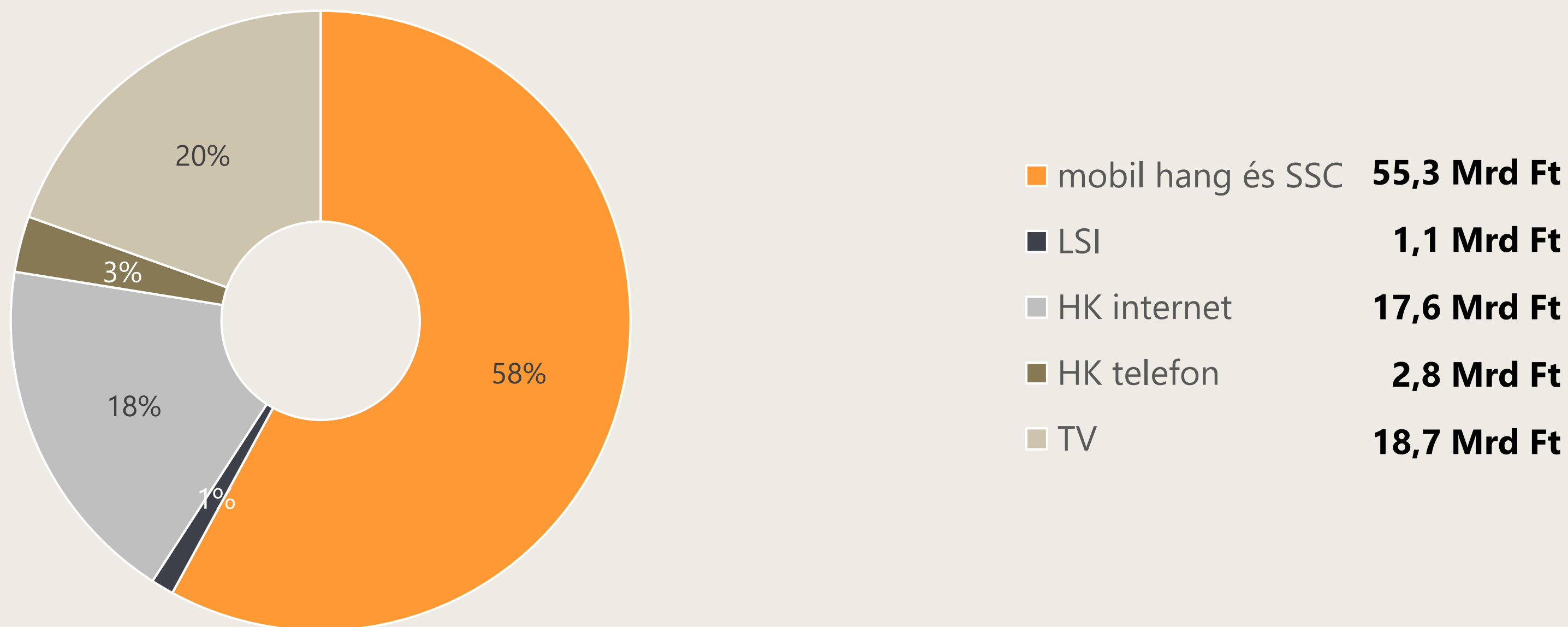
*Az összeg nem tartalmazza a streaming és online TV, valamint a mobilvásárlások és készüléktörlesztések költségeit.

** A szolgáltatók a naptári évet megelőző év inflációját érvényesíthetik árakban.

A háztartások a legtöbbet a mobil kommunikációra – hang/sms-re, valamint Ssc- internetre - költik

A háztartások havi telekommunikációs költsége*
95,5 Mrd Ft

A háztartások telekommunikációs költségeinek összetétele – bruttó havi költség alapján*

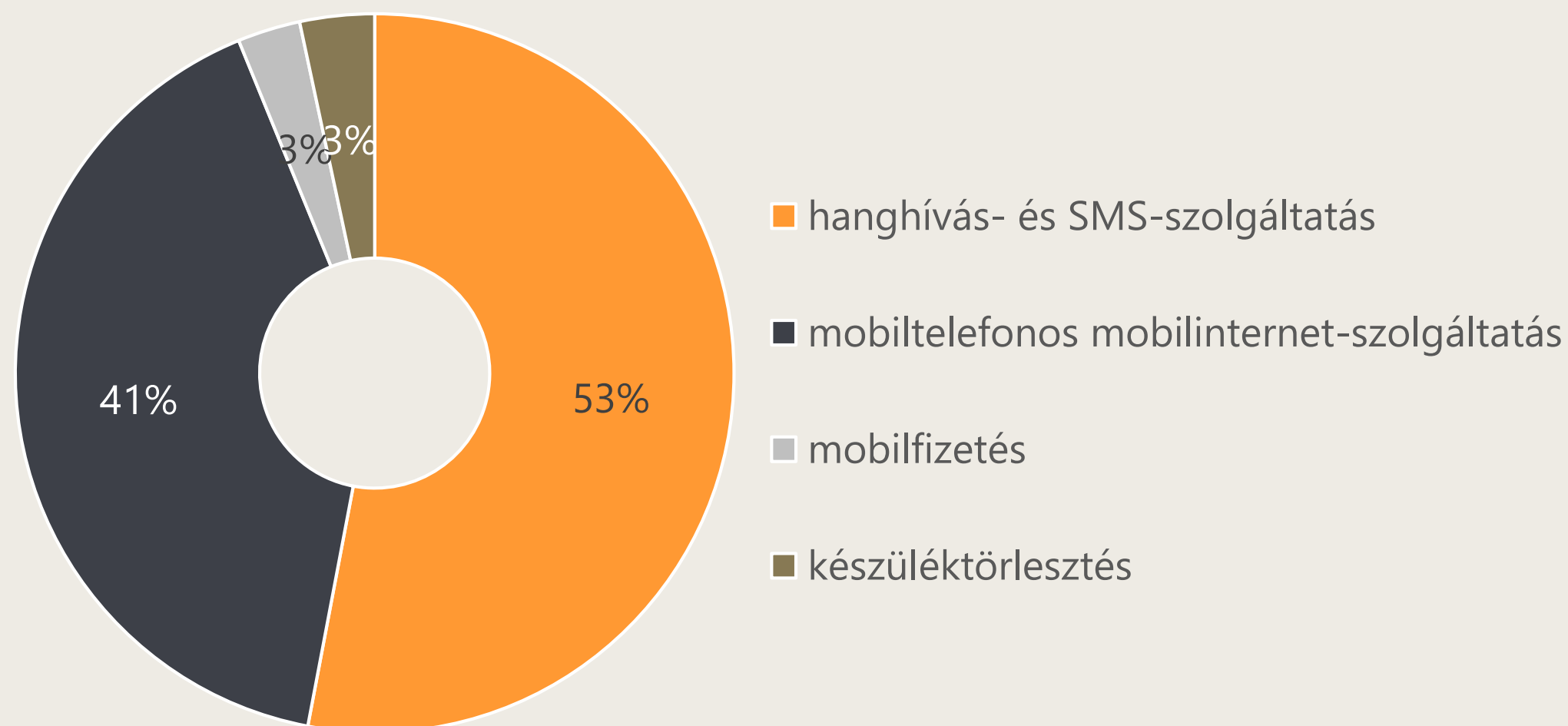


*Az összeg **nem tartalmazza** a streaming és online TV, valamint a mobilvásárlások és készüléktörlesztések költségeit.

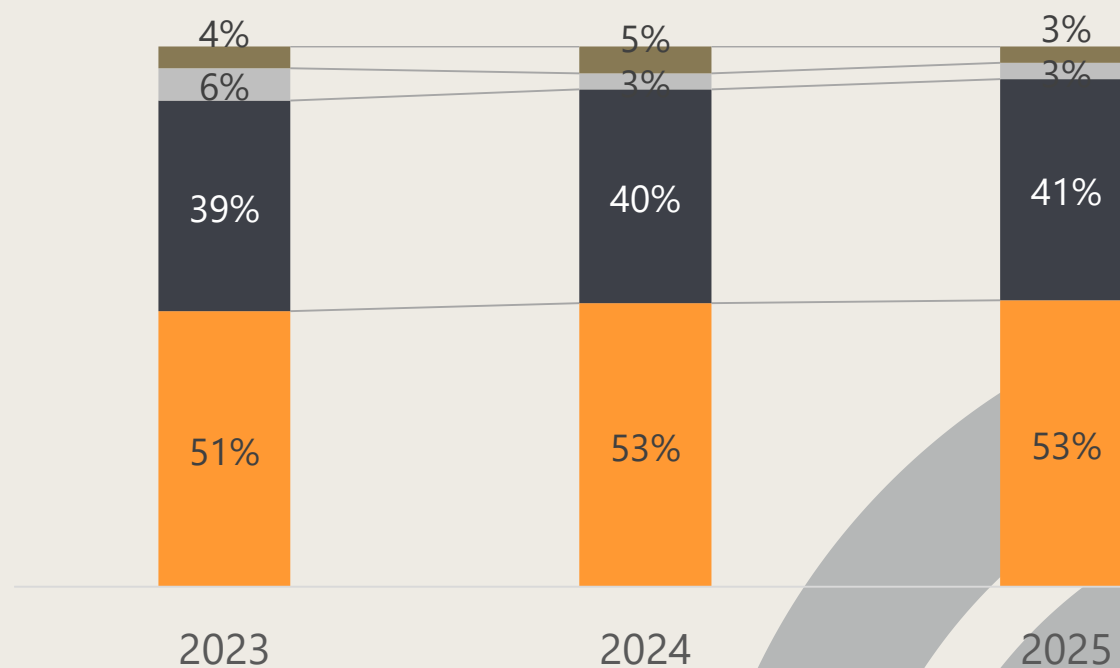
A mobilköltségek legnagyobb hányadát továbbra is a hang- és sms-szolgáltatás költségei teszik ki

A háztartások havi mobil költsége 2025-ben**
59,0 Mrd Ft

A háztartások mobil költségeinek összetétele – bruttó havi költség alapján*



Az összetétel időszora



*Az érték a megkérdezettek becslésein alapul, és nem tartalmazza a nagyképernyős mobilinternetet

** Az összeg **tartalmazza** a mobilvásárlások és készüléktörlesztések költségeit.

A háztartások havi telekommunikációs összköltsége 2025-re 24000 Ft-ra emelkedett.

A növekedési ütem a korábbi két év kétszámjegyű bővülése után (12,5% és 11,8%) 2025-re 2,6%-ra mérséklődött, ami a csökkenő inflációból, és a nagy telekommunikációs szolgáltatók önként vállalt árkorlátozásából fakadhat (tekintettel arra, hogy a forgalmi adatok és az előfizetői számok nem nőttek érdemben).

Jelenleg tízből négy háztartás költ havonta 25000 Ft-nál többet ezekre a szolgáltatásokra.

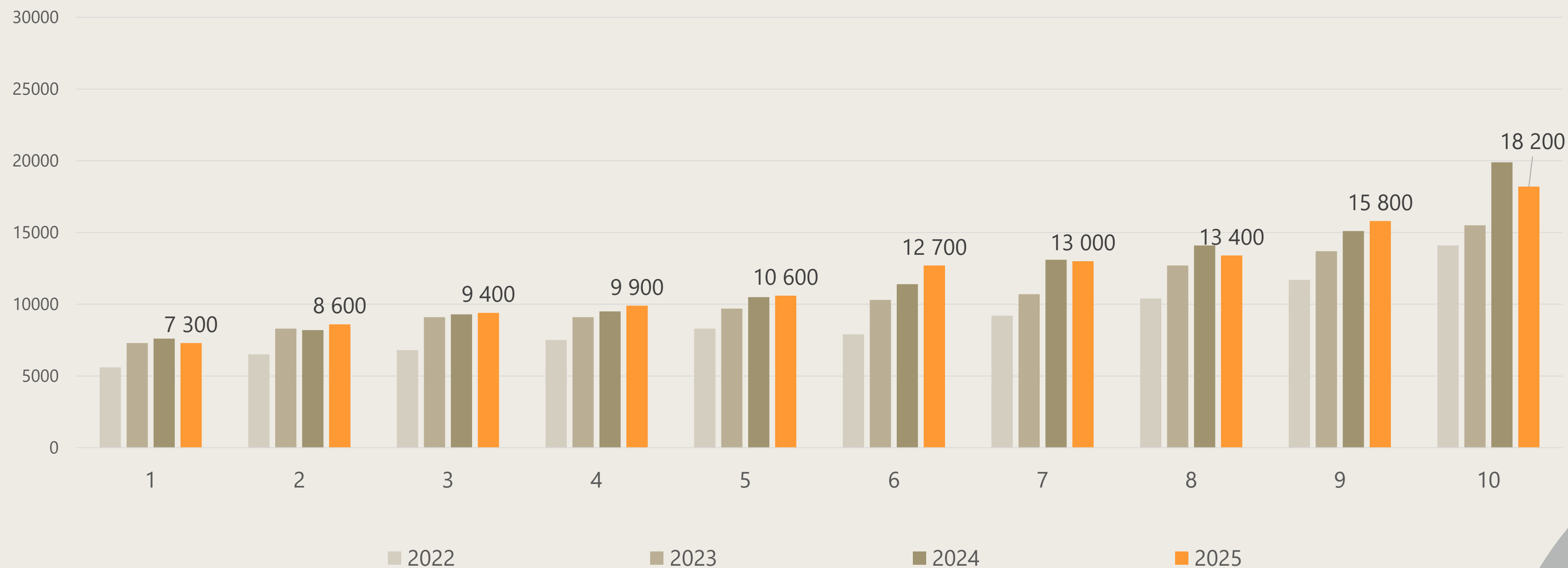
A havi kiadások legnagyobb hányadát a mobiltelefon-szolgáltatások teszik ki, háztartásonként átlagosan 14600 Ft-tal. Ezzel szemben a vezetékes internetre 5700 Ft-ot, a fizetős televízióra 5460 Ft-ot, míg a vezetékes telefonra csupán 2470 Ft-ot fordítanak átlagosan az adott szolgáltatást igénybe vevő hazai háztartások.

A teljes piaci, havi 95 milliárd Ft-ot meghaladó összkiadás 58%-át a mobil hang- és kisképernyős internet-szolgáltatások generálják, ahol a mobilköltségek belső szerkezetében továbbra is a hanghívások és SMS-szolgáltatások 53%-os részaránya a legnagyobb.

A mobil szegmensre vetített összköltség megközelítette a havi 60 milliárd Ft-ot; ezen belül a hang- és SMS-szolgáltatás meghaladja a 30 milliárd Ft-ot, a kisképernyős mobilinternet pedig 2025-ben megközelíti a 25 milliárd Ft-ot.

A jövedelmi osztályok többségében nem változtak jelentősen a költségek

A háztartások egy főre jutó havi telekommunikációs összköltsége* (Ft) a háztartás egy főre jutó jövedelme szerint (decilisek)

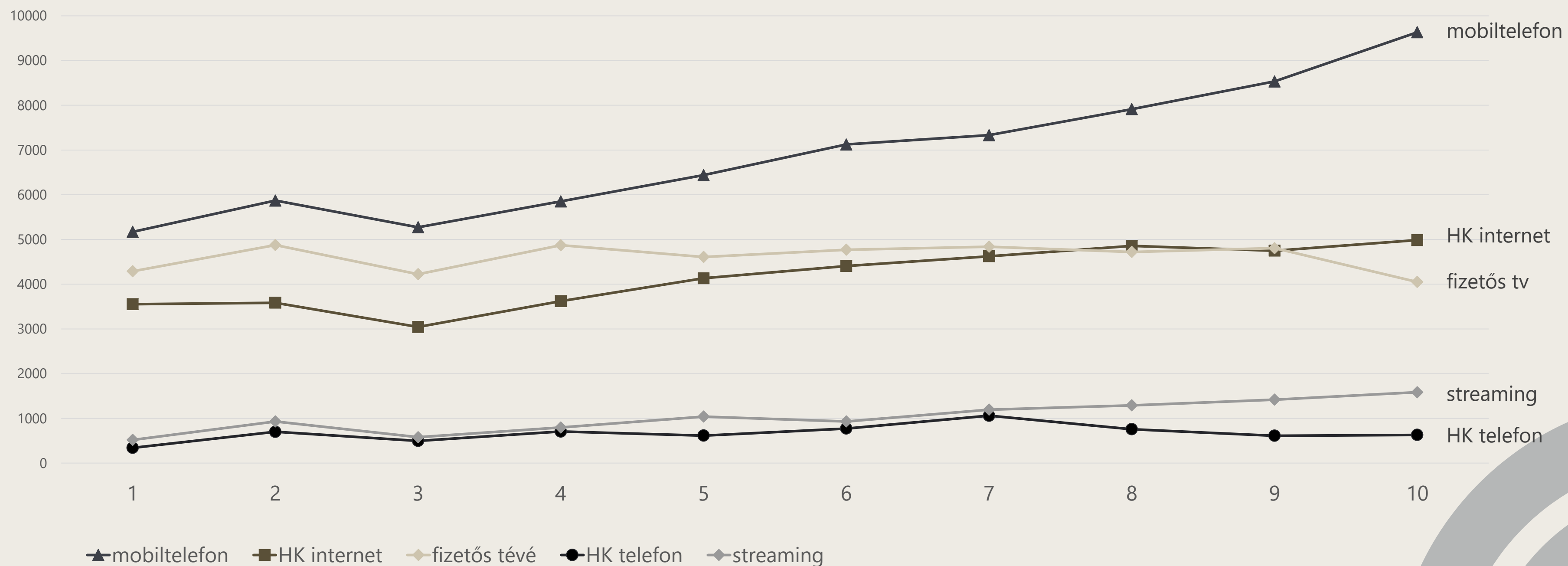


*Hk telefon + hk internet + fizetős tv + Isi + mobil költség készülékrészlet és mobilvásárlás nélkül

Bázis: összes háztartás (N=4,009 millió HT, n=3020)

A mobiltelefon-költségekben jelentősek a jövedelmi osztályok közti különbségek

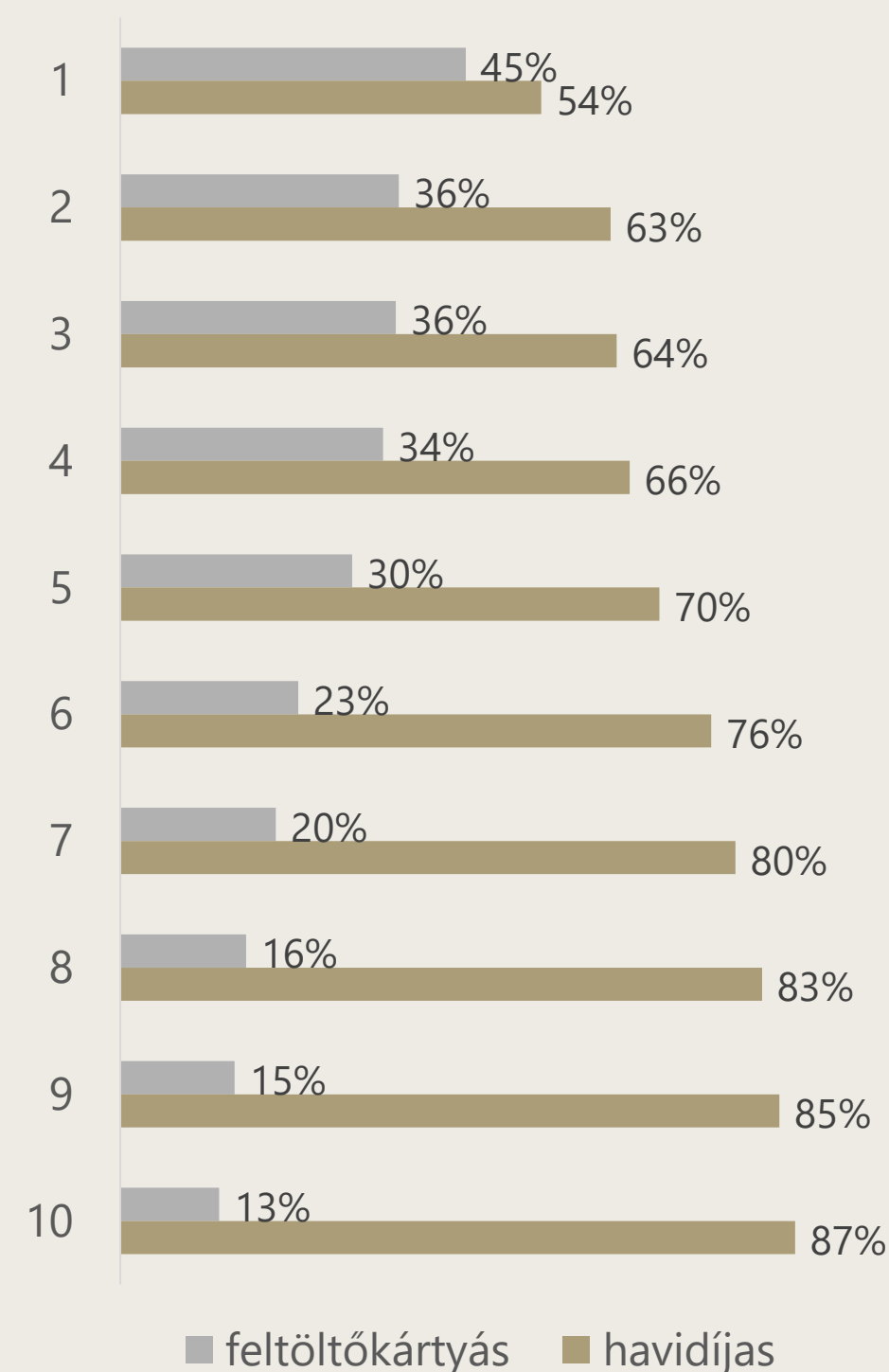
Az egyes szolgáltatásokra előfizető háztartások havi költsége szolgáltatásonként az egy főre jutó jövedelem szerint (decilisek) – az összes háztartás bázisán



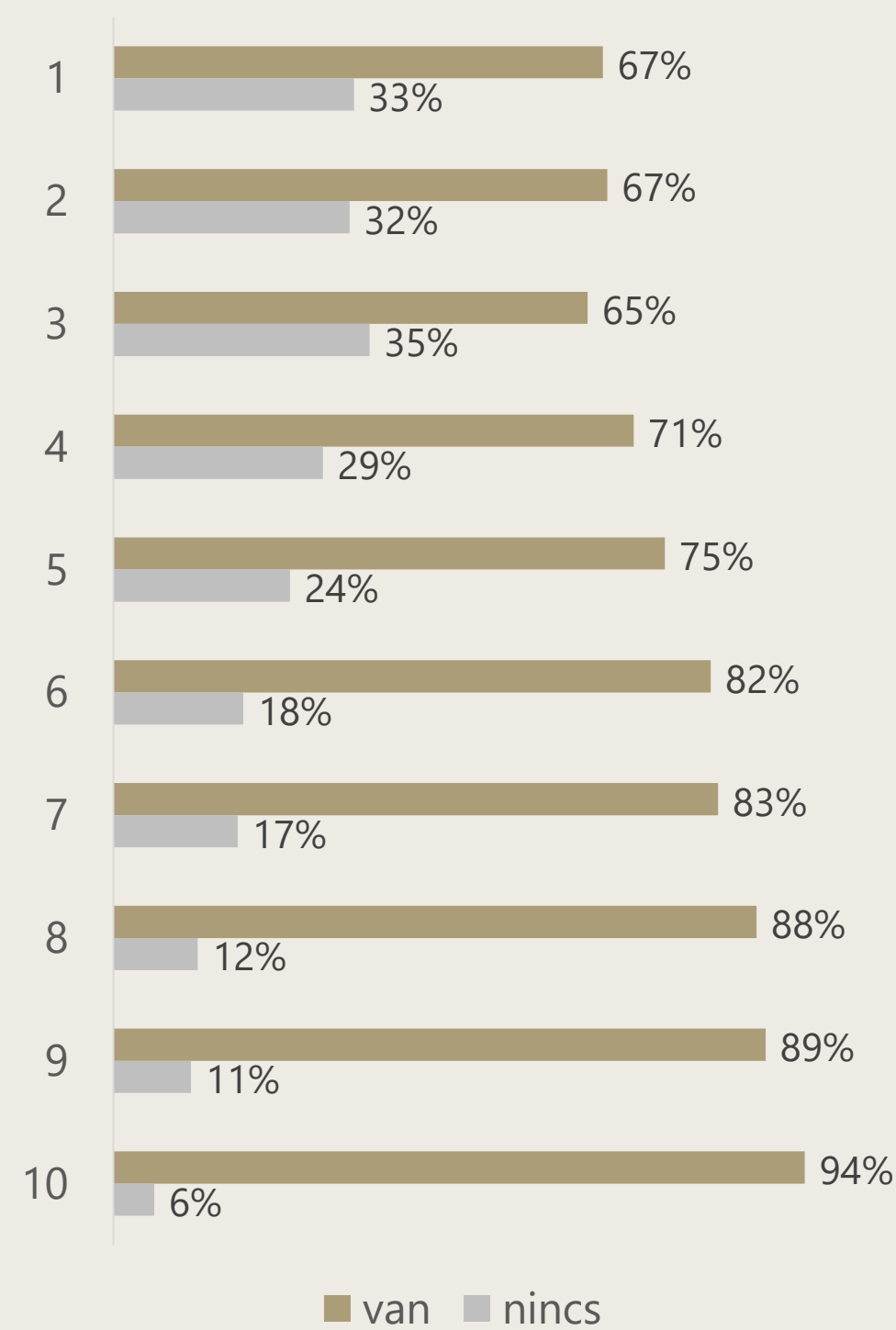
A magasabb jövedelmi osztályokban lényegesen több a számlás előfizetés, illetve az Ssc-mobilinternetet is tartalmazó díjcsomag

A háztartástagok mobilelőfizetéseinek jellemzői az egy főre jutó jövedelem szerint (decilisek)

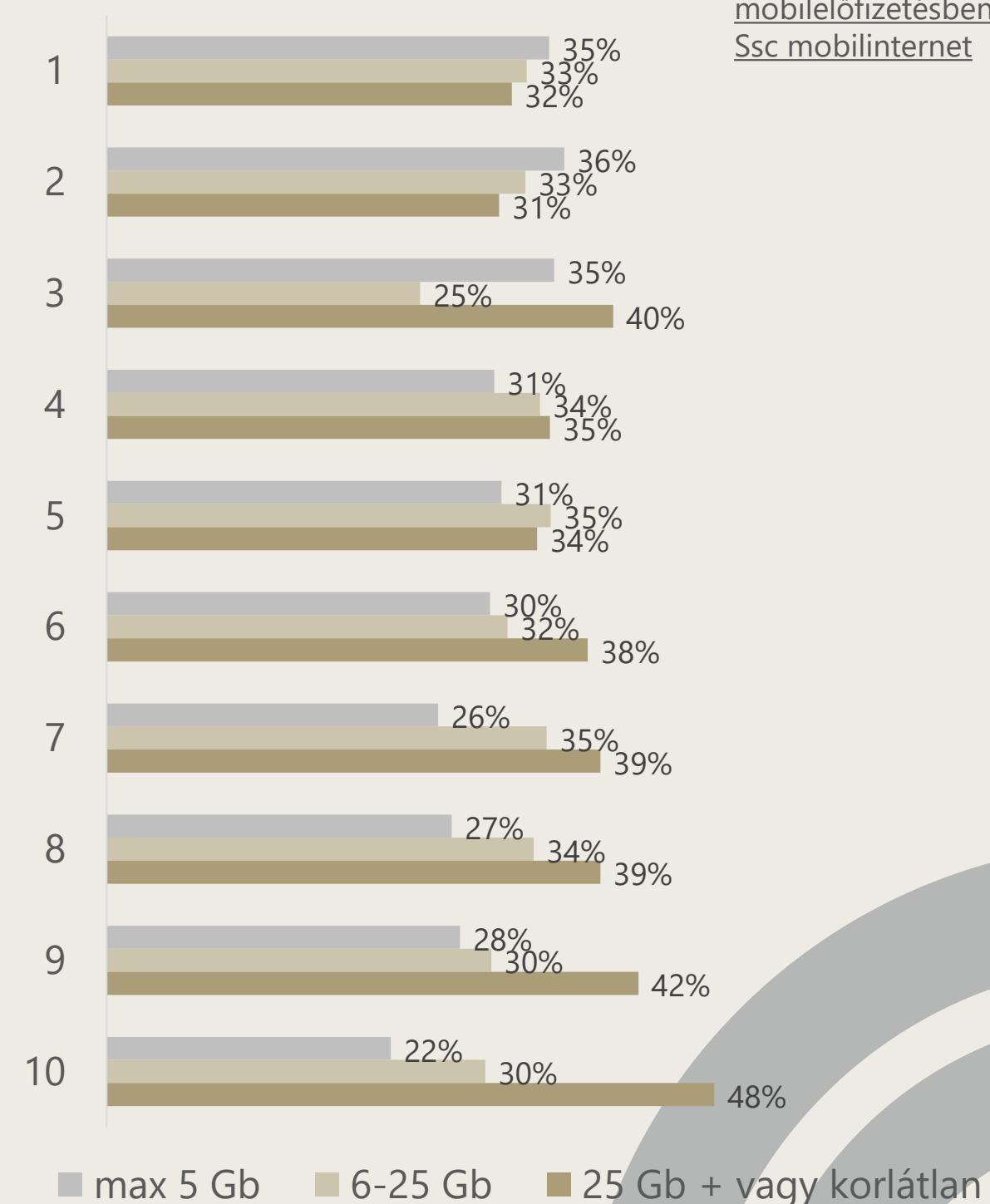
Az előfizetés típusa



Ssc mobilinternet



Adatforgalmi keret



B: ahol van a
mobilelőfizetésben
Ssc mobilinternet

A 2025-ös adatok alapján a távközlési kiadások differenciáltsága elsősorban a mobilkommunikációs szektorban jelentkezik.

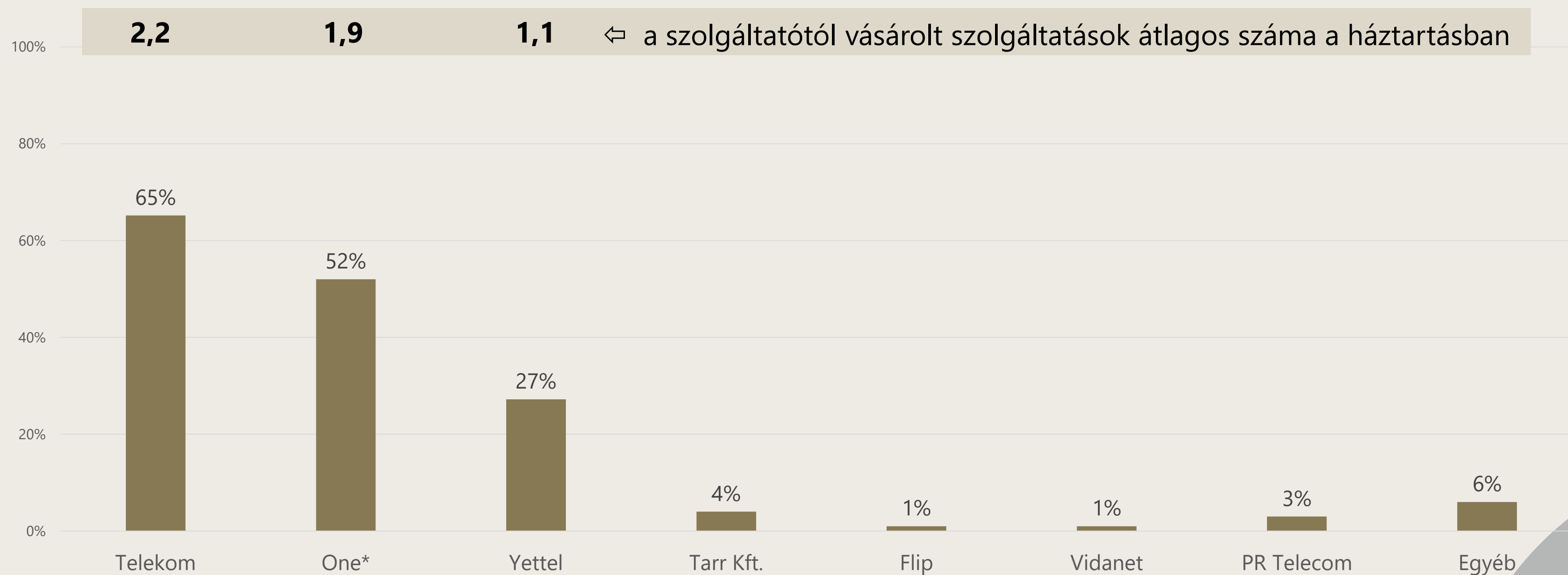
Míg az alapvető otthoni szolgáltatások mint a helyhez kötött internet és a fizetős televízió költési szintje szinte teljesen független a háztartások anyagi helyzetétől – az internetköltségek az összes decilisben stabilan 5500 és 6000 Ft között, a televíziós kiadások pedig 5000 és 5700 Ft között mozognak –, addig a mobiltelefon-szolgáltatásokra fordított összegek a jövedelem emelkedésével párhuzamosan jelentősen növekednek. A legalsó jövedelmi tized (1. decilis) 5783 Ft-os átlagos mobilköltésével szemben a legfelső réteg (10. decilis) már 10113 Ft-ot fordít erre a célra, ami közel kétszeres különbséget jelent. A magasabb jövedelmi osztályokban lényegesen több számlás előfizetést (az alsó jövedelmi decilisben 54%, a legmagasabb decilisben 87% a számlás előfizetés), illetve Ssc-mobilinternetet is tartalmazó díjcsomagot találunk (az alsó jövedelmi decilisben az előfizetések 67%-a, a legmagasabb decilisben 94%-a tartalmaz Ssc-mobilinternetet).

A vezetékes telefon esetében szintén megfigyelhető egy mérsékelt növekedési trend, ahol a legmódosabb háztartások 2767 Ft-os havi átlagos kiadása érdemben meghaladja az első decilis 2043 Ft-os átlagos ráfordítását.

Az előzőek jól mutatják, hogy a jövedelmi különbségek nem az alapvető otthoni telekommunikációs infrastruktúra fenntartásában, hanem a mobilitáshoz kapcsolódó, rugalmasabb és magasabb hozzáadott értékű szolgáltatások igénybevételében realizálódnak.

A Telekom van jelen a legtöbb háztartásban, de jelentős szereplővé vált a One márká is

A háztartások telekommunikációs szolgáltatói kapcsolatai* - 2025

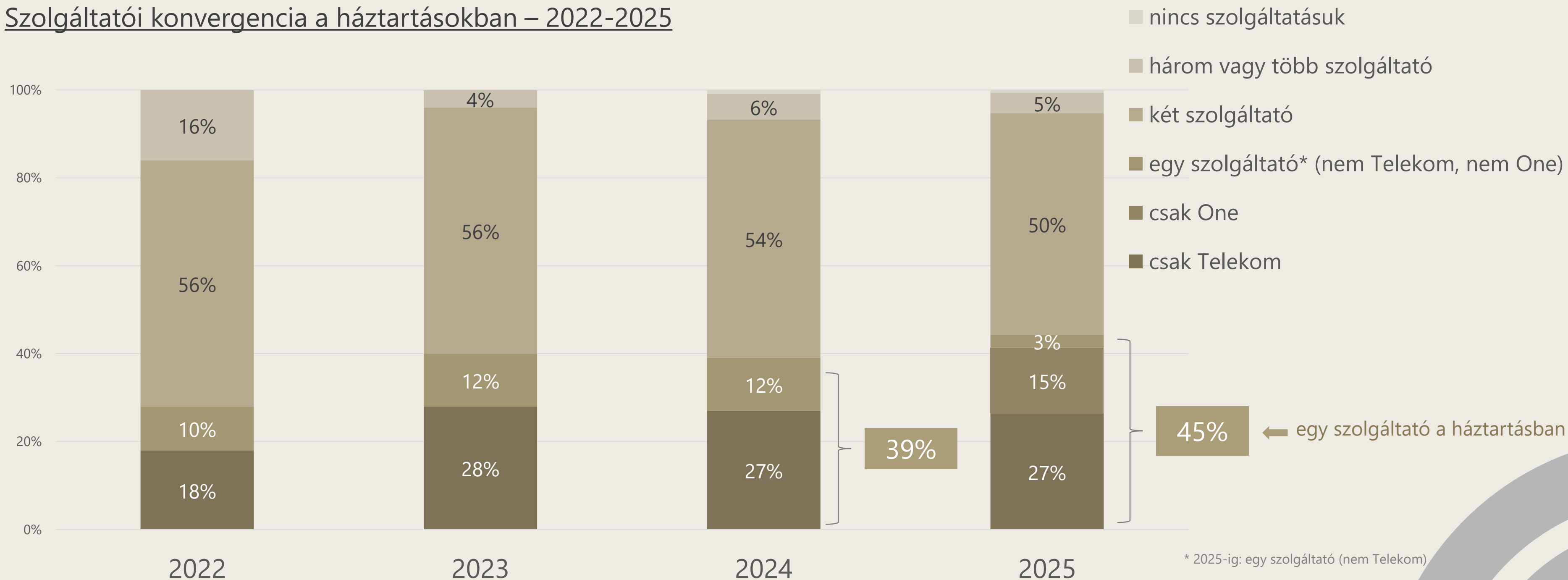


* Csak a helyhez kötött szolgáltatások (tv, internet, telefon) és mobilszolgáltatások (hang+ssc, lsi). Streaming és online TV nélkül.

Bázis: összes háztartás (N=4,009 millió HT, n=3020)

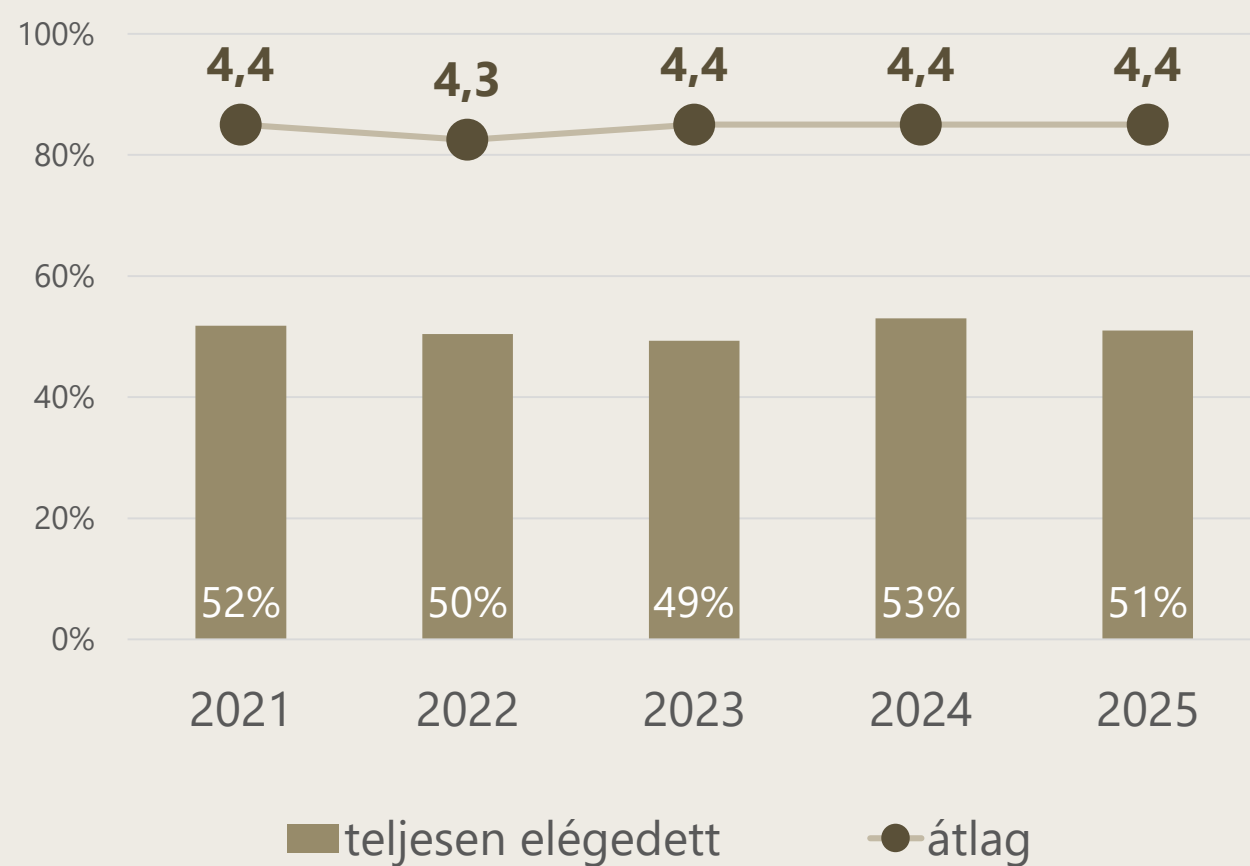
A One márka létrejöttével növekedett a szolgáltatói koncentráció

Szolgáltatói konvergencia a háztartásokban – 2022-2025

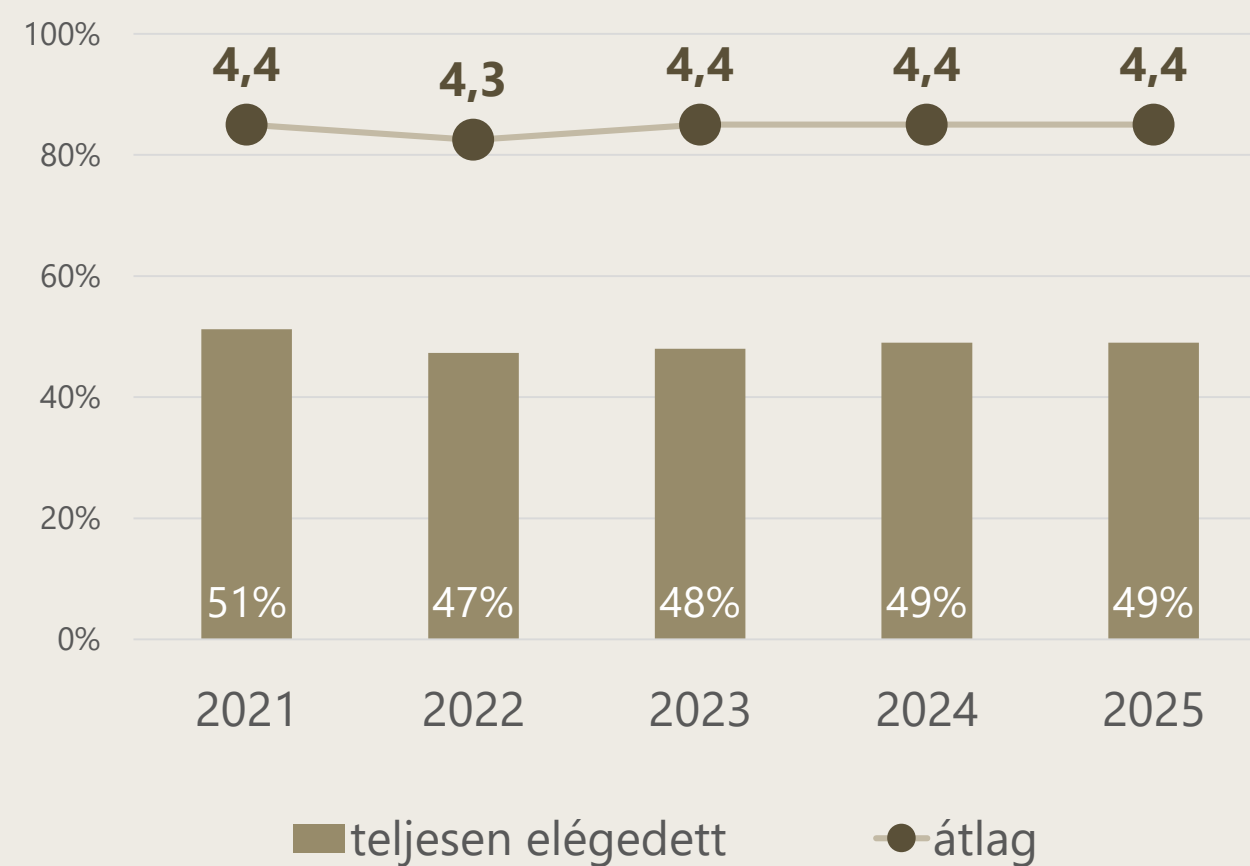


Összelégedettség (5-ös skálán)...

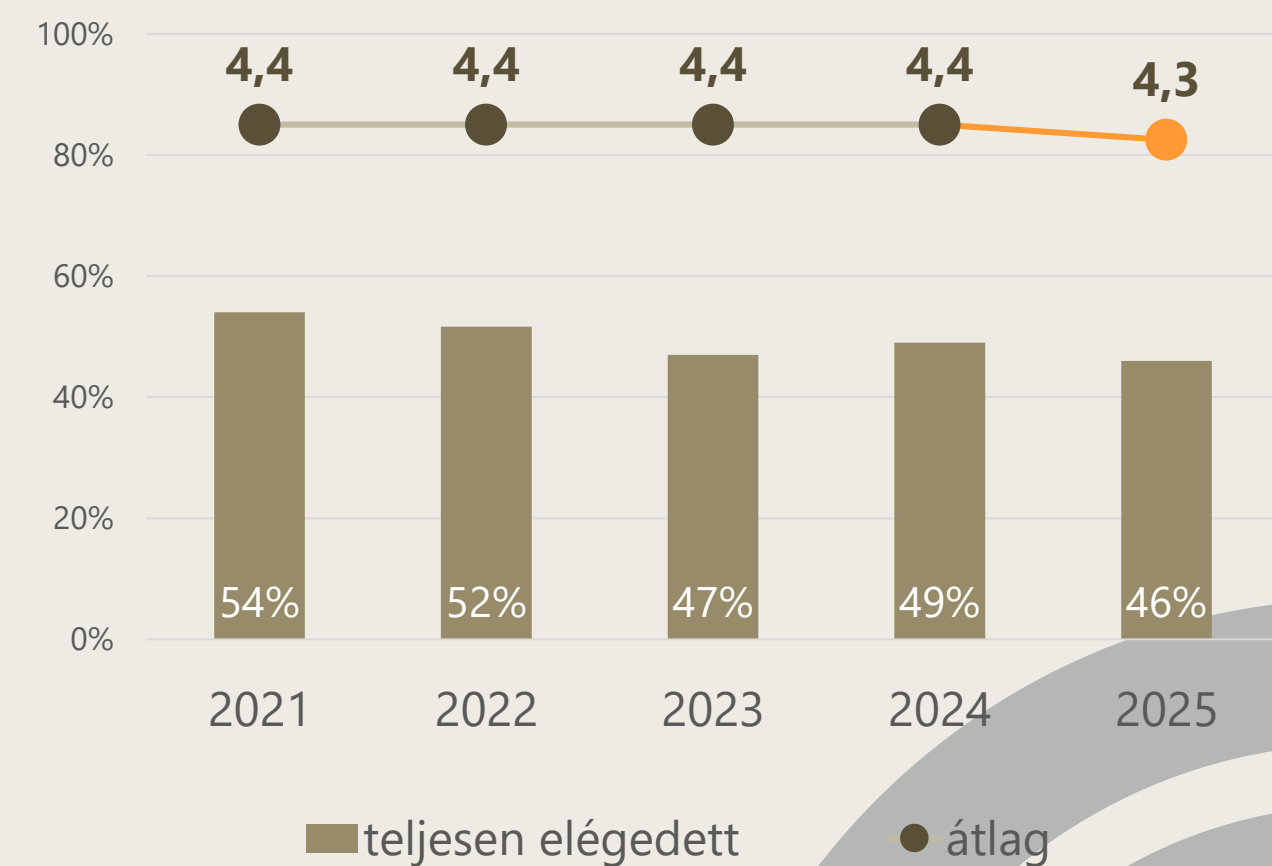
a fizetős tv szolgáltatással



a helyhez kötött internettel



az Ssc-internettel



2025-ben a magyar háztartások telekommunikációs piacát továbbra is a Telekom uralja, a háztartások 65%-ban jelen van a szolgáltató. De a One márka létrejöttével a többi piaci szereplő körében jelentős változások történtek. A One a piac második szereplőjévé vált 52%-os jelenléttel, miközben a Digi eltűnt a piacról. A Yettel a háztartások 27%-ban van jelen a portfóliójából adódóan jellemzően valamilyen mobil szolgáltatással.

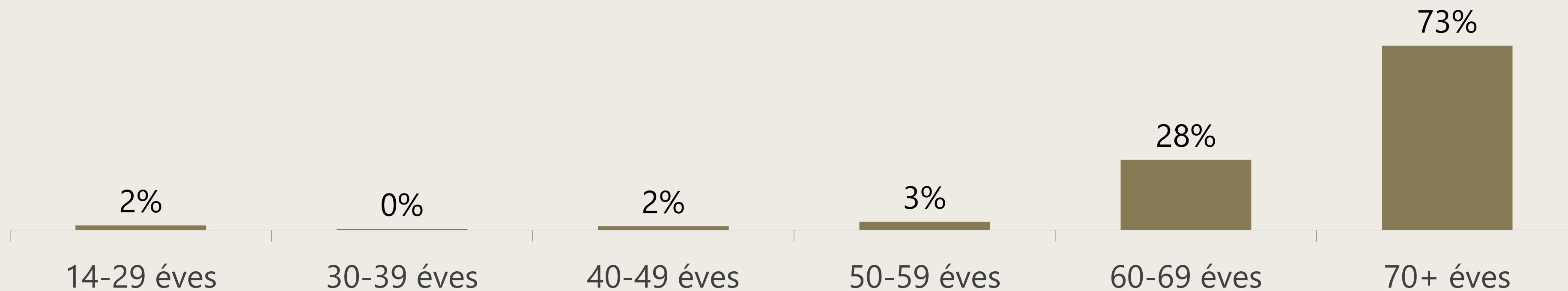
Az adott szolgáltatótól vásárolt szolgáltatások száma a Telekomnál a legmagasabb (átlagosan 2,2 szolgáltatástípus/háztartás), ezt követi a One (1,9) és a Yettel (1,1), ami a nagy szereplők csomagajánlatainak és konvergens portfóliójának erősödésére utal.

Az elmúlt évekhez képest (2022–2024) mérséklődött a több szolgáltatóhoz kötődő háztartások aránya, és ezzel párhuzamosan nőtt az egy szolgáltató által kiszolgált háztartások részesedése, ami a csomagajánlatok, kedvezmények és márkakonzentráció irányába mutat. A One létrejötte összességében erősítette a piac koncentrációját: a háztartások egyre kevesebb, de komplexebb szolgáltatói kapcsolattal rendelkeznek, ami a szolgáltatói konvergencia előrehaladását jelzi a magyar piacon.

A szolgáltatói konvergencia erősödését mutatja, hogy a One márka megjelenésével nőtt a szolgáltatói koncentráció: csökkent a három vagy több szolgáltatótól vásárló háztartások aránya, miközben erősödött az egy- vagy két szolgáltatós jelenlét. 2025-ben a háztartások közel fele (45%) egyetlen szolgáltatótól veszi a telekommunikációs szolgáltatásait (2022-ben ez még csak 28% volt) - ezen belül csak a Telekomtól 27%, csak a One-tól 15%, egyéb szereplőtől 3% vásárol szolgáltatást. Közben a két szolgáltatóval rendelkező háztartások aránya 27%, a három vagy több szolgáltatót igénybe vevők aránya pedig mindössze 5%.

A 70 év felettek továbbra sem zárkóztak fel az internethasználatban

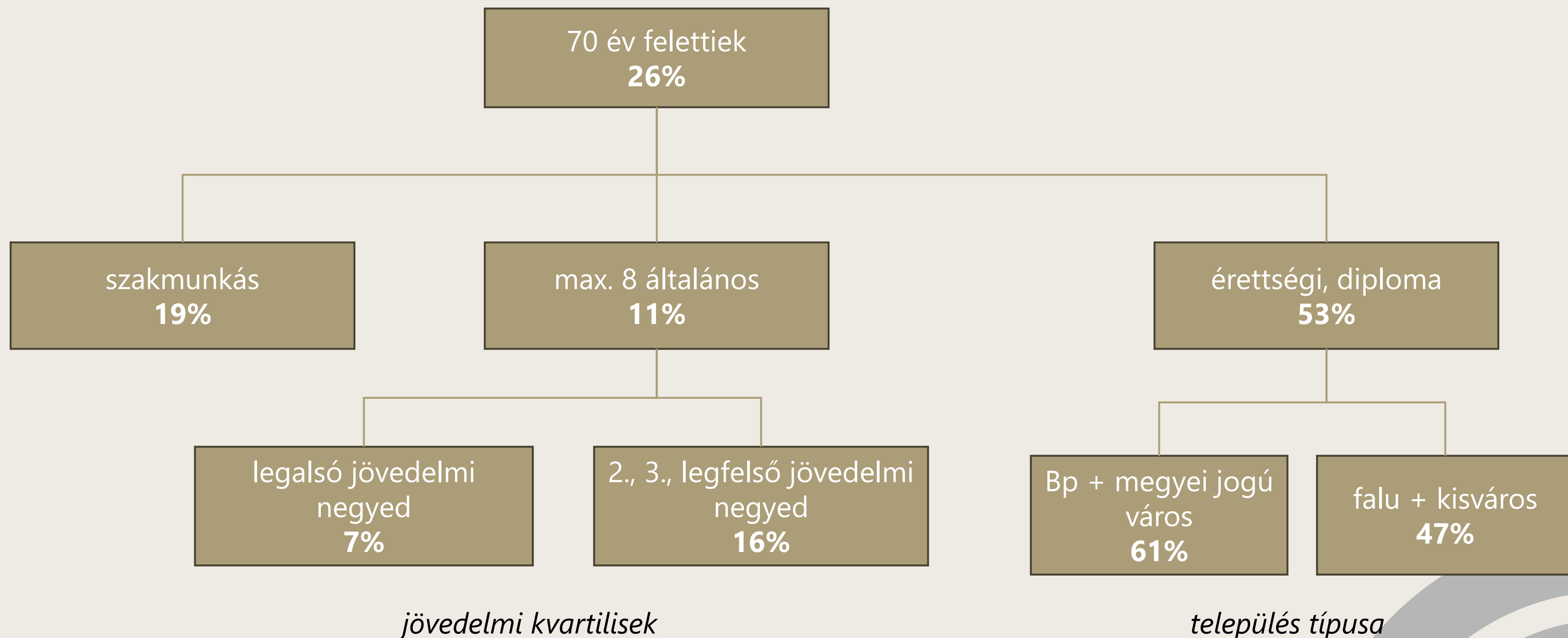
A nethasználatból kimaradók aránya



A 70 év felettek között is erősen befolyásolja az internethasználatot az iskolázottság, a lakóhely és az anyagi helyzet

internetezők aránya az adott csoportban

iskolázottság ->



Az internethasználat CHAID-modelljének 70 év felettek internethasználatát magyarázó ága

A legidősebb korosztályban továbbra sincs jelentős felzárkózás az internethasználatban, a digitális szakadék a 70 felettek körében a legmélyebb.

A 70 év felettek háromnegyede (73%) nem használja az internetet. Jelentősen árnyalja ebben a korosztályban (is) a képet az iskolai végzettség és a jövedelmi helyzet. Míg a magas iskolázottságúak (érettségizett vagy diplomás) több, mint fele (53%) aktív internethasználó, a szakmunkás végzettségűeknél 19% ez az arány. A legalacsonyabb iskolai végzettséggel rendelkező 70 év felettek 11%-a használja az internetet. Ebben a legalsó végzettségi szegmensben a vagyoni helyzet válik a legfőbb választóvonallá: a legrosszabb anyagi körülmények között élő, alsó jövedelmi kvartilisbe tartozók mindössze 7%-a internetezik míg a kedvezőbb jövedelmű (2., 3. és legmagasabb jövedelmi kvartilis) kortársaik körében ez az arány már 16%.

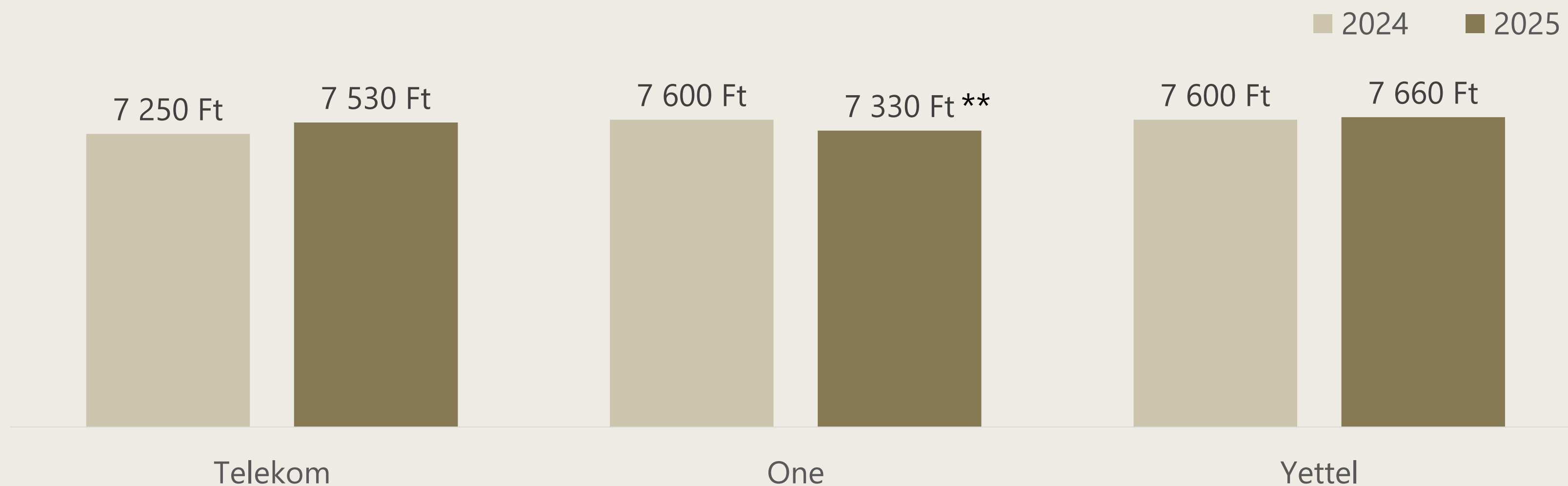
Hasonlóan éles polarizáció figyelhető meg a 60–69 éves korosztályban is, ahol a társadalmi státusz drasztikusan meghatározza a digitális esélyeket. Az alacsony iskolázottságú és rossz anyagi helyzetű szegmensben az internetből kimaradók aránya eléri a 67%-ot, ami éles ellentétben áll a magas iskolázottságú és jó anyagi helyzetben lévő 60–69 évesekkel, akiknek 93%-a internethasználó.

A 30–39 évesek, az érettségizettek vagy diplomások csoportjában gyakorlatilag 100%-os az internethasználat, nincs kimaradó, mindenki online van.

Mobiltelefon

A One szolgáltató ügyfelei fizetnek legkevesebbet havi szinten a mobiljukért

Az átlagos mobil költség (hang és Ssc-szolgáltatás) – hó/SIM*

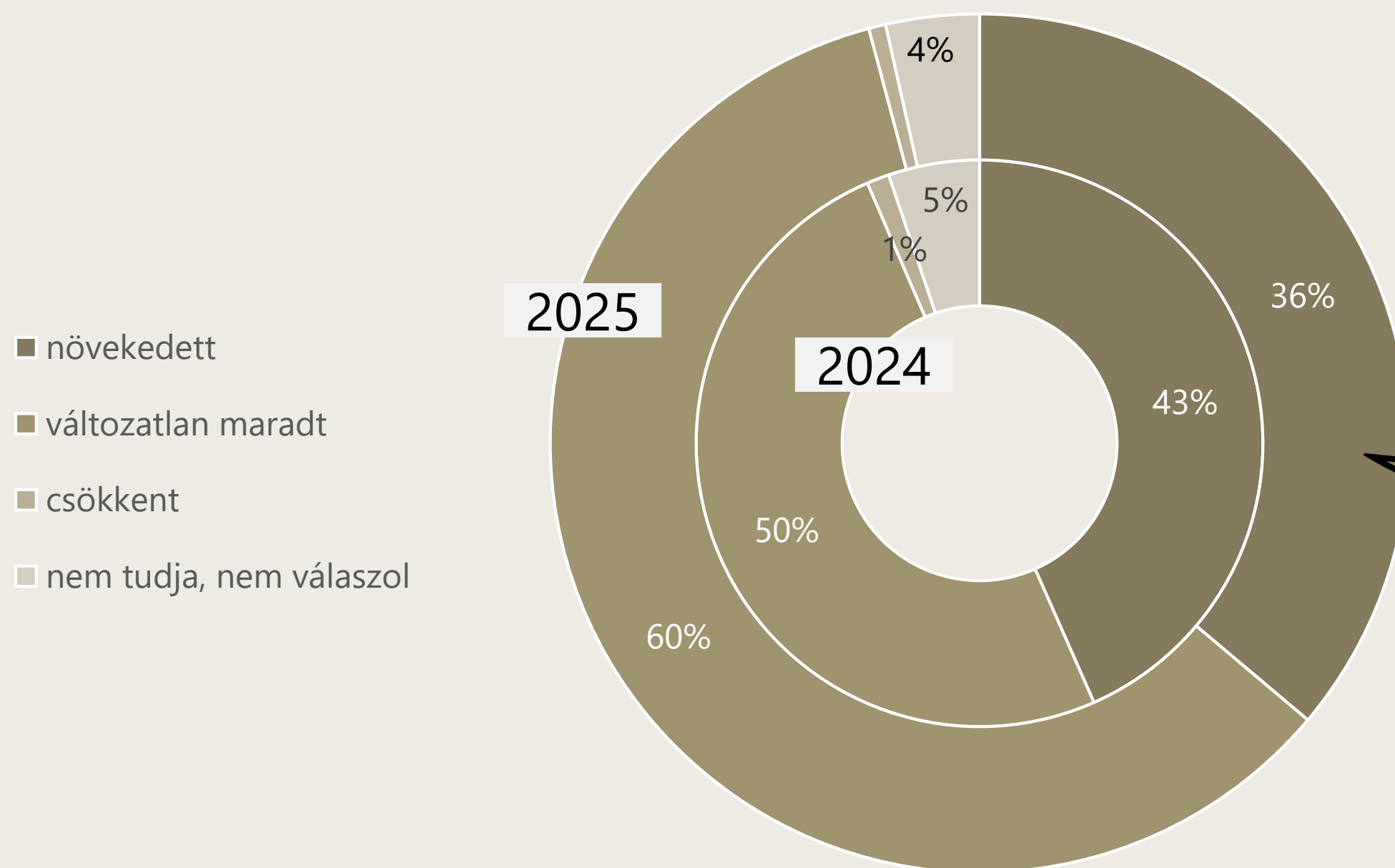


* Az összeg nem tartalmazza a mobilvásárlások és készülék-vásárlás törlesztésének költségeit.

** a Vodafone 2024-es adata szerepel az összehasonlításban.

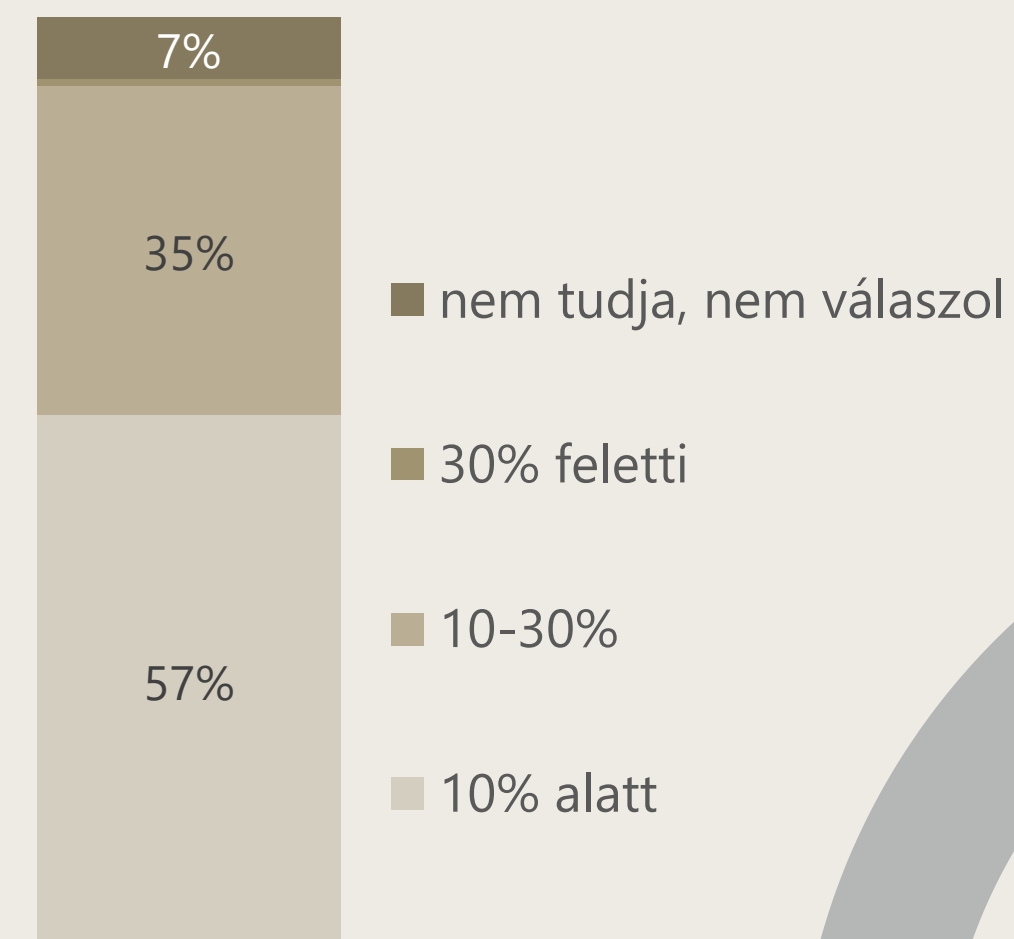
Az elmúlt évhez képest kevesebben, de még mindig sokan érzékeltek áremelkedést a mobil szolgáltatásaiknál

Árpercepció – mobil szolgáltatások



Bázis: ahol van mobil szolgáltatás (3,790 millió HT, n=2855)

Az érzékelt áremelés mértéke



Bázis: ahol áremelkedést érzékeltek (1,393 millió HT, n=995)

2025-ben az átlagos egy SIM kártyára jutó havi költség meghaladta a 7500 Ft-ot, ami a 2024-es 7450 Ft-os szinthez képest nem jelent lényeges változást.

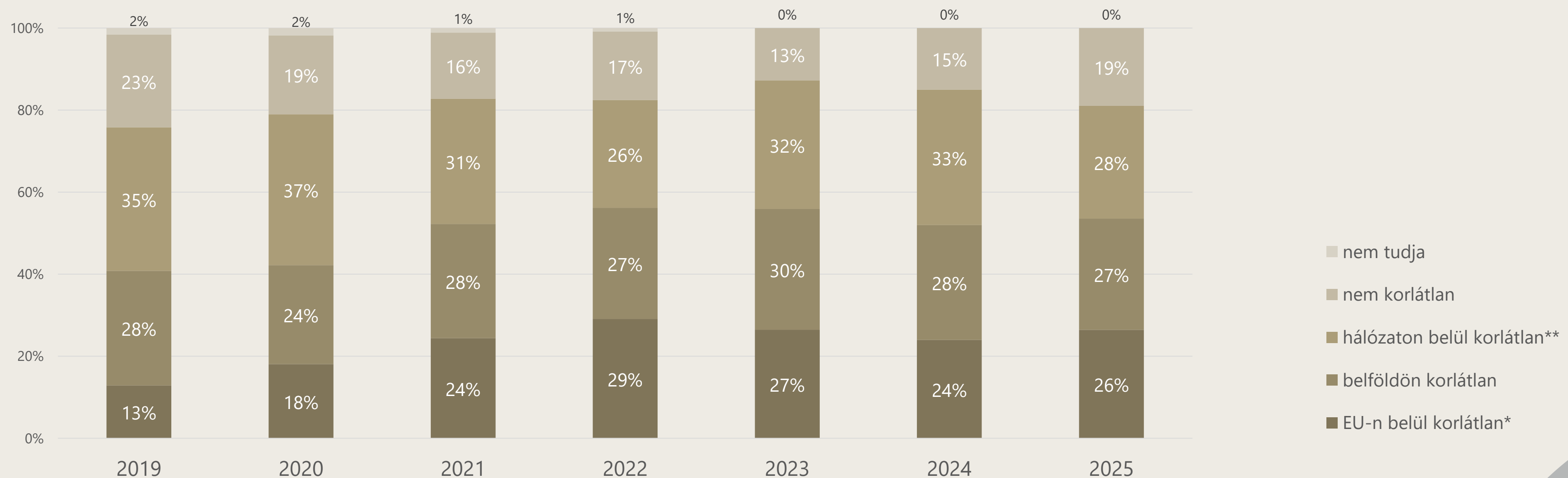
Márkánként nézve 2025-ben a Telekom 7530 Ft, a One 7330 Ft, a Yettel 7660 Ft, a „más szolgáltató” pedig közel 6000 Ft körüli havi költséssel szerepel. A Telekom és a Yettel ügyfelek költsége nem változott lényegesen 2024-hez képest, a One esetében a 2024-es Vodafone adatokkal való összevetésben lényeges csökkenést láthatunk. Ennek magyarázata a Vodafone és Digi közös márkába vonása lehet, ahol a portfólió egyesítésével a Digi alacsonyabb árszínvonala kis mértékben lefelé mozdította az átlagos költsést.

2025-ben a háztartások nagy hányada továbbra is áremelkedést érzékelt a mobil szolgáltatásoknál, de az áremelkedést érzékelők aránya a 2024-es 43%-ról 2025-ben 36%-ra csökkent, miközben a „változatlan árat” érzékelők aránya a 2024-es 50%-ról 2025-ben 60%-ra emelkedett.

Az érzékelt áremelés mértékét 2025-ben a válaszadók valamivel több mint a fele (57%) a 10% alatti sávba becsülte, ami arra utal, hogy a nagy, sokkoló áremelések helyett inkább mérsékeltebb, de folyamatos lassú, kismértékű költségnövekedés jellemzi a piacot.

Emelkedett a korlátos hangcsomagok aránya

A postpaid mobil díjcsomagok hangszolgáltatás-tartalmának alakulása 2019-2025-ig



*Az adatok a válaszadók besorolásán alapulnak. Az „EU-n belül korlátlan” kategóriánál feltételezzük, hogy a válaszadók egy része az EU-n belüli roamingra gondol, és nem az EU-s számok korlátlan hívására

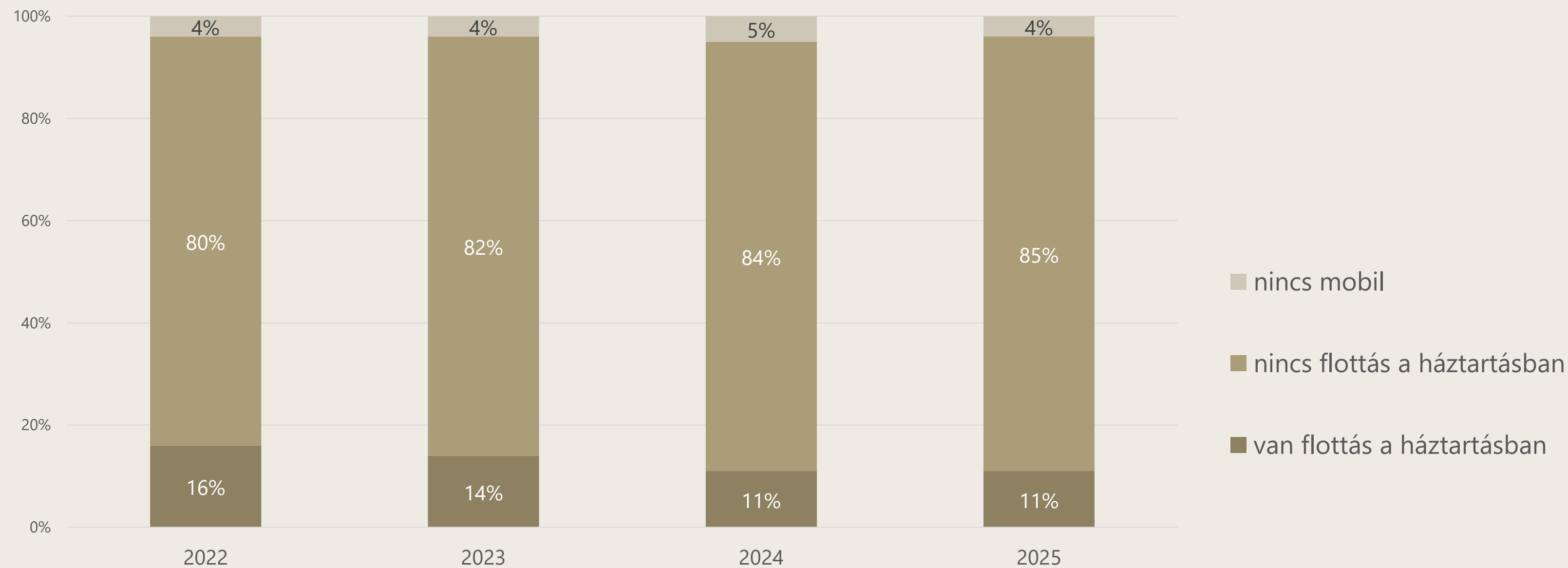
**2023-tól tartalmazza csoporton belüli korlátlan hívásokat tartalmazó csomagokat is.

2023-as adatoktól az ábra a háztartás telekommunikációs kérdéshozó személy (válaszadó) fő előfizetésének az adatait tartalmazza.

Bázis: ahol van mobil szolgáltatás (3,790 millió HT, n=2855)

2024 óta nem változott a flottás mobil előfizetések aránya

Flottás előfizetés* a háztartásban található összes előfizetés alapján



*Flottás előfizetésnél a flottaüzemeltető cég engedélyezi a tagok csatlakozását. A költségeket viszont teljesen a magánszemély állja. A flotta tagjai egymást általában, illetve igen gyakran ingyen vagy nagyon kedvezményes díjon hívhatják.

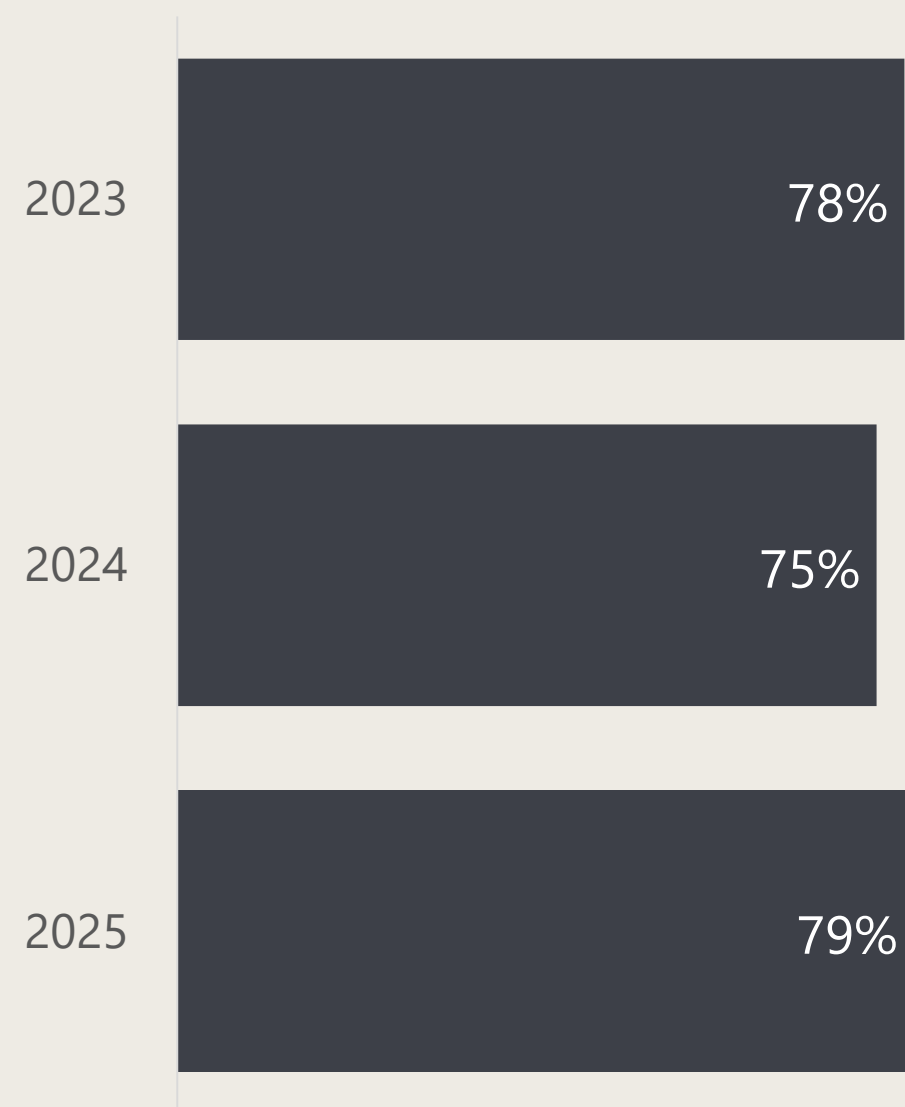
2024-hez képest a díjcsomagok adatforgalmi kereteinek a struktúrája csak kismértékben változott: 2025-ben a postpaid mobil hangcsomagoknál enyhén emelkedett – a 2024-es 15%-ról 2025-ben 19%-ra - a semmilyen korlátlanyságot nem tartalmazó csomagok aránya, miközben továbbra is jelentős a belföldön és hálózaton belül korlátlan díjcsomagok súlya.

Hosszabb távra kitekintve, 2019–2025 között látszik, hogy a klasszikus percdíjas, nem korlátlan konstrukciók 2023-ig vesztek súlyukból, de 2023-tól enyhén emelkedő részarányban vannak jelen ismét a piacon. Hosszú távon a különböző típusú korlátlan (hálózaton belüli, belföldi, EU-s) csomagok váltak meghatározóvá, ezen belül is a hálózathoz kötött belföldi, illetve EU-s korlátlanyságot tartalmazó díjcsomagok.

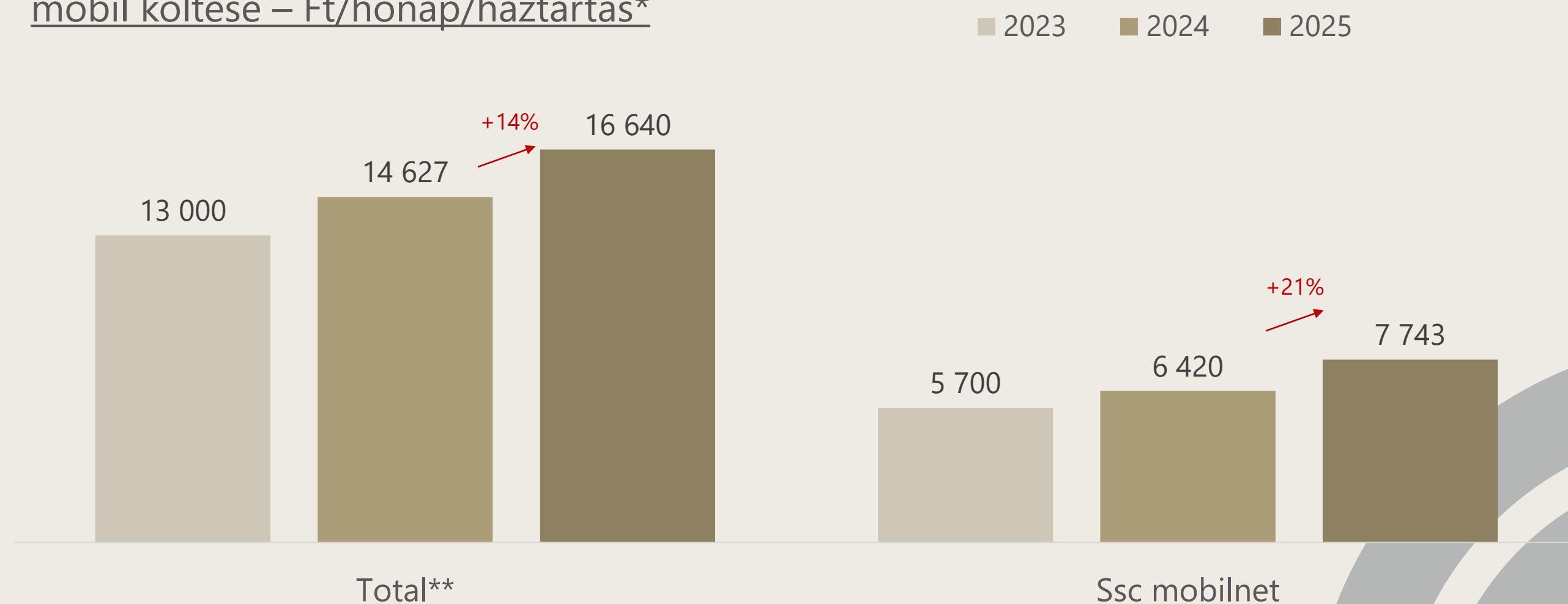
A lakossági mobilpiacon az egyéni, lakossági konstrukciók dominanciája erősödött a flottás megoldásokkal szemben. Jelenleg a flottás mobil előfizetések aránya 11%, ami megegyezik a 2024-es szinttel, tehát az elmúlt évben nem történt érdemi elmozdulás. De 2022. évi 16%-os szintről viszont már jelentős, 5 százalékpontos csökkenés történt a flottás előfizetésekben. Összeségében a háztartások 85%-ában van nem flottás mobil, miközben 4%-nak egyáltalán nincs mobilja. Ezek jól jelzik, hogy a flotta továbbra is inkább egy szűkebb – és szűkülő -, speciális célcsoport eszköze.

Jelentősen emelkedett a háztartások Ssc mobilinternet költsége

Mobil előfizetések SSc internettel



Az Ssc mobilinternet előfizetéssel rendelkező háztartások átlagos havi mobil költsége – Ft/hónap/háztartás*

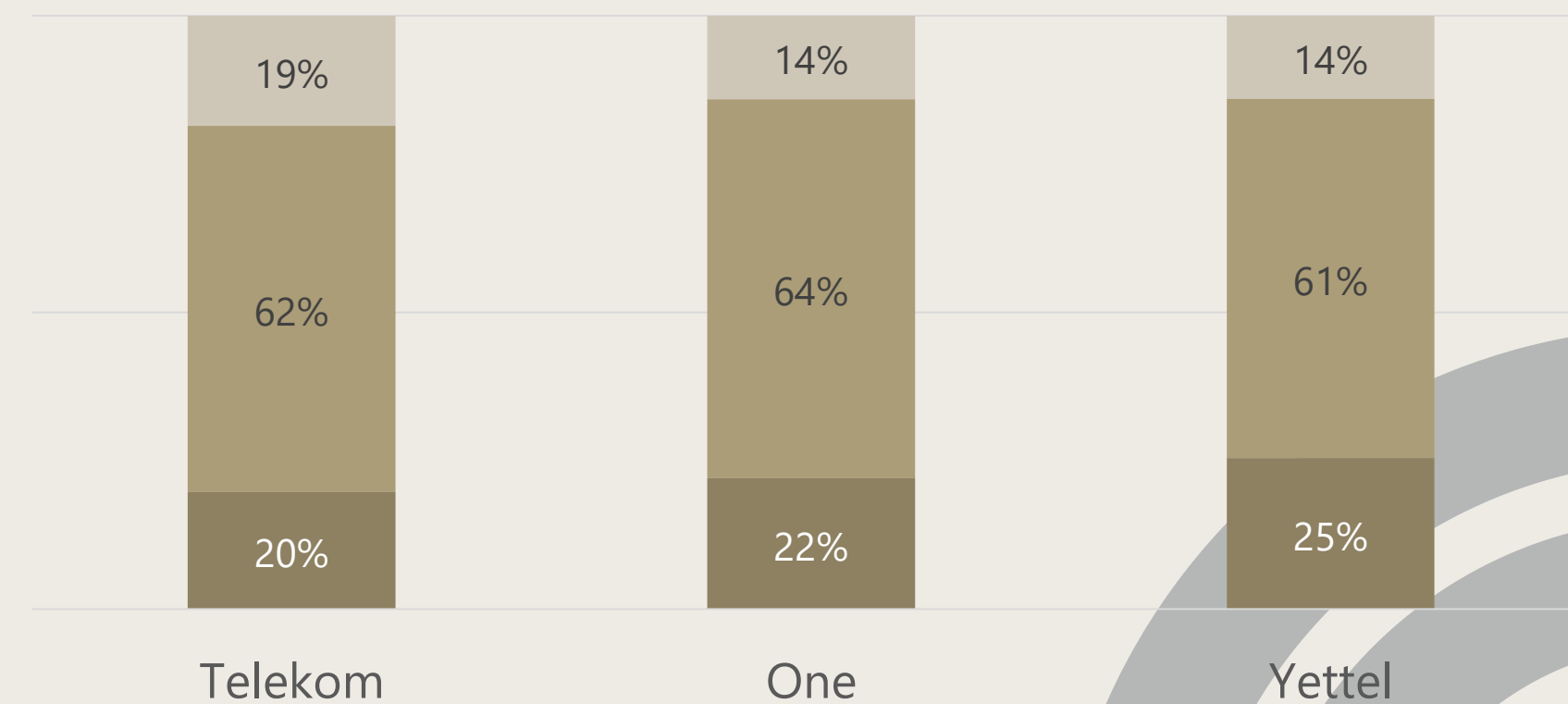
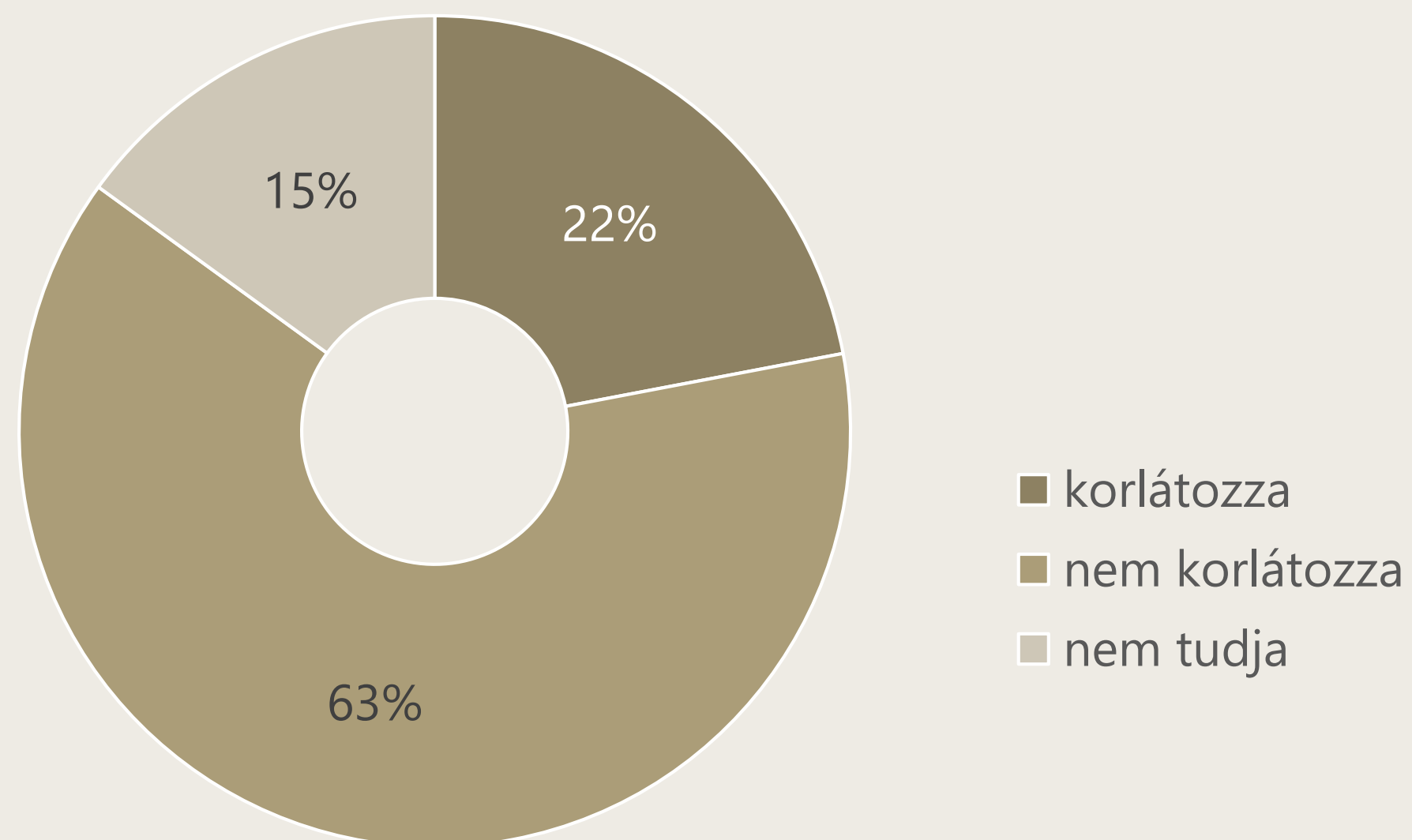


* Csak azokban a háztartásokban, ahol bármely SIM-en van ssc mobilinternet előfizetés.

** Az összeg nem tartalmazza a mobilvásárlások és készüléktörlesztések költségeit..

A fogyasztók ismeretei szerint az előfizetések többségénél a szolgáltató az adatforgalmi korláton belül nem korlátozza a mobilinternet letöltési sebességét

Az ssc-mobilinternet letöltési sebességének korlátozása az adatforgalmi korláton belül*



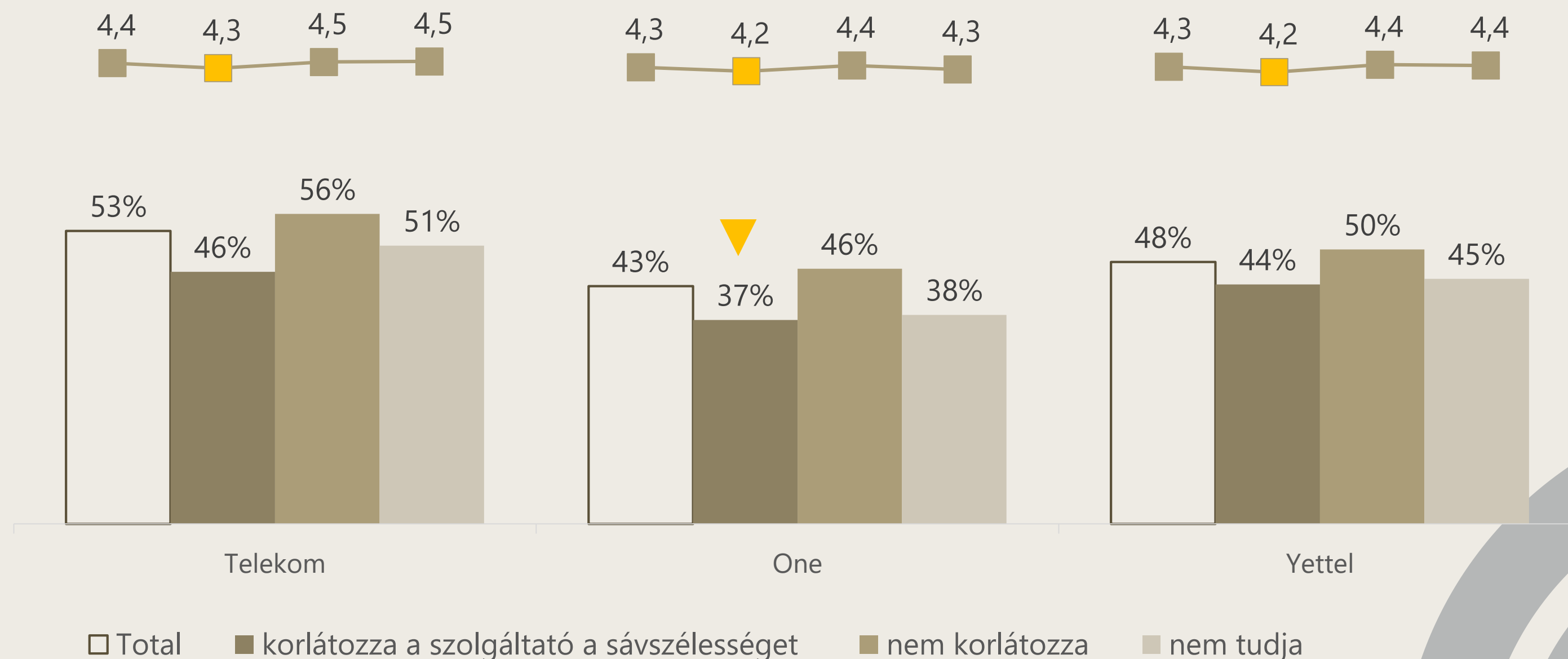
* A válaszadó mobiljára vonatkozóan.

Kevésbé elégedettek azok a fogyasztók az ssc-mobilinternet sebességével, akik úgy tudják, hogy a szolgáltató korlátozza a mobilinternet sávszélességét az adatforgalmi korláton belül is

A fogyasztók elégedettsége az ssc-mobilinternet letöltési sebességével a sávszélesség adatforgalmi korláton belüli korlátozása függvényében

átlag
(1-5 skálán)

teljesen
elégedettek %



2025-ben a háztartások 79%-ában van a mobil előfizetéshez SSc-mobilinternet.

Ssc mobilinternet előfizetéssel rendelkező háztartásokban az átlagos havi mobilköltség (hang+Ssc internet) 2023 és 2025 között 13000 Ft-ról 16640 Ft-ra nőtt, miközben ugyanezen időszakban a háztartások SSc mobilinternet költsége 5700 Ft-ról 7743 Ft-ra emelkedett.

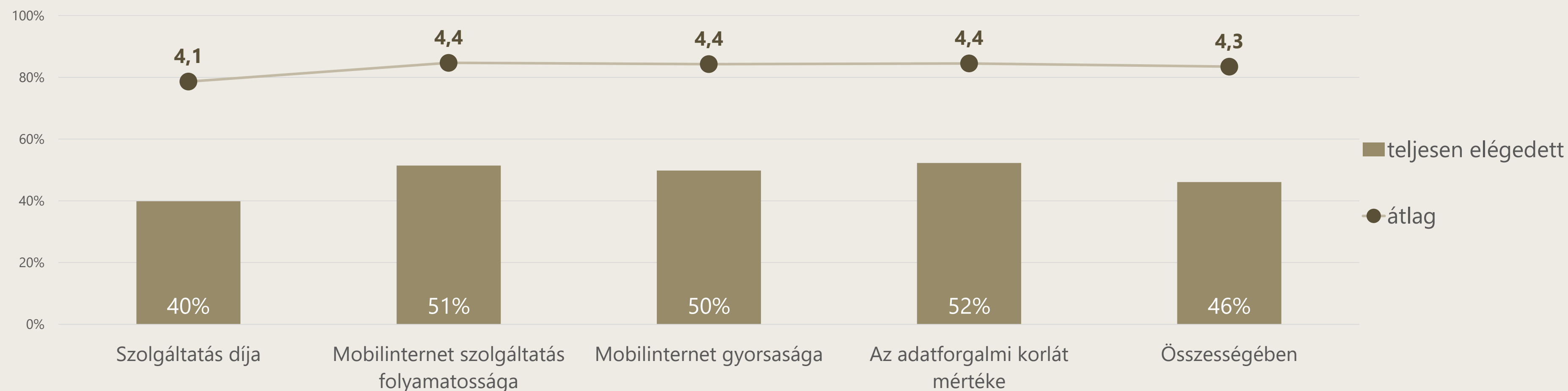
A fogyasztók többsége (63%) úgy tudja, hogy a szolgáltatója nem korlátozza az SSc-mobilinternet letöltési sebességet az adatforgalmi kereten belül. Sokan (22%) vélik úgy, hogy szolgáltatójuk alkalmaz ilyen sebességkorlátot, viszont a fogyasztók 15%-a bevallottan nincs tisztában a mobilcsomagjának ezen a jellemzőjével. A három nagy szolgáltatót külön vizsgálva nem találunk jelentős eltéréseket: a Telekom ügyfélkörében 20%, a Yettelnél 25%, a One ügyfelei között 22% tudja úgy, hogy a szolgáltatója alkalmaz sávszélesség-korlátot.

A fogyasztói ismeretek jelentős bizonytalanságát mutatja a magas „nem tudja” válaszok aránya. Másrészt a díjcsomag-tartalom nem pontos ismeretére utal, hogy nagyon hasonló arányban gondolják a különböző márkák ügyfelei, hogy a szolgáltatójuk sávszélesség-korlátozást alkalmaz a díjcsomagban foglalt adatforgalmi korláton belül is. Jelenleg a piacon a One alkalmaz jelentős sávszélesség-restrikciót bizonyos díjcsomagjai esetében. A másik két nagy szolgáltató nem vagy nem ilyen drasztikus mértékű korlátozással él a jelenlegi publikus díjcsomagjaiban.

Mindhárom nagy szolgáltatónál kevésbé elégedettek azok a fogyasztók az ssc-mobilinternet sebességével, akik úgy tudják, hogy a szolgáltatójuk korlátozza a rendelkezésükre álló mobilinternet sávszélességét az adatforgalmi korlátjukon belül is. A Telekom ügyfelei között, akik szerint nincs sávszélesség korlátozás, 56% teljesen elégedett a mobilinternet sebességével, akik szerint viszont van ilyen korlát, csak 46% a teljesen elégedettek aránya. A Yettelnél azok között, akik szerint nincs korlátozás, 50%, azok között pedig, akik szerint van korlátozás, 44% teljesen elégedett. A One-nál 46% teljesen elégedett, ha úgy tudja, nincs korlátozva a sávszélessége, 37% a teljesen elégedett, ha úgy tudja, korlátozott a rendelkezésére álló sávszélesség.

Magas az Ssc-internettel kapcsolatos ügyfélelégedettség – a szolgáltatás díjával kapcsolatos elégedettség elmarad a szolgáltatás egyéb jellemzőivel kapcsolatban tapasztalt elégedettségtől

Elégedettség a szolgáltatással – Ssc-internet 2025



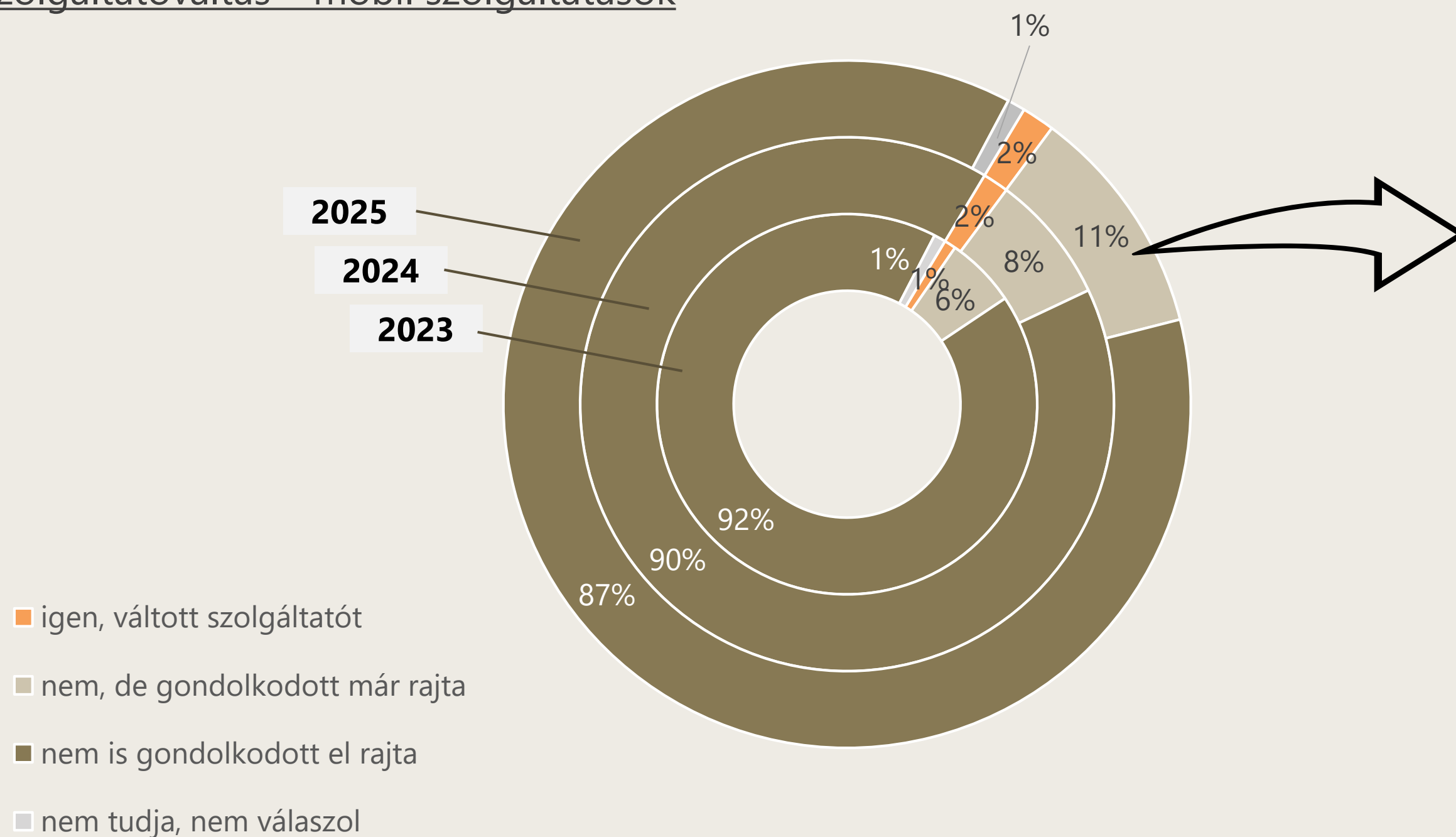
2024					
teljesen elégedett	41%	52%	53%	50%	49%
átlag	4,1	4,4	4,4	4,3	4,4

2025-ben az SSc-mobilinternetrel kapcsolatos ügyfélelégedettség összességében magas: az átlagos elégedettségi szint 4,3-as, és a felhasználók 46%-a „teljesen elégedett”, ami kisebb javulás a 2024-es 4,1-es átlaghoz és 41%-os „teljesen elégedett” arányhoz képest. A kiemelkedően jó területek a mobilinternet gyorsasága és a szolgáltatás folyamatossága (mindkettő 4,4-es átlaggal), ahol a „teljesen elégedettek” aránya 50% körüli, és gyakorlatilag megegyezik a 2024-es szinttel. A leggyengébb pont továbbra is a szolgáltatás díja: itt az átlagos elégedettség csak 4,1, a „teljesen elégedettek” aránya 40%, és ez elmarad a többi dimenziótól, ugyanakkor valamelyest javult a 2024-es (átlag 4,1, 39–41% teljesen elégedett) állapothoz képest. Az adatforgalmi korlát mértékével való elégedettség 4,4-es átlaggal és 52%-os „teljesen elégedett” aránnyal kifejezetten erős, ami jól mutatja, hogy a nagyobb adatkeretek és/vagy rugalmasabb csomagok ellensúlyozzák a magasabb kiadásérzetet.

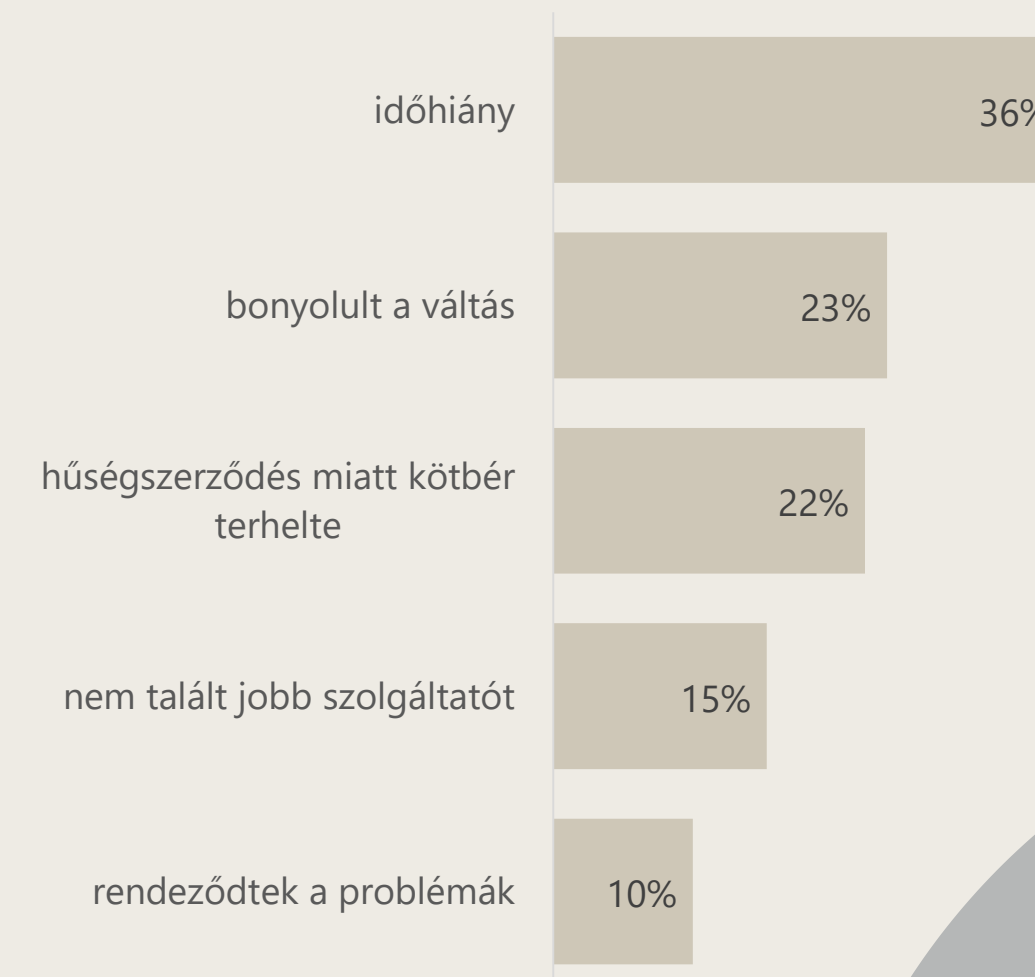
A költséssel összefüggésben az látszik, hogy miközben az SSc-mobilinternetre fordított havi összeg az elmúlt években jelentősen emelkedett, az ügyfelek ezt részben „elfogadják” a kapott minőség (sebesség, stabilitás, adatkeret) miatt, ezért az összélelégedettség nem romlott, hanem enyhén javult. A díjjal kapcsolatos relatíve alacsonyabb elégedettség ugyanakkor jól rezonál az erősen növekvő mobilnet-költség trendjével, vagyis az ügyfelek érzékelik a terhelés növekedését, még ha azt a szolgáltatásminőség részben kompenzálja is.

Növekedett a szolgáltatóváltást megfontolóók aránya, de továbbra is csak kevesen teszik meg ezt a lépést

Szolgáltatóváltás – mobil szolgáltatások



Miért nem váltott végül?



Bázis: akiknél felmerült a váltás, de nem váltottak
(0,410 millió HT, n=303)

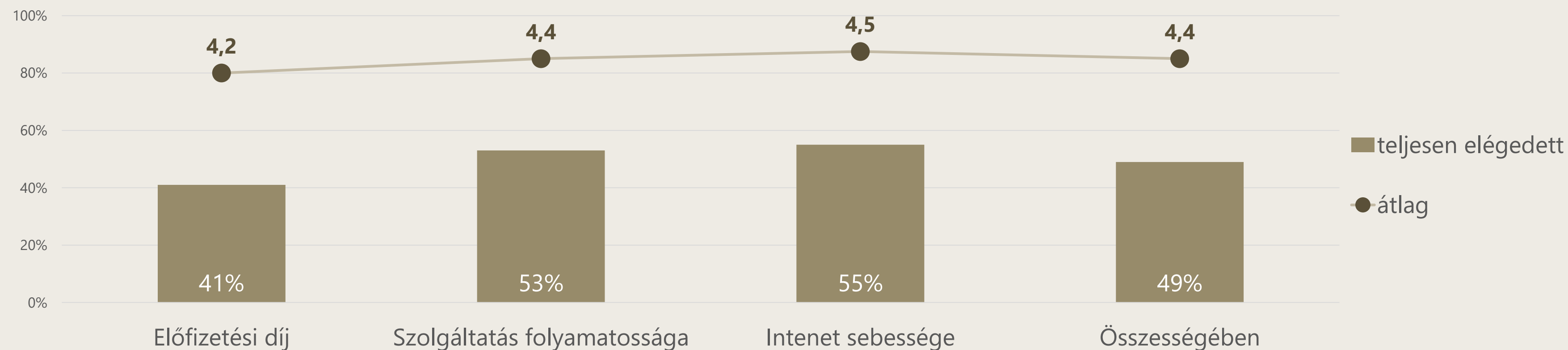
2025-ben nőtt azok aránya, akik elgondolkodtak a szolgáltatóváltáson, de a tényleges váltás továbbra is ritka: mindössze 2% váltott szolgáltatót, miközben 11% már gondolkodott rajta, és 87% még ezen sem gondolkodott, szemben a 2024-es 2% váltóval, 8% gondolkodóval és 90% „nem is gondolkodott” csoporttal. Bár a szolgáltatóváltáson gondolkodók aránya kis mértékben emelkedett, ez a szándék ritkán fordult tényleges cselekvésbe.

Azok körében, akik tervezték, de végül nem váltottak, a leggyakoribb ok az időhiány (36%) és az, hogy túl bonyolultnak érzik a váltás folyamatát (23%). Jelentős tényező a hűség szerződés miatti kötbérterhelés (22%), illetve az is, hogy sokan nem találtak érdemben jobb szolgáltatót (15%), vagy időközben rendeződtek a korábbi problémák (10%). A költséssel összefüggésben szolgáltató-váltáson nem gondolkozók magas aránya jelzi, hogy még ha az ügyfelek drágának is érzik a szolgáltatást, a váltás költségeit és maceráját gyakran magasabbnak gondolják, mint a potenciális megtakarítást, ezért a magasabb mobil- és mobilnet-költség szintje ellenére is viszonylag alacsony marad a tényleges szolgáltatóváltás aránya.

Helyhez kötött internet

Elégedettek a fogyasztók a helyhez kötött internettel – minden második fogyasztó összességében teljesen elégedett a szolgáltatással

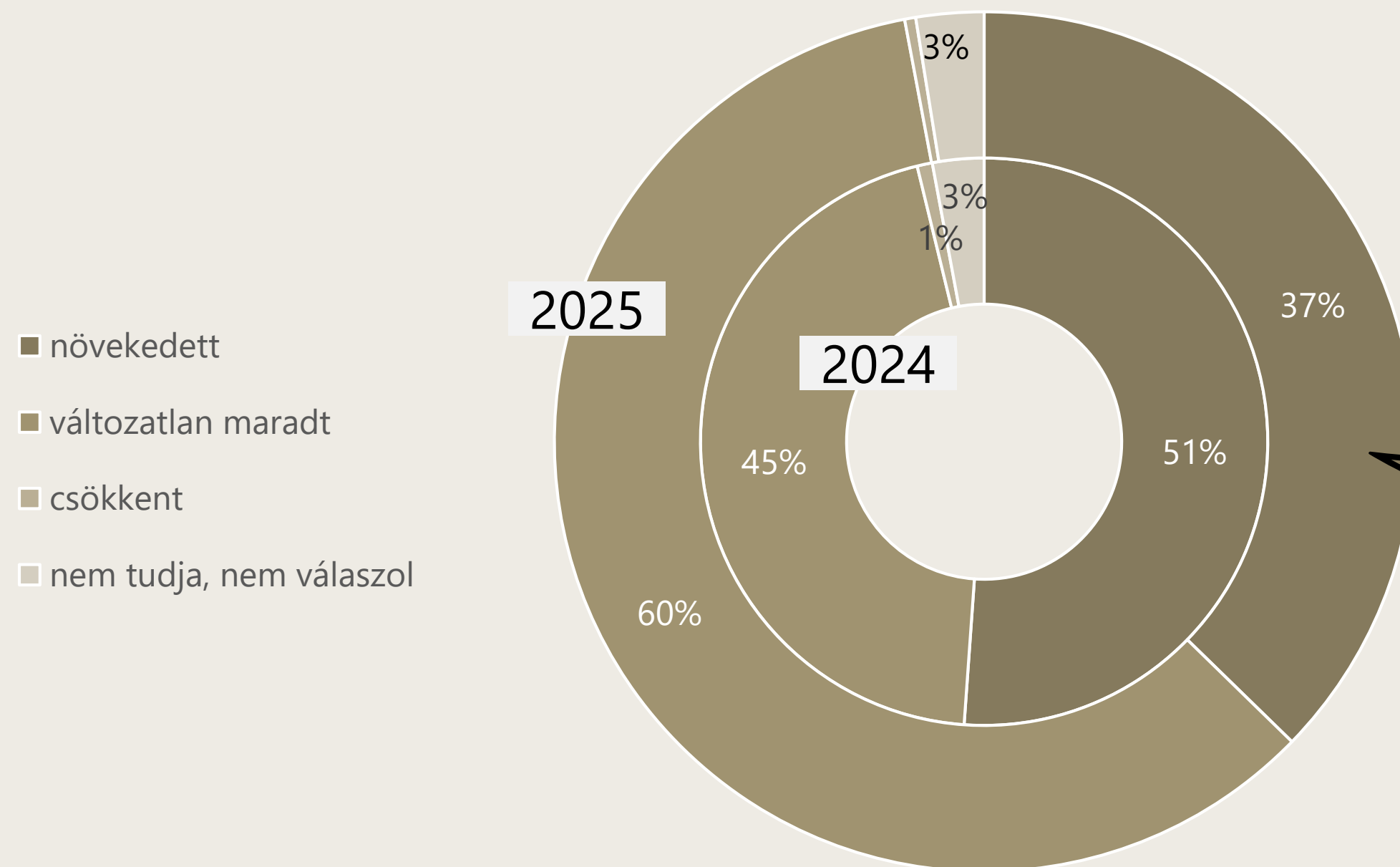
Elégedettség a szolgáltatással - helyhez kötött internet 2025



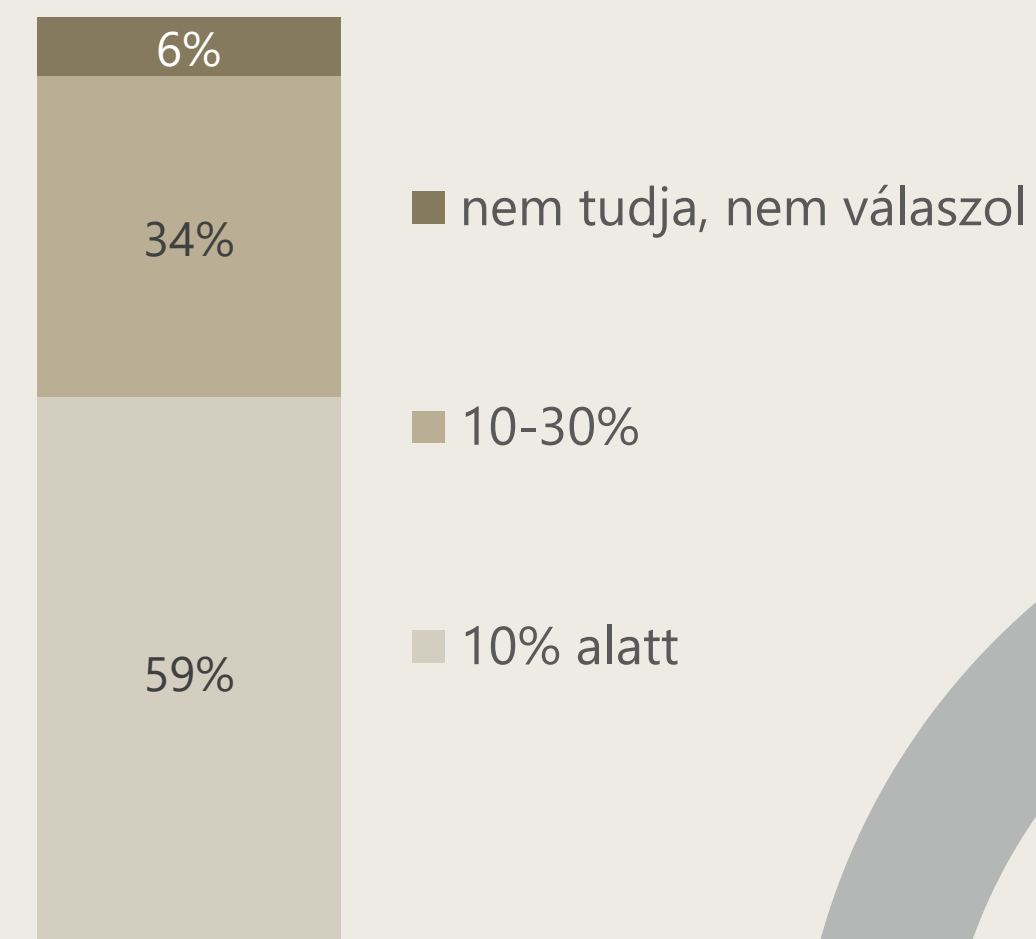
2024				
teljesen elégedett	36%	55%	56%	49%
átlag	4,1	4,4	4,5	4,4

Továbbra is sokan gondolják, hogy az elmúlt évhez képest emelkedtek a helyhez kötött internet költségei

Árpercepció – helyhez kötött internet szolgáltatás



Az érzékelt áremelés mértéke



Bázis: ahol van helyhez kötött internet szolgáltatás (3,067 millió HT, n=2209)

Bázis: ahol áremelkedést érzekeltek (1,144 millió HT, n=811)

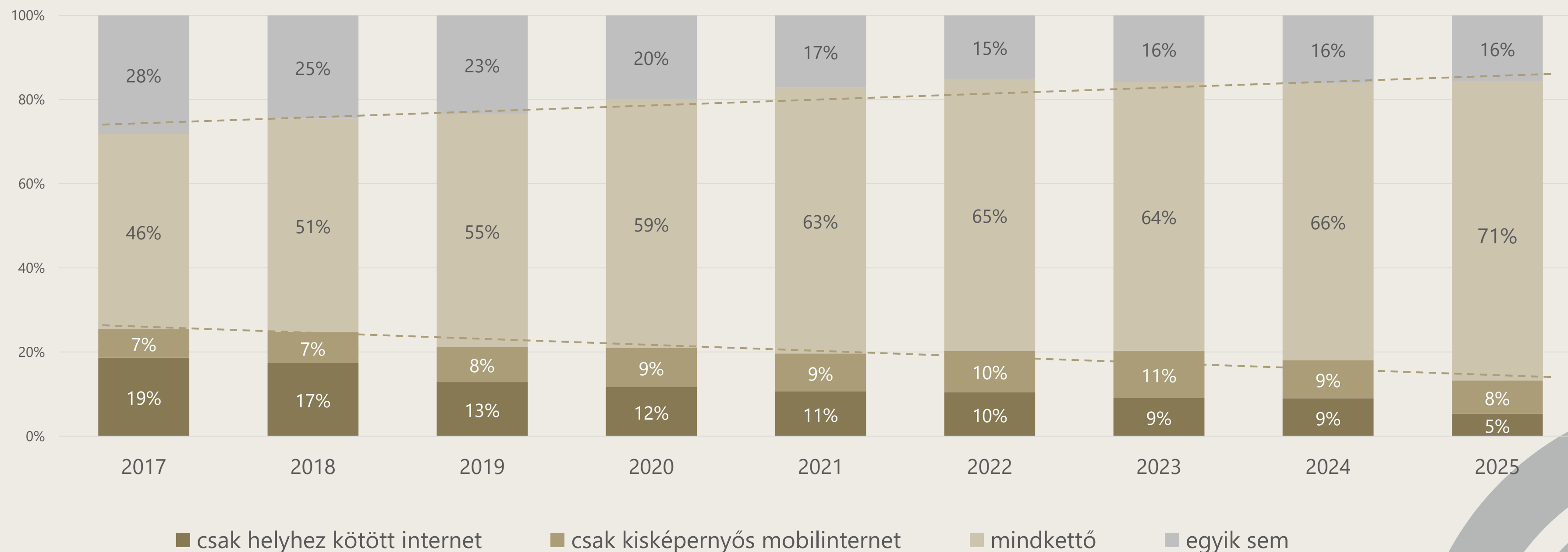
A helyhez kötött internetet használók összességében elégedettek a szolgáltatással: 2025-ben az átlagos elégedettség 4,4, a „teljesen elégedettek” aránya 49%, a legjobb értékelést az internet sebessége (4,5 átlag, 55% teljesen elégedett) és a szolgáltatás folyamatossága kapta (4,4 átlag, 53%), míg a leggyengébb pont az előfizetési díj (4,2 átlag, 41%). A 2024-es adatokhoz képest kismértékű javulás látszik az ár megítélésében (4,1→4,2 átlag, 36%→41% teljesen elégedett), miközben a sebesség és a szolgáltatás folyamatossága már 2024-ben is magas szinten volt, így inkább stabilan jó teljesítményről beszélhetünk.

Az árpercepció 2025-ben érezhetően enyhült: míg 2024-ben az előfizetők 51%-a érzékelt áremelkedést, 2025-ben már „csak” 37%, és 60% szerint változatlanok maradtak az árak.

Az érzékelt áremelkedés mértéke is jellemzően mérsékelt: 59% 10% alatti, 34% 10–30% közötti áremelkedést érzékelt, 30% feletti drágulást gyakorlatilag senki nem említ, ami inkább fokozatos, „csúszó” áremelkedést, semmint sokkoló áremelés érzetét jelez.

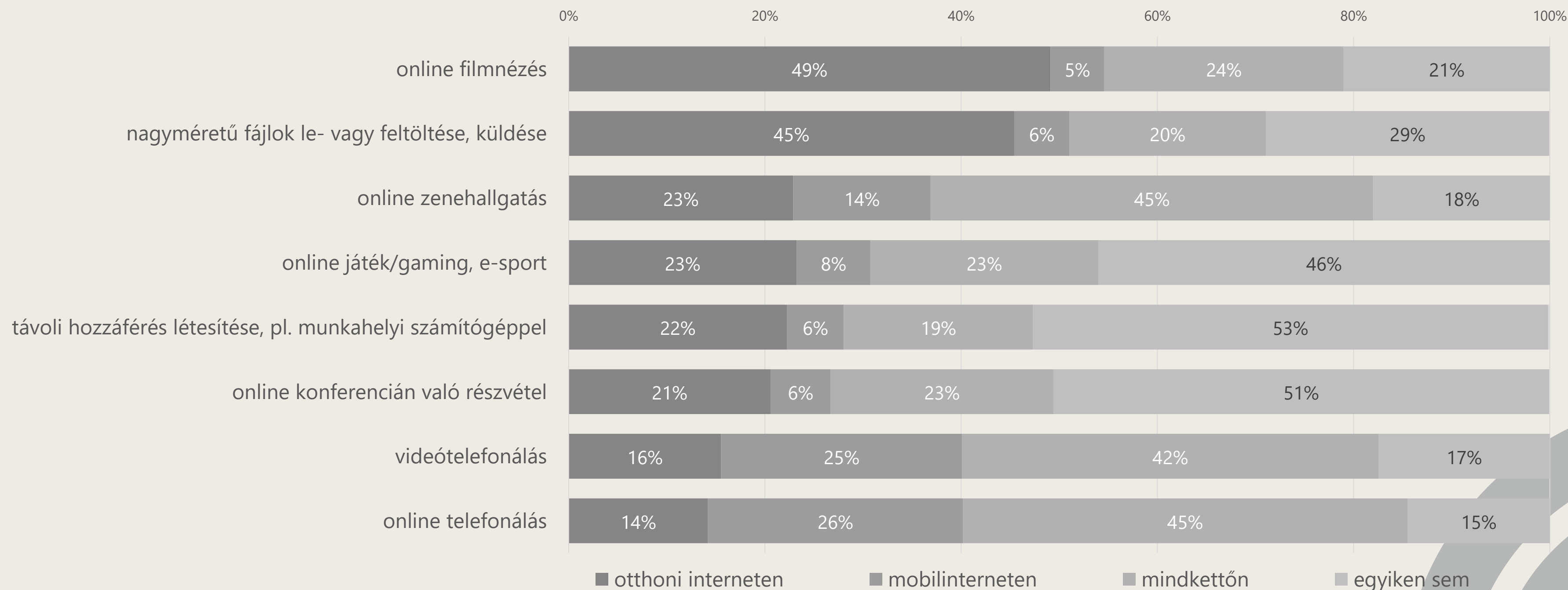
Jelentősen emelkedett azoknak a háztartásoknak az aránya, ahol mind helyhez kötött, mind pedig kisképernyős mobilinternet előfizetés megtalálható

Internetszolgáltatások előfizetőinek alakulása 2017-2025



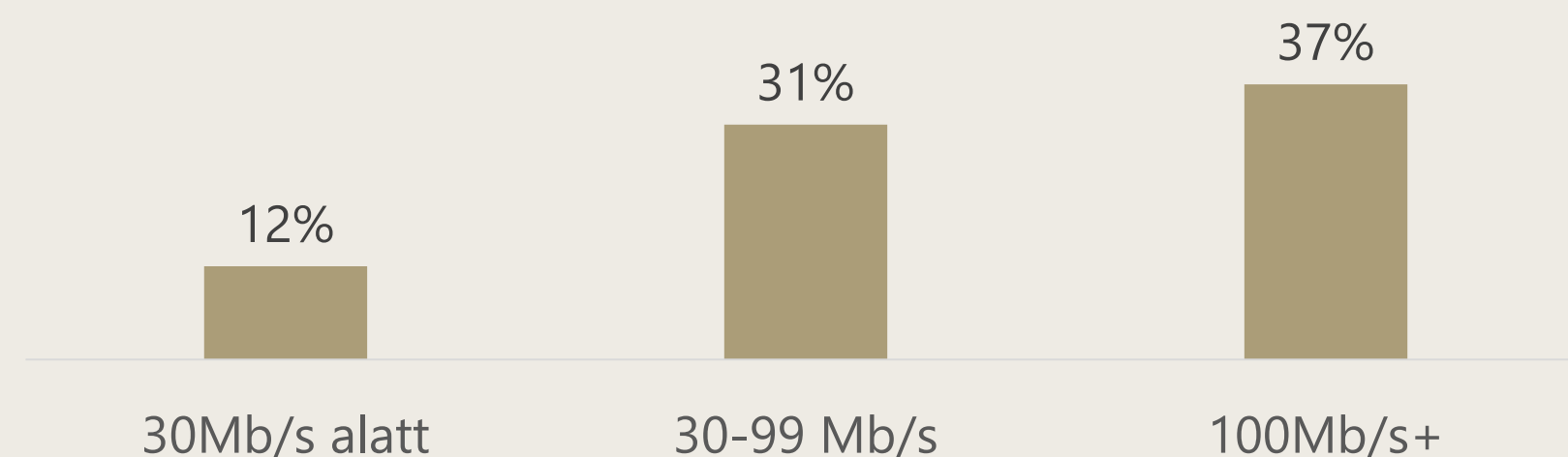
Az 5G-vel sem történt még meg az áttörés a mobilinternet használatában – a nagy adatmennyiséget igénylő tevékenységek inkább vezetékes technológiát használva történnek

Internetes tevékenységek preferált platformjai a mindkét fajta internetet használók körében

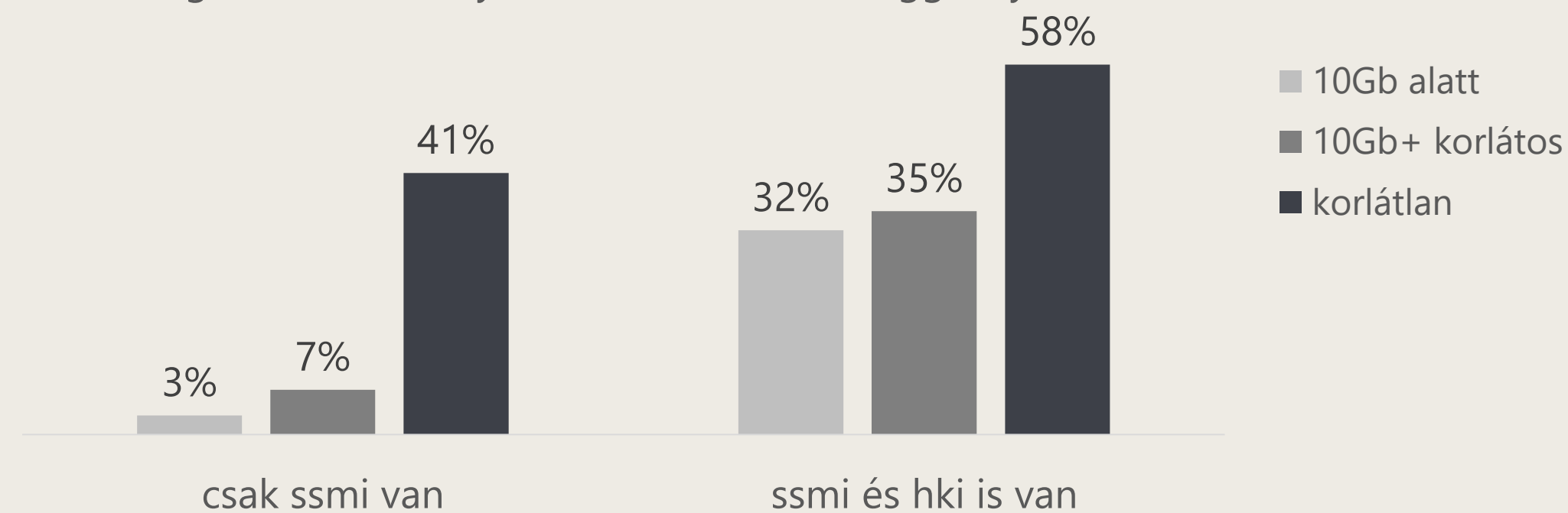


A streaminghasználatot erősen befolyásolja a háztartásban lévő helyhez kötött internet sebessége és a fogyasztó által használt mobilinternet adatforgalmi kerete.

Streaminghasználók aránya a hk internet sávszélességében függvényében

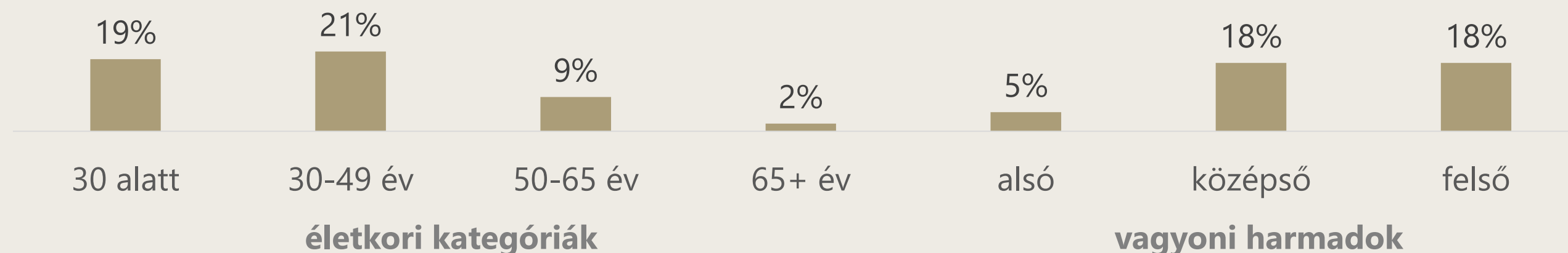


Streaminghasználók aránya az ssmi adatkorlát függvényében



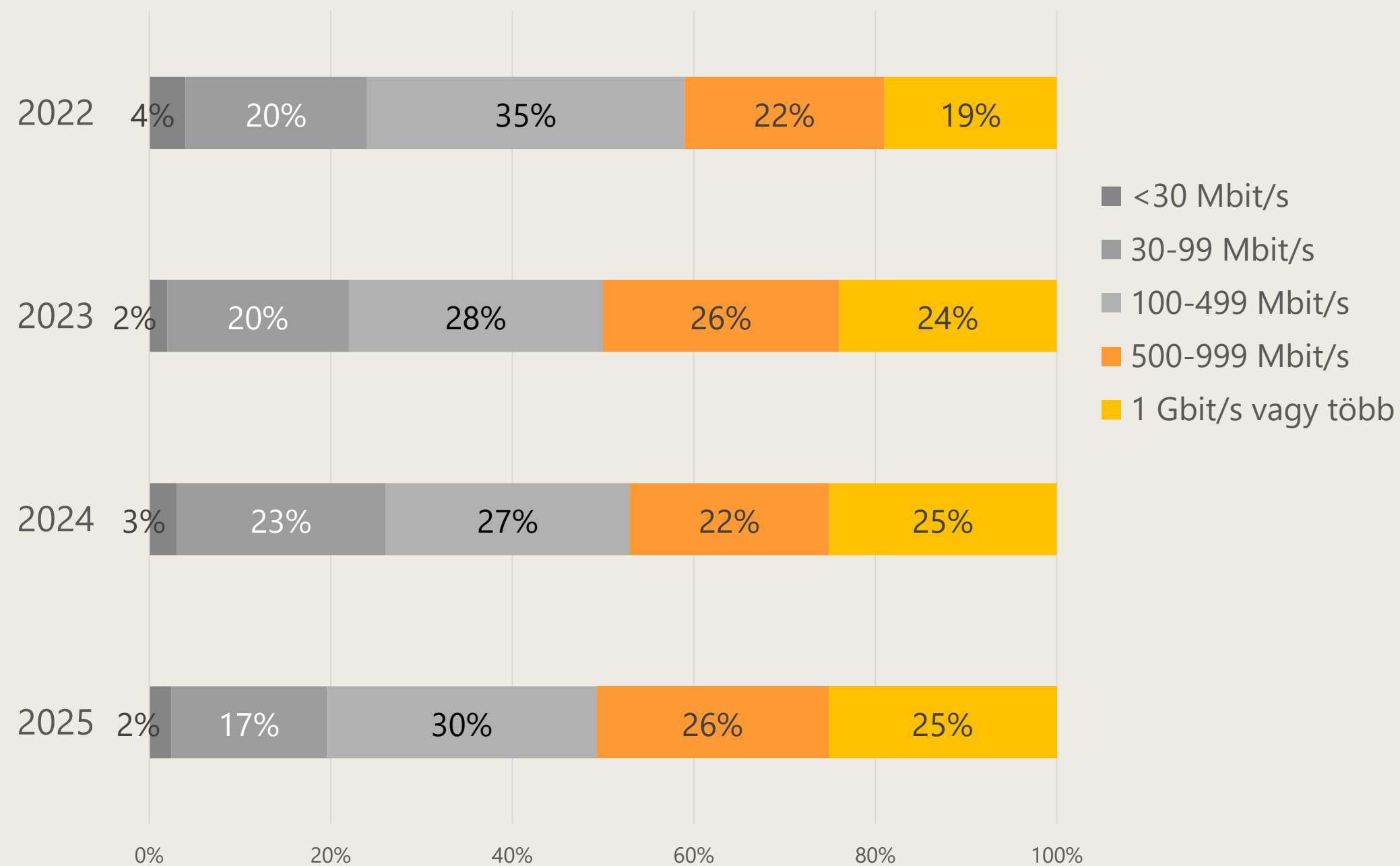
ssmi=mobiltelefonos mobilinternet
hki=helyhez kötött internet

Streaminghasználók aránya a csak mobilinternettel rendelkezők körében



A helyhez kötött internettel rendelkező háztartások felében már legalább 500 Mb/sec a sávszélesség, és mindössze ötödük kénytelen megelégedni max. 100 Mb/sec sávszélességgel

A helyhez kötött internet sávszélessége



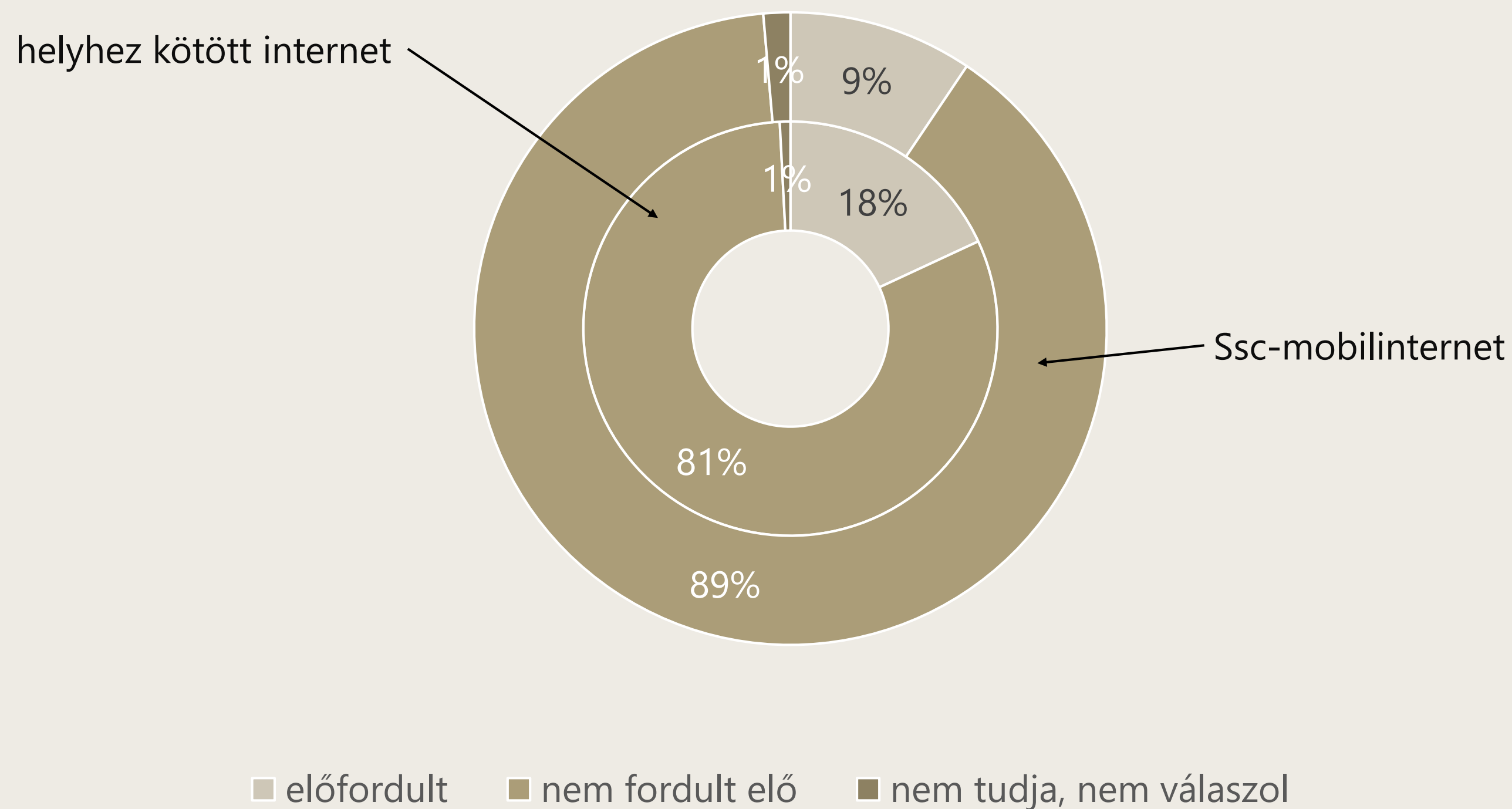
sávszélesség	átlagos havidíj
1 Gbit/s vagy több	5900 Ft/hó
500-999 Mbit/s	5850 Ft/hó
100-499 Mbit/s	5700 Ft/hó
<100 Mbit/s	5700 Ft/hó

2025-ben a háztartások 71%-ában mind helyhez kötött, mind kisképernyős mobilinternet jelen van, 8%-nál csak mobil, 5%-nál csak helyhez kötött, míg 16% egyik szolgáltatást sem használja. Az idősor 2017–2025 között egyértelmű konvergenciát mutat: a mindkettő szolgáltatást használó háztartások aránya 46%-ról 71%-ra nőtt, miközben a csak vezetékes internetet használók (19%→5%) és a csak mobilinternet használók aránya is mérséklődik. A vizsgált időszakban a kombinált használat vált normává.

A nagy adatforgalmat igénylő tevékenységek (online filmnézés, nagy fájlok le-/feltöltése, online játék, távoli hozzáférés, online konferencia) döntően otthoni, helyhez kötött interneten zajlanak, vagy a két technológia vegyes használatával. Ezzel szemben a videótelefonálás és az online telefonálás esetében erősebb a mobilorientáció, de itt is sokan kombinálják a két platformot, ami azt mutatja, hogy a háztartások a feladat jellegéhez igazítják a technológiaválasztást.

2025-ben a háztartások fele legalább 500 Mbit/s sávszélességű csomagot használ (26%: 500–999 Mbit/s, 25%: 1 Gbit/s vagy több), és mindössze kb. 19% marad 100 Mbit/s alatti kategóriában. 2022-höz képest csökkent az alacsony sebességű csomagok aránya (<100 Mbit/s: 24%→19%), miközben a legalább gigabites előfizetések részesedése stabilan magas. A különböző sávszélesség-sávok átlagos havidíjában (kb. 5700–5900 Ft) nincs lényeges különbség, tehát a magasabb sebességért a háztartások nem, vagy csak csekély felárat fizetnek. Ez a költség szerkezet hozzájárul ahhoz, hogy a sávszélesség emelkedése nem húzza felfelé a költséget, inkább értéknövekedést eredményez hasonló havidíj mellett.

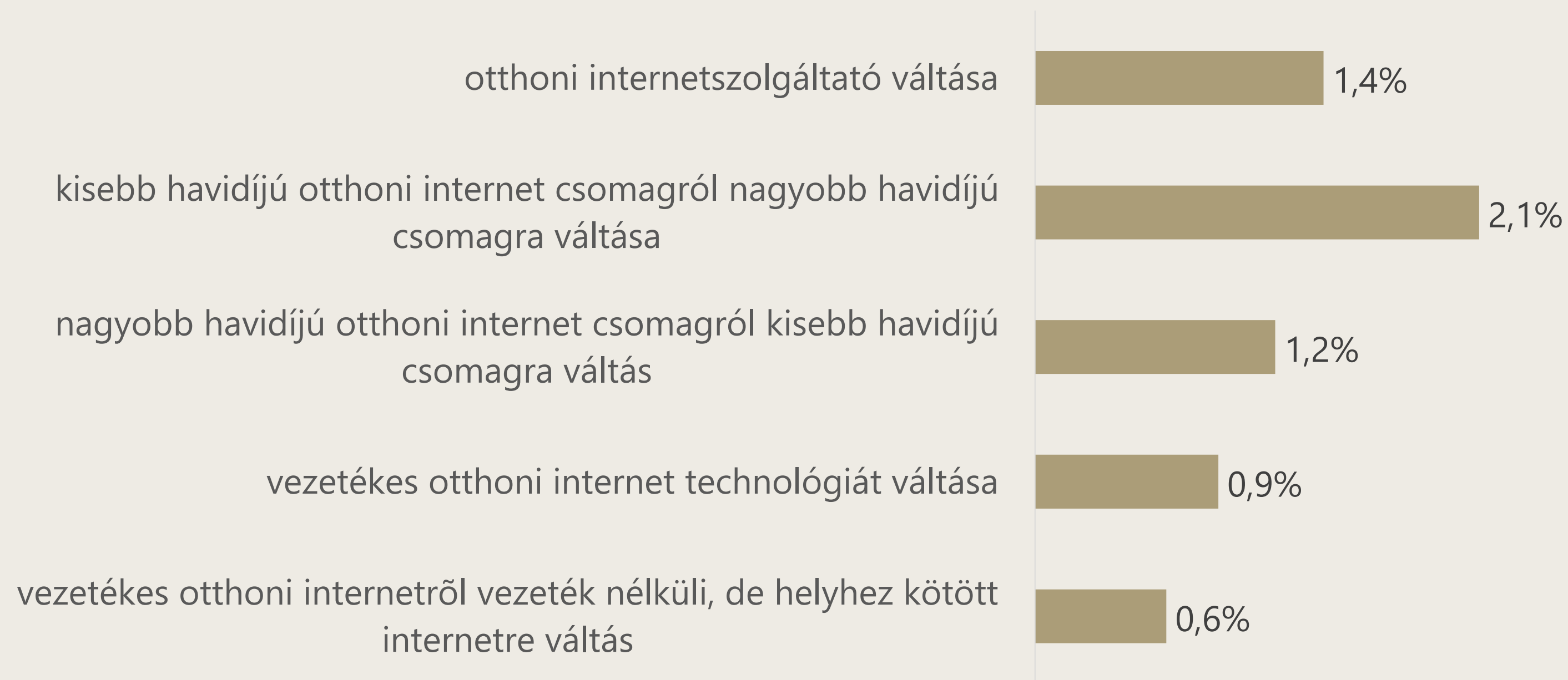
Az internetkapcsolat sebességének ellenőrzése



Nagyon kevés háztartás változtatott bármilyen módon a helyhez kötött internet szolgáltatásán

A helyhez kötött internettel rendelkező háztartások 4%-a hajtott végre az előfizetéshez kapcsolódó változtatást az elmúlt évben.

A helyhez kötött internethez kapcsolódó változtatások – az adott dologban váltó háztartások aránya



A háztartások döntő többsége nem tervez változtatni a jelenlegi helyhez kötött internet előfizetésén

A helyhez kötött internet tervezett lemondása



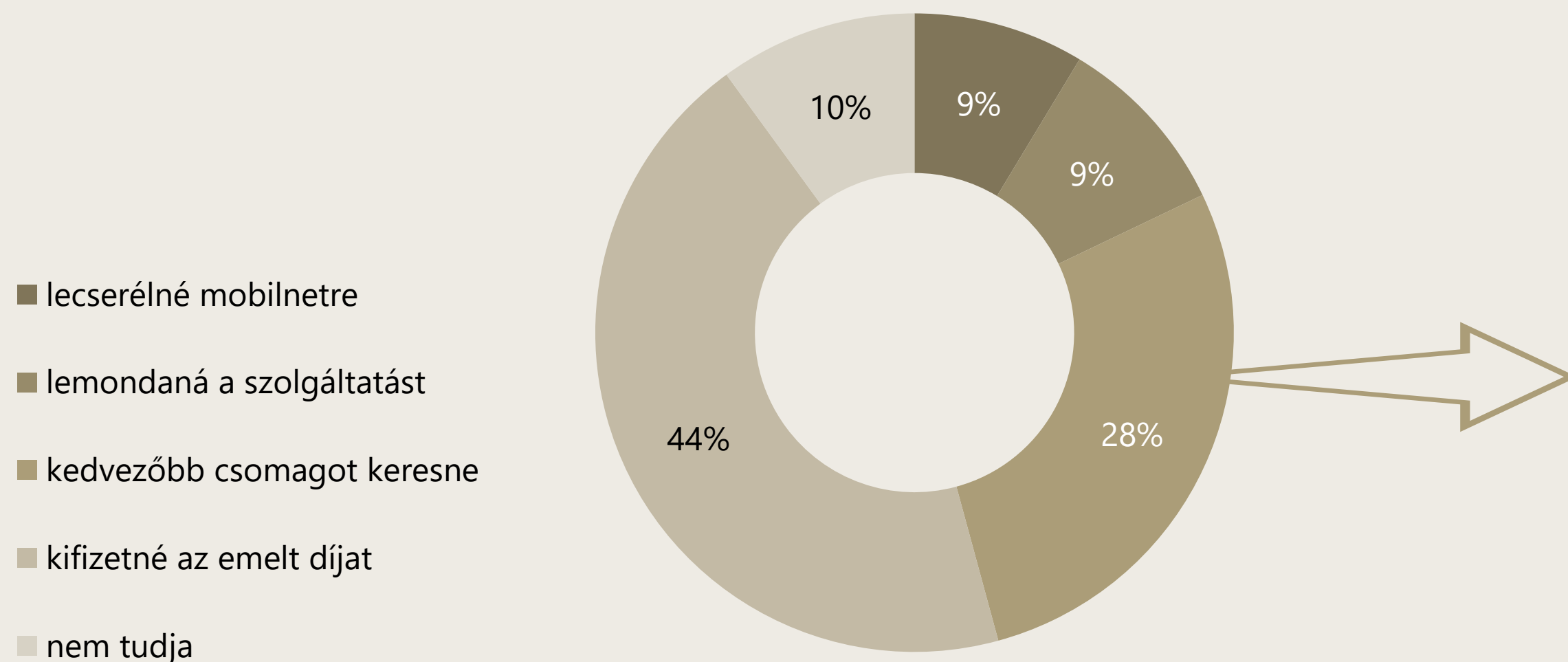
Minden tizedik vásárló a helyhez kötött internet reális alternatívájának tartja a mobilinternetet

Összességében egy ilyen helyzetben (10% áremelés) a helyhez kötött internetet használó háztartások

⇒ **17% lemondaná a szolgáltatást** (530 ezer HT)

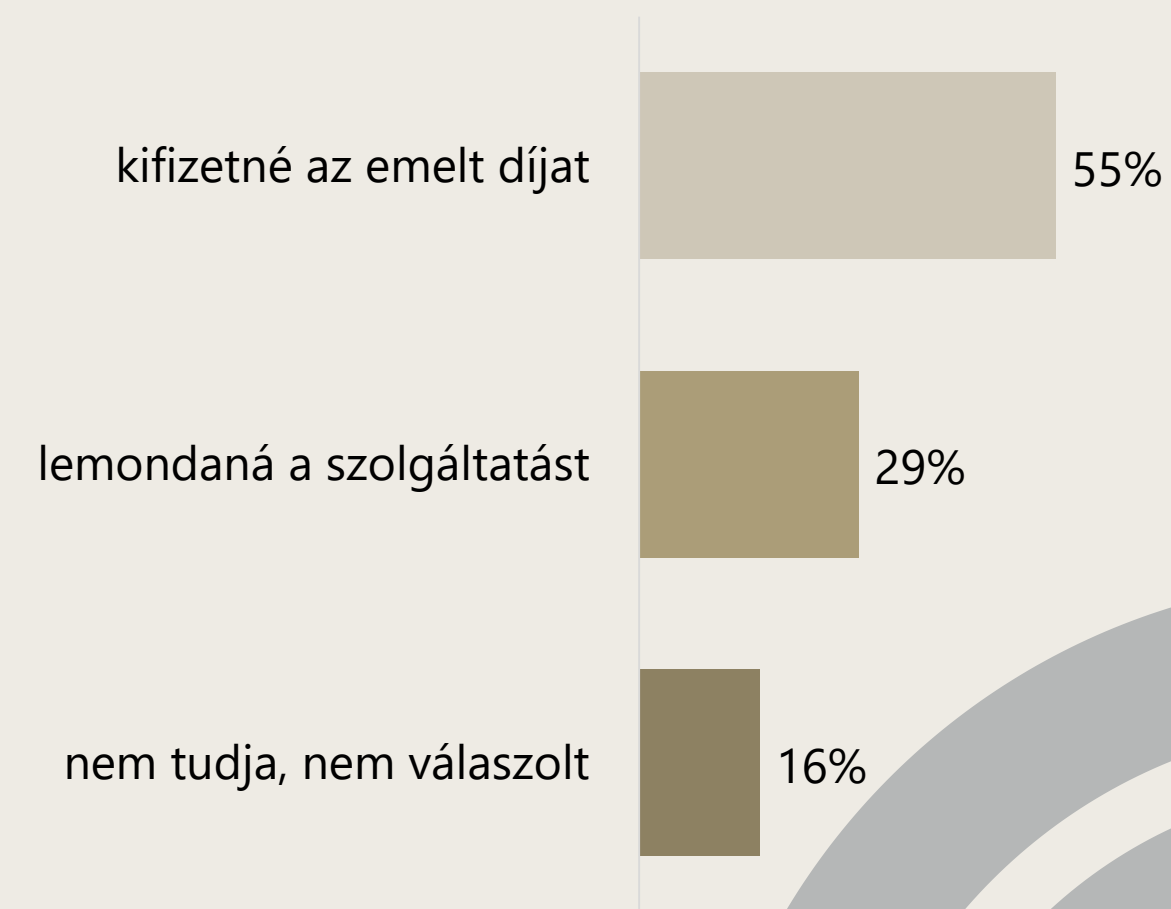
⇒ **9% mobilnetre váltana** (265 ezer HT)

Helyhez kötött internet 10%-os áremelésének hatása



Bázis: helyhez kötött internetet használók (N=3,067 millió HT, n=2209)

Ha nem találna kedvezőbb díjcsomagot...



Bázis: kedvezőbb díjcsomagot keresők
(N=854 ezer HT, n=613)

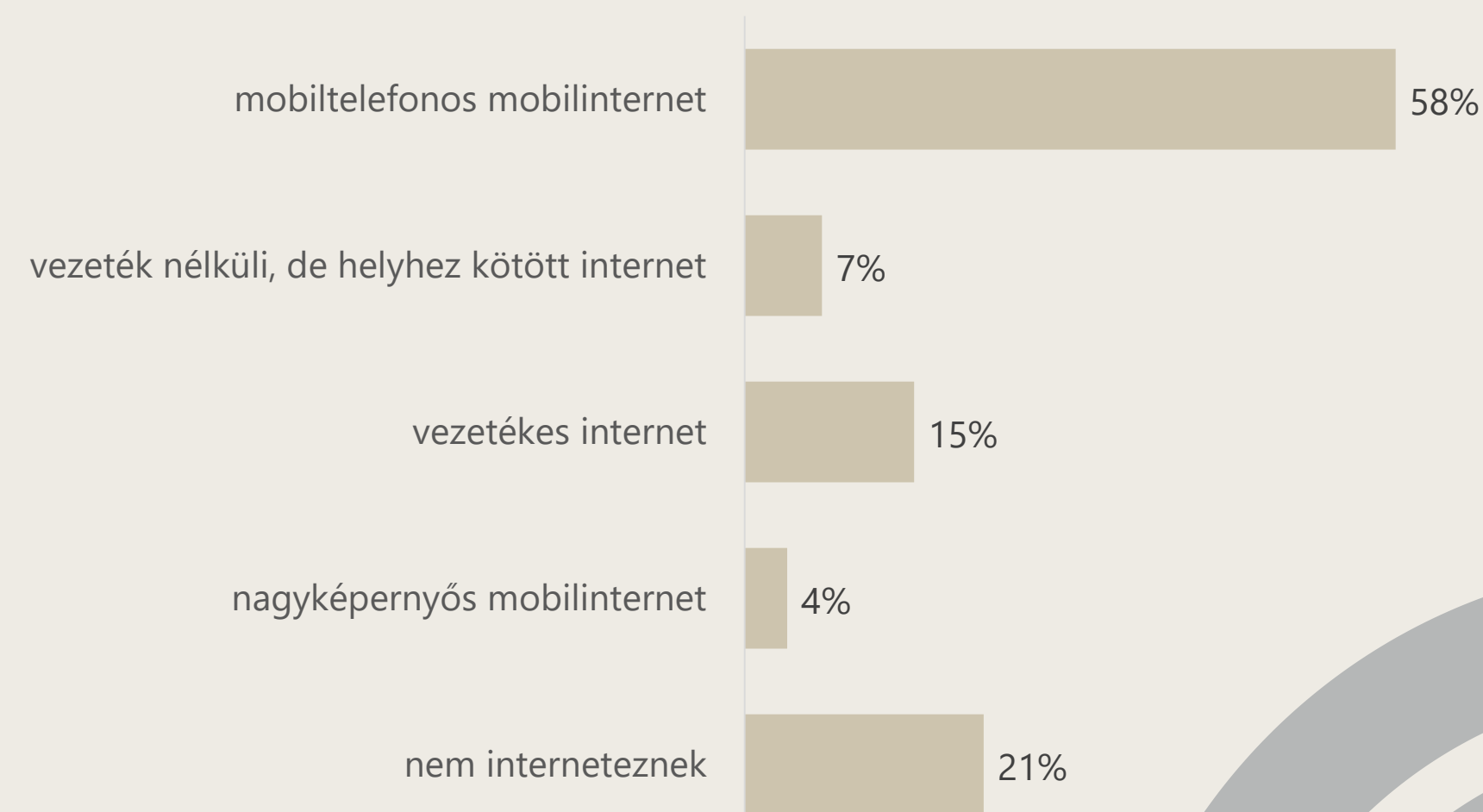
A többség az Ssc-mobilinternet előfizetését használva netezik a hétvégi házában/nyaralójában

A háztartások
3% -nak
van nyaralója, hétvégi háza



Bázis: összes háztartás (N=4,009 millió HT, n=3005)

A hétvégi házban/nyaralóban használt internet technológia



Bázis: ahol van hétvégi ház, nyaraló (N=116 ezer HT, n=66)

A sebesség ellenőrzése ritka: a helyhez kötött internetet használók mindössze 18%-nál fordult elő, hogy mérték a kapcsolat sebességét, mobilnál még alacsonyabb ez az arány (9%). Ezt (részben) magyarázza, hogy a vásárlók többsége elégedett a szolgáltatás által biztosított és érzékelt sebességgel, ezáltal szükségtelen számukra a kapcsolat sebességének további ellenőrzése.

A tényleges változtatási aktivitás nagyon alacsony: 2025-ben a helyhez kötött internettel rendelkezők 4%-a hajtott végre szolgáltatásán valamilyen változtatást, a háztartások döntő többsége semmilyen módon nem módosította az előfizetését. A közeljövőben is erős stabilitás várható, minimális a szolgáltató- és/vagy technológiaváltási hajlandóság: 94% nem tervezi a helyhez kötött internet lemondását, 1% szolgáltatóváltást tervez, 2% gondolkodik azon, hogy mobilnetre vált vagy bővíti a meglévő mobilnetet.

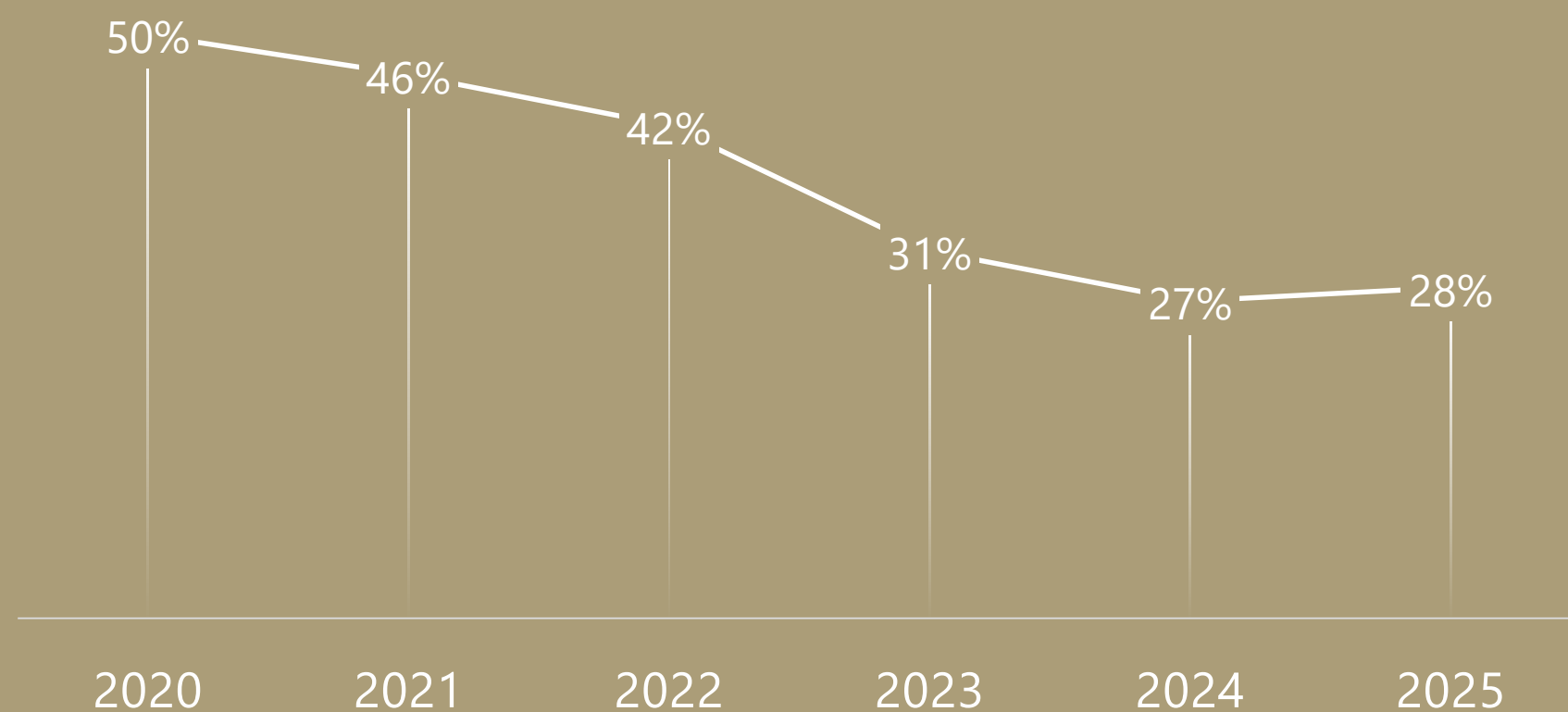
Egy hipotetikus 10%-os áremelés érdemi, de nem drámai kockázatot jelez: a helyhez kötött internetet használók 9%-a lecserélné a szolgáltatást mobilnetre, további 9% lemondaná a szolgáltatást, 28% kedvezőbb csomagot keresne, és 44% kifizetné az emelt díjat. Azok körében, akik először kedvezőbb díjcsomagot keresnének, ha nem találnának ilyet, 55% végül kifizetné az emelt díjat, 29% pedig lemondaná a szolgáltatást, ami összességében azt mutatja, hogy az árérzékeny szegmens jelentős, de a piac gerince még ilyen emelés mellett is megtartható, feltéve, hogy vannak ésszerű alternatív csomagok.

A hétvégi házzal, nyaralóval rendelkező háztartások (a teljes populáció 3%-a) internethasználata egyértelműen mobilfókuszú: 58% mobiltelefonos mobilinternetet használ, 7% vezeték nélküli, de helyhez kötött internetet, 15% klasszikus vezetékes internetet, 4% nagyképernyős mobilnetet, míg 21% egyáltalán nem internetezik a nyaralóban. Ez a mintázat azt mutatja, hogy a második ingatlanokban a rugalmasság, az időszakos használat és a költséghatékonyság miatt a mobilmegoldások a dominánsak, a vezetékes helyhez kötött internet itt csak szűkebb rétegnél jelenik meg.

Helyhez kötött telefon

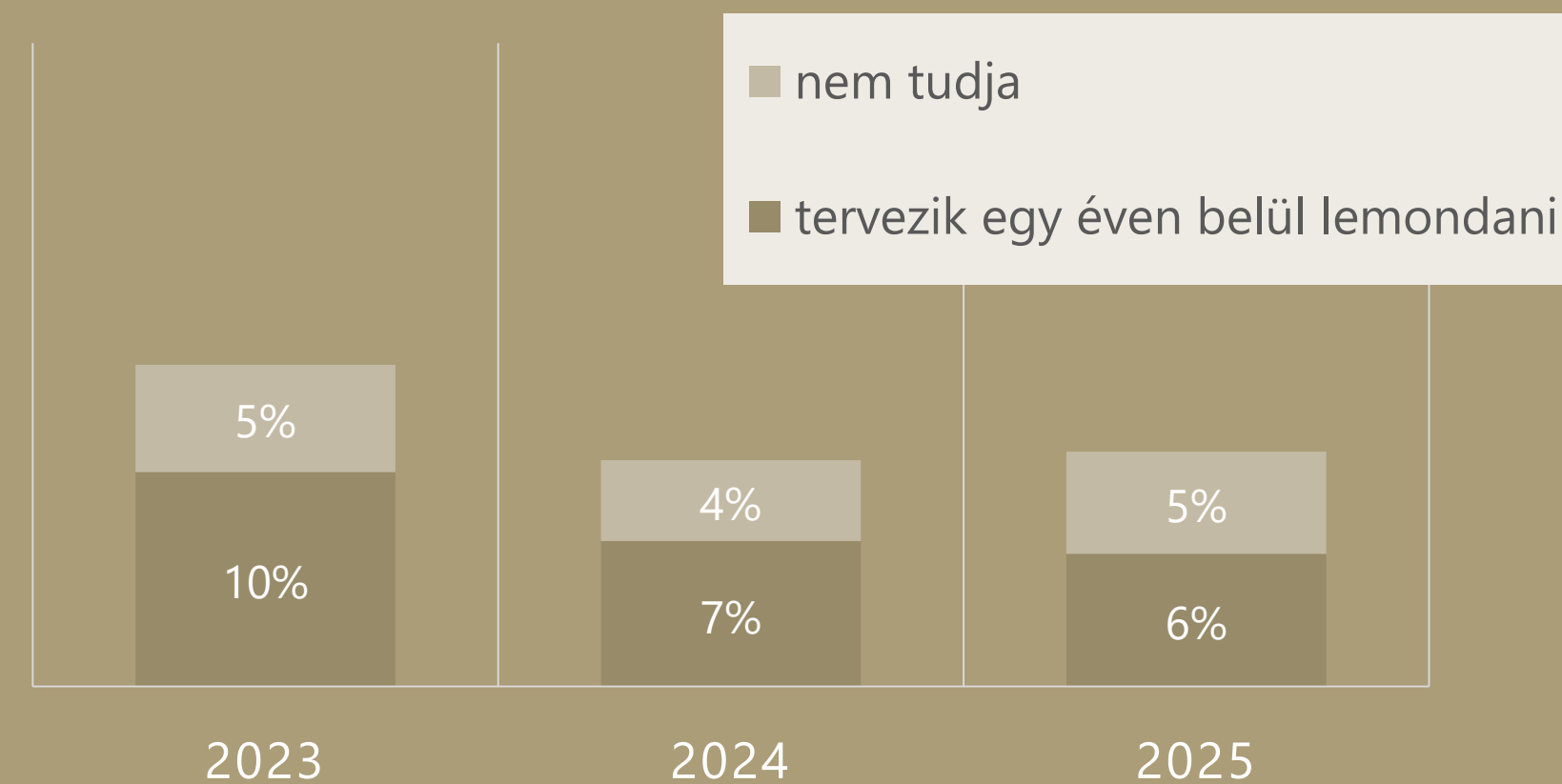
Az elmúlt időszakban nem csökkent a háztartásokban a helyhez kötött telefonok száma, azonban a következő időszakban további csökkenés várható

Helyhez kötött telefon penetráció – 2020-2025



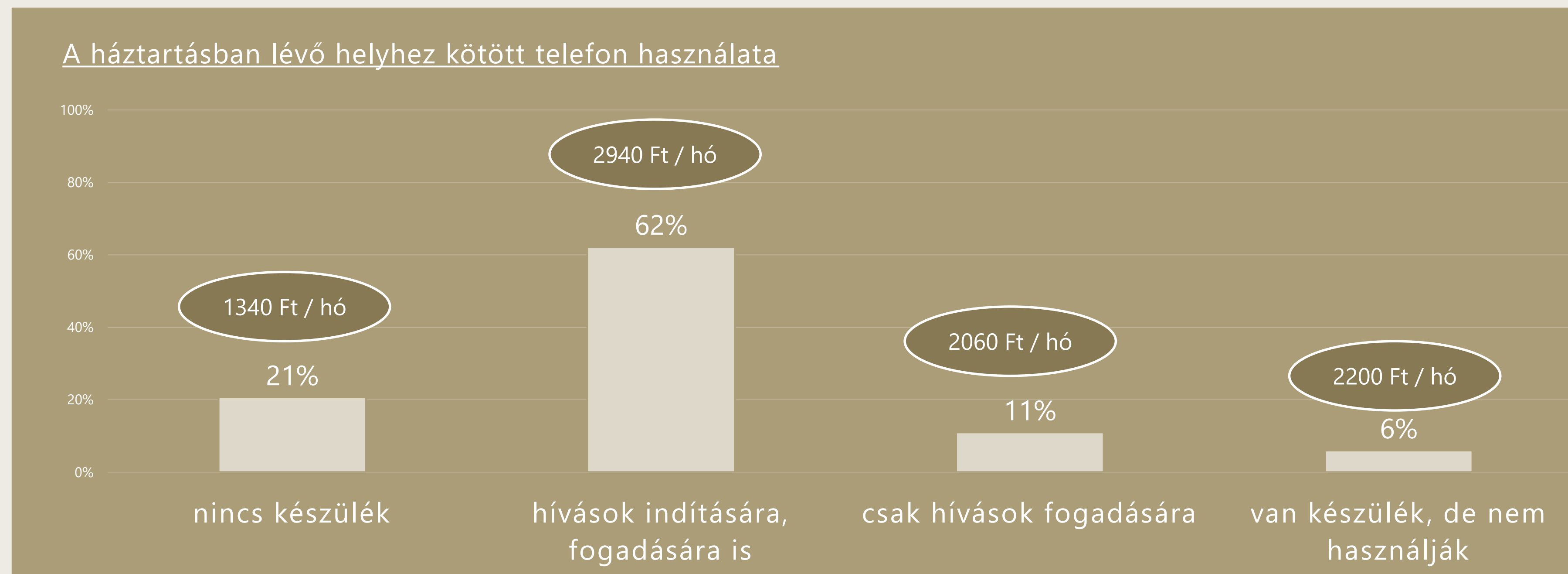
Bázis: összes háztartás (N=4,009 millió HT, n=3020)

A szolgáltatás lemondása



Bázis: HK telefonnal rendelkező HT (N=1,129 millió HT, n=815)

A többség hívások indítására és fogadására is használja a háztartásban lévő helyhez kötött telefon előfizetést



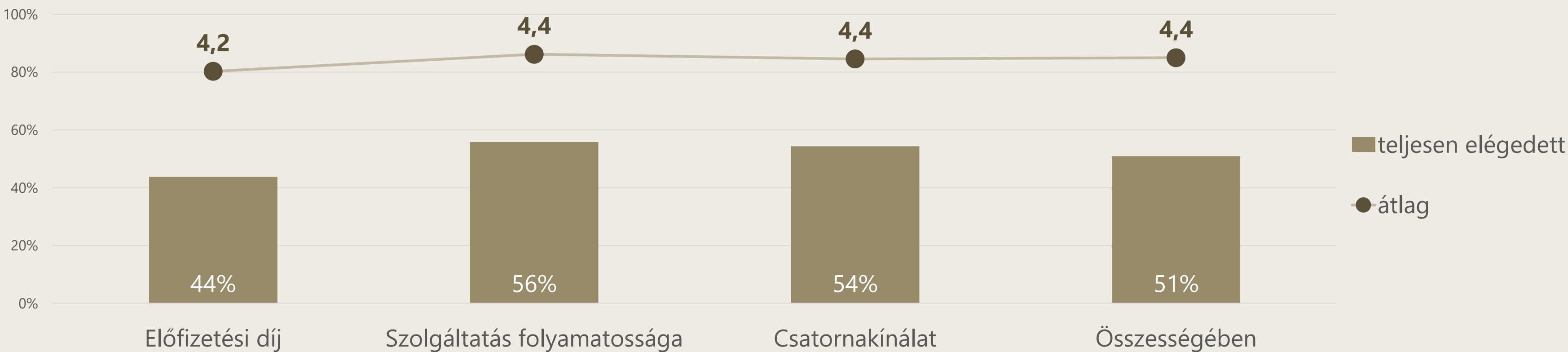
Az adott használat melletti havi költség az esetleges kedvezmények figyelembe vétele nélkül

2025-ben a helyhez kötött telefon penetrációja 28%, vagyis a háztartások kevesebb mint egyharmadában van vezetékes telefon, ami 2020-hoz képest (50%) markáns, folyamatos csökkenést jelent, és a trend alapján várhatóan tovább zsugorodik ez a piac. A lemondási szándék ugyanakkor nem drámai, de jól látható: 2023-ban a vonalas telefontal rendelkezők 10%-a, 2024-ben 7%-a, 2025-ben 6%-a tervezte egy éven belül lemondani a szolgáltatást, vagyis a penetráció esése mögött részben a fokozatos, de tartós lemondási szándék áll.

A helyhez kötött telefontal rendelkező háztartások 62%-ában aktívan használják a szolgáltatást hívások indítására és fogadására is, 11%-nál csak hívásfogadásra használják, 6%-nál van készülék, de nem használják, és 21%-nál már nincs is készülék a vonalhoz. A költség szorosan követi a használati intenzitást: a havi költség kedvezmények figyelembe vétele nélküli összege ott, ahol hívást indítanak és fogadnak, a legmagasabb (kb. 2940 Ft), csak hívásfogadás esetén alacsonyabb (kb. 2060 Ft), míg ahol nincs készülék vagy alig használják, ott a költség 1340–2200 Ft körül alakul, ami arra utal, hogy a kevésbé használt vonalaknál a háztartások hajlamosak olcsóbb csomagokra vagy minimális szolgáltatásra váltani.

Televízió
Streaming
Online tv

Elégedettség a szolgáltatással- fizetős televízió 2025

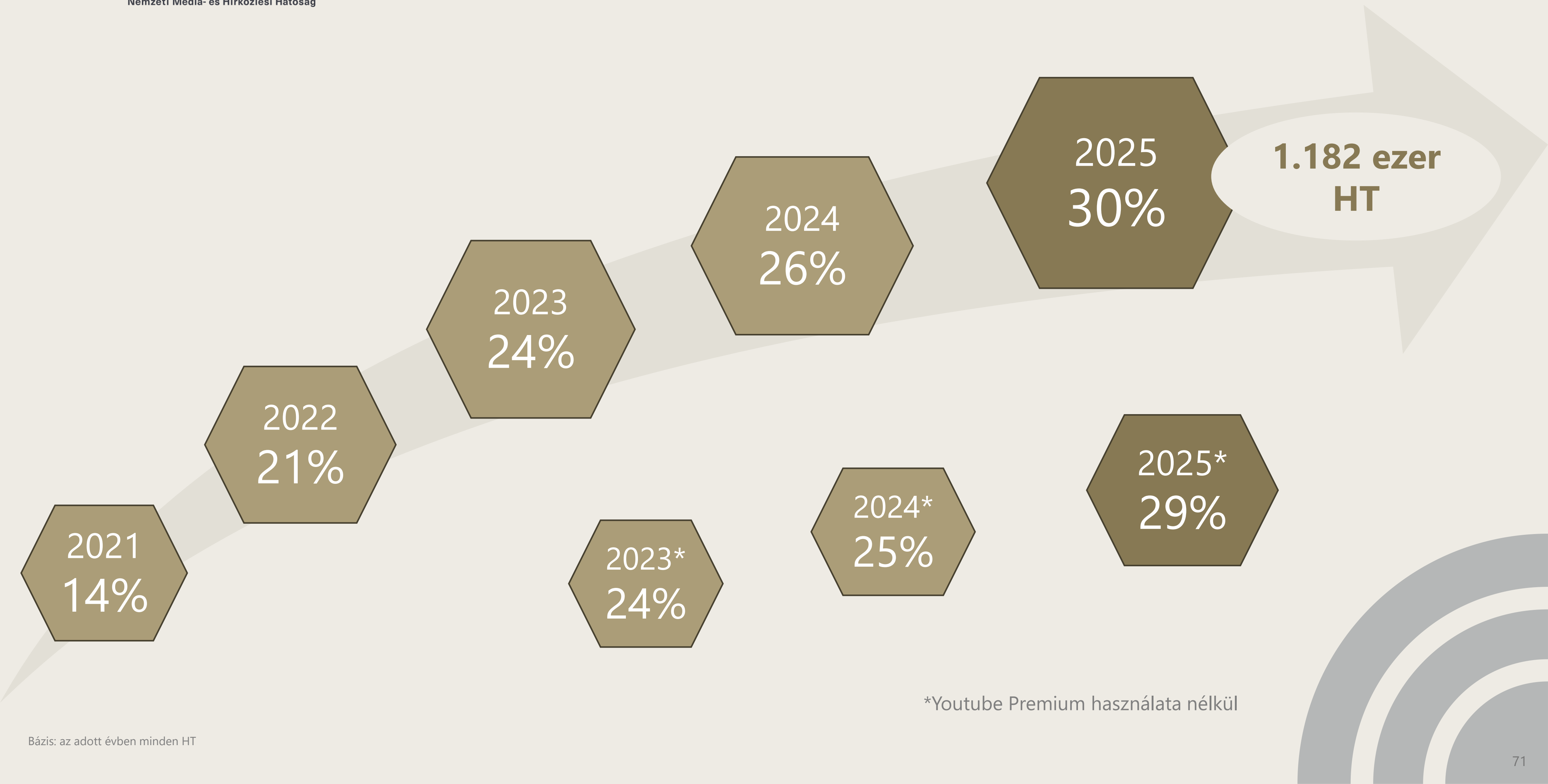


2024				
teljesen elégedett	41%	56%	57%	53%
átlag	4,1	4,4	4,4	4,4

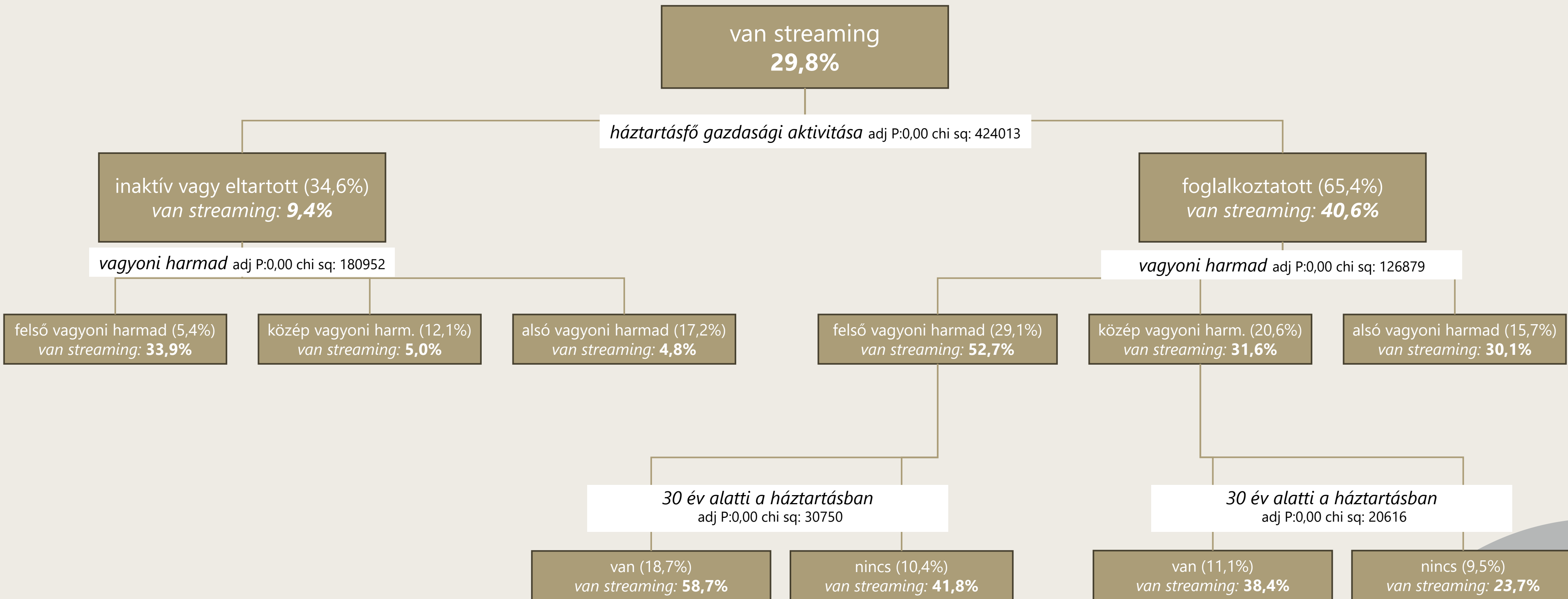
Bázis: ahol van fizetős televízió szolgáltatás (3,474 millió HT, n=2610)

A fizetős TV szolgáltatásokkal kapcsolatos elégedettség kiemelkedően magas: átlagosan 4,4-es értékeléssel, 51% teljesen elégedett, ahol a legjobb értékelési dimenzió a szolgáltatás folyamatossága (4,45 átlag, 56% teljesen elégedett), a leggyengébb pedig az előfizetési díj (4,21 átlag, 44% teljesen elégedett). 2024-hez képest enyhe javulás következett be az ár megítélésében (41%→44% teljesen elégedett, 4,1→4,21 átlag), miközben a többi dimenzió stabilan magas szinten maradt.

Tovább növekedett a streaminget használó háztartások száma



A streaminghasználat a háztartásban – döntési fa



A modell szempontjából azt a háztartást tekintjük streaminghasználónak, ahol bármely háztartástag használja valamelyik streaming platformot.

A modell szempontjából azt a háztartást tekintjük streaminghasználónak, ahol bármely háztartástag használja bármely streaming platformot.

A legerősebb választóvonal

- A háztartásfő gazdasági státusza: ha aktív, **41%** a streaming-használat, ha inaktív, **9%**

Jelentős a vagyoni korlát

- Még a foglalkoztatottak körében is jelentős a különbség: a felső vagyoni harmadban **53%-nál** van streaming, az alsó vagyoni harmadban ez **30%**

A legaktívabb csoport

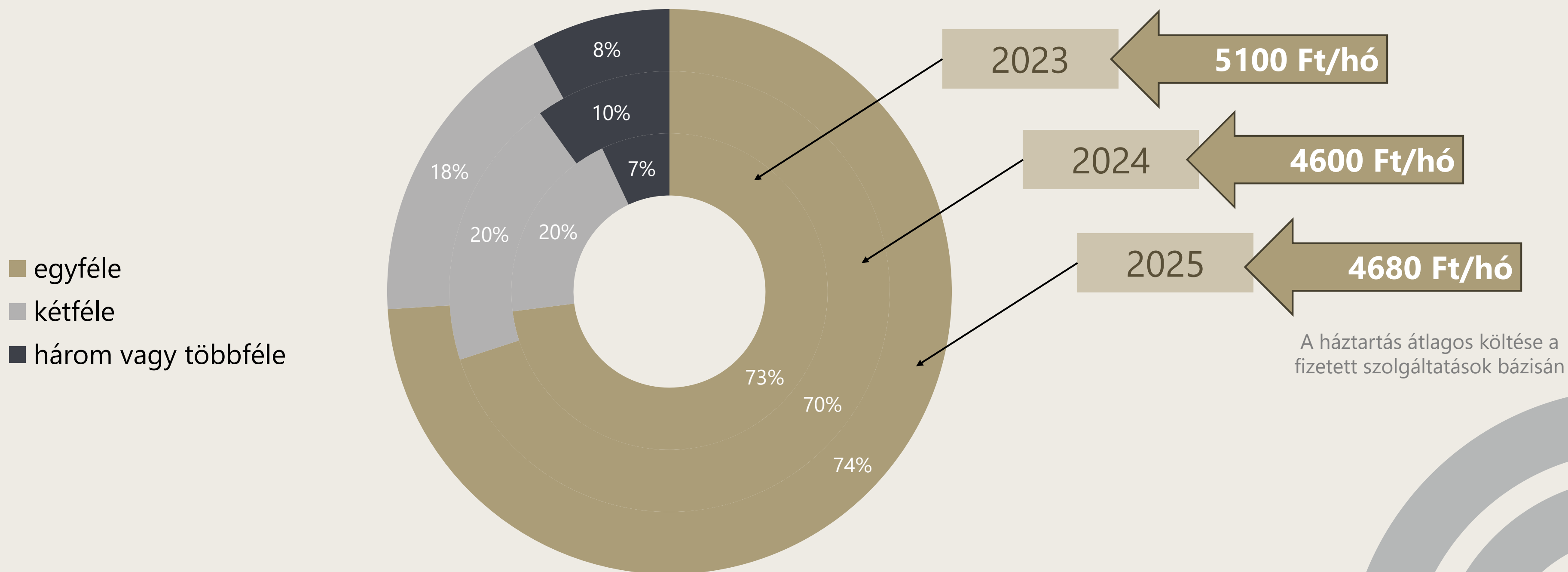
- Foglalkoztatott háztartásfő, a háztartás a felső vagyoni harmadban, és van a háztartásban 30 év alatti fiatal.
- Itt a legmagasabb a penetráció: **59%**, ez majdnem a duplája az országos 30%-os átlagnak.

A leginkább kimaradók

- Mindössze **5%** a streaming-használó.
- A háztartás az alsó vagyoni harmadban inaktív háztartásfővel.

A legtöbb háztartásban továbbra is csak egyetlen streamingszolgáltatót használnak

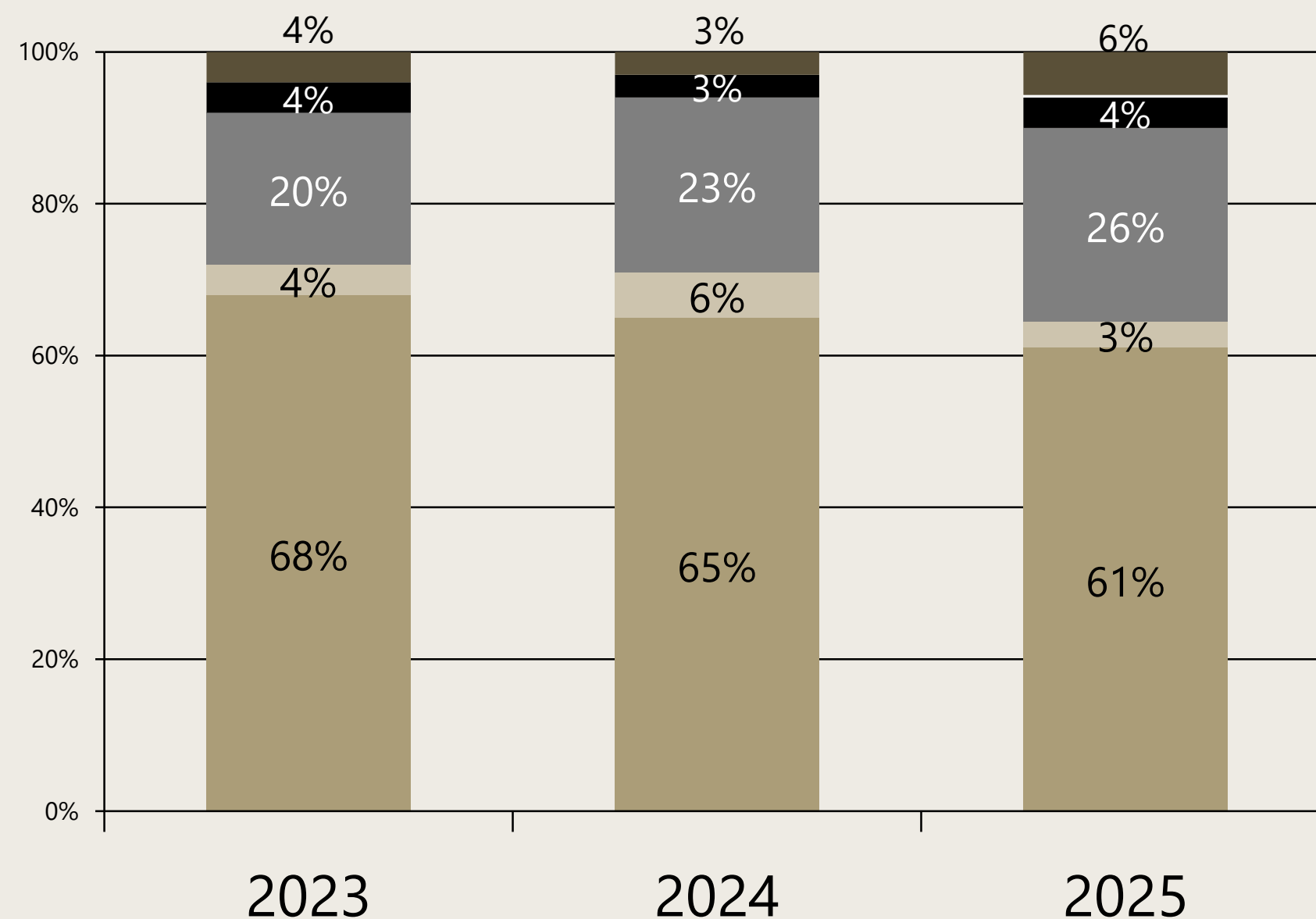
A háztartásban használt streamingszolgáltatók száma



Növekszik a streaming szerepe, de nem helyettesítő, hanem kiegészítő szolgáltatásként - emelkedik azoknak a háztartásoknak a száma, ahol egyszerre van fizetős tv és streamingszolgáltatás is

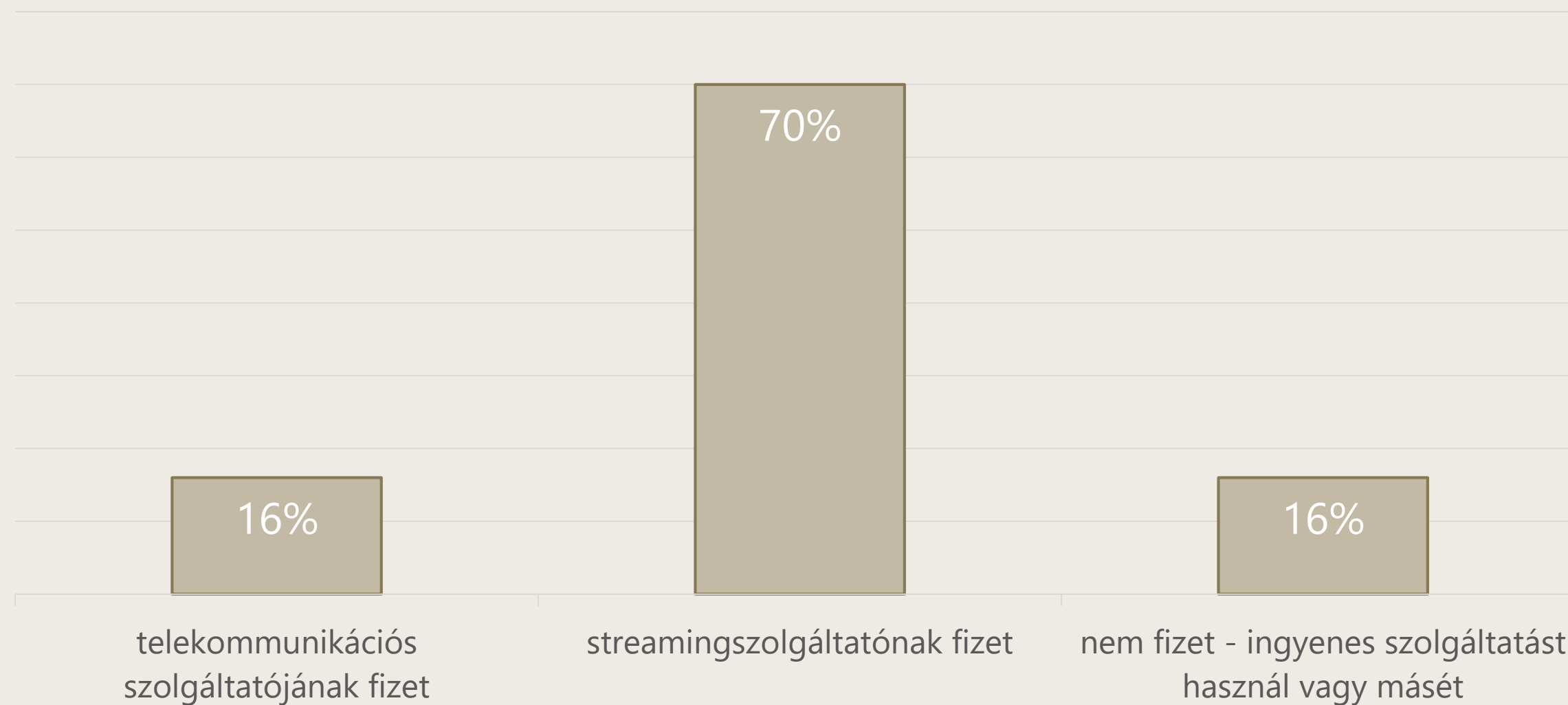
A háztartásban használt streaming és televíziós szolgáltatások

- nincs se fizetős TV, se streaming, se ingyenes MindigTV
- streaming van és ingyenes MindigTV
- csak streaming van
- fizetős TV és streaming is van
- csak ingyenes MindigTV van
- csak fizetős TV szolgáltatás van



A streaminget használó háztartások nagy többsége közvetlenül a streamingszolgáltatónak fizeti a díjat

Miként fizetnek a streamingszolgáltatásért?



Egy háztartás többféle módon is fizethet!

A streamingszolgáltatások penetrációja folyamatos növekedést mutat. A 2021-es 14%-ról 2025-ben 30%-ra növekedett (Youtube Premium nélkül 29%), ami 1,182 millió háztartást érint.

A streaminghasználat magasabb a nagy létszámú (3+ fős: 41–45%), gyerekes (46%), budapesti/megyei jogú városi (37–40%), magasabb végzettségű (érettségi+: 36–43%) és jobb vagyoni helyzetű (felső harmad: 50%) háztartásokban, míg alacsonyabb az egyszemélyes (17%), vidékies, alacsony státuszú csoportokban (10–23%).

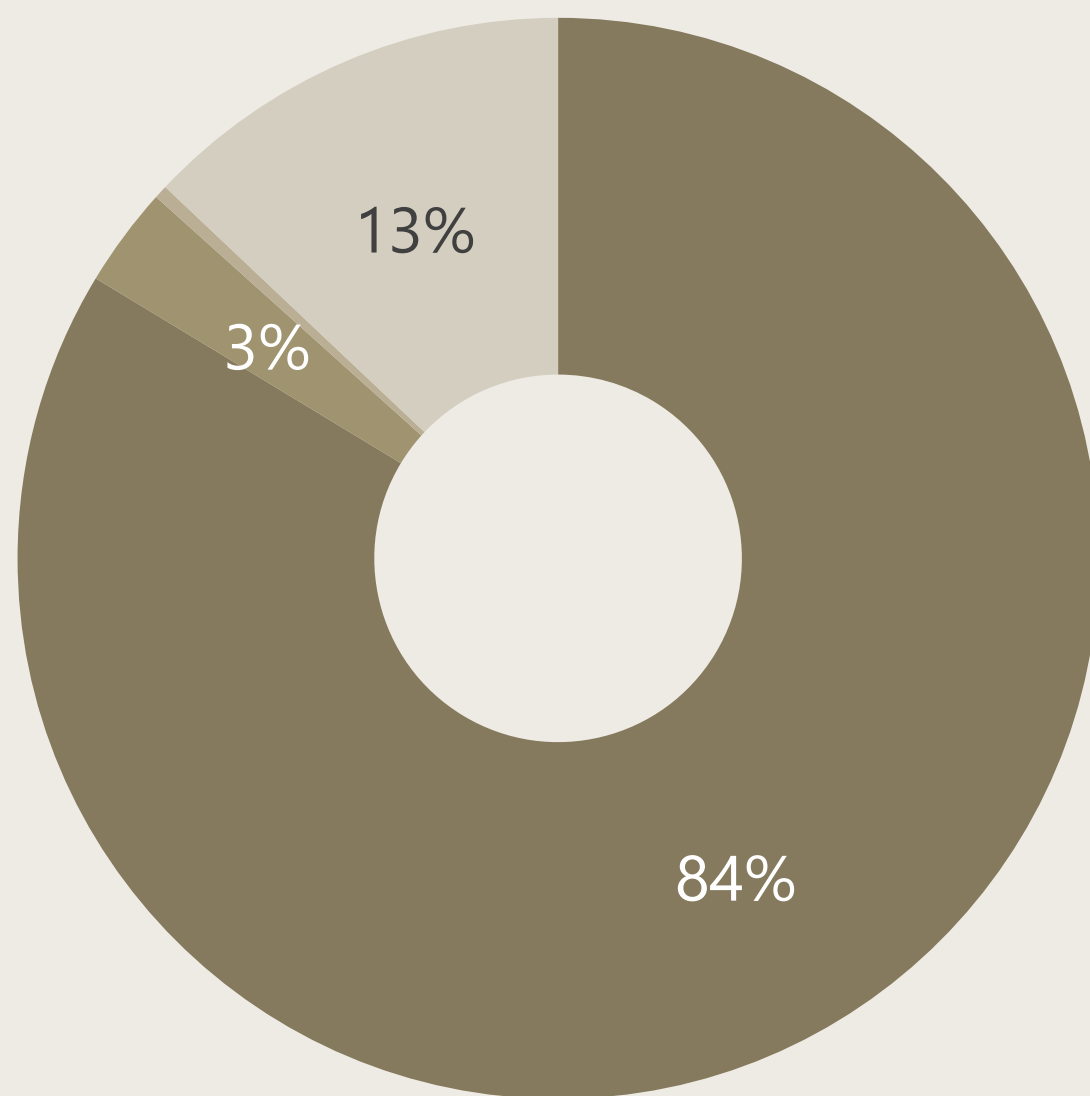
A háztartások által használt streamingszolgáltatások átlagos száma stabil: 74% egy szolgáltatást használ, 18% kettőt, 8% hármat vagy többet, ami 2023–2025 között kiegyensúlyozott maradt, miközben a fizetett szolgáltatások átlagos havi díja 5 100 Ft-ról (2023) 4 680 Ft-ra mérséklődött.

A TV-streaming kereszthasználat erősödik: 2025-ben a háztartások 26%-ában van mind fizetős TV, mind streaming (2023: 20%, 2024: 23%), miközben a csak fizetős TV aránya 61%-ra csökkent (2023: 68%), a csak streaming pedig stabil 4%.

A streaminget használó háztartások 70%-a közvetlenül a streamingszolgáltatónak fizet, 16% a telekommunikációs szolgáltatónak (pl. bundle-ben), 16% pedig ingyenesen vagy másét használja.

A háztartások 4%-ban (közel 143 ezer HT-ban) használnak valamilyen online TV-szolgáltatást.

Fizetős TV és online TV szolgáltatás a háztartásokban



- csak TV szolgáltatás van
- TV és online TV is van
- csak online TV van
- nincs se TV, se online TV

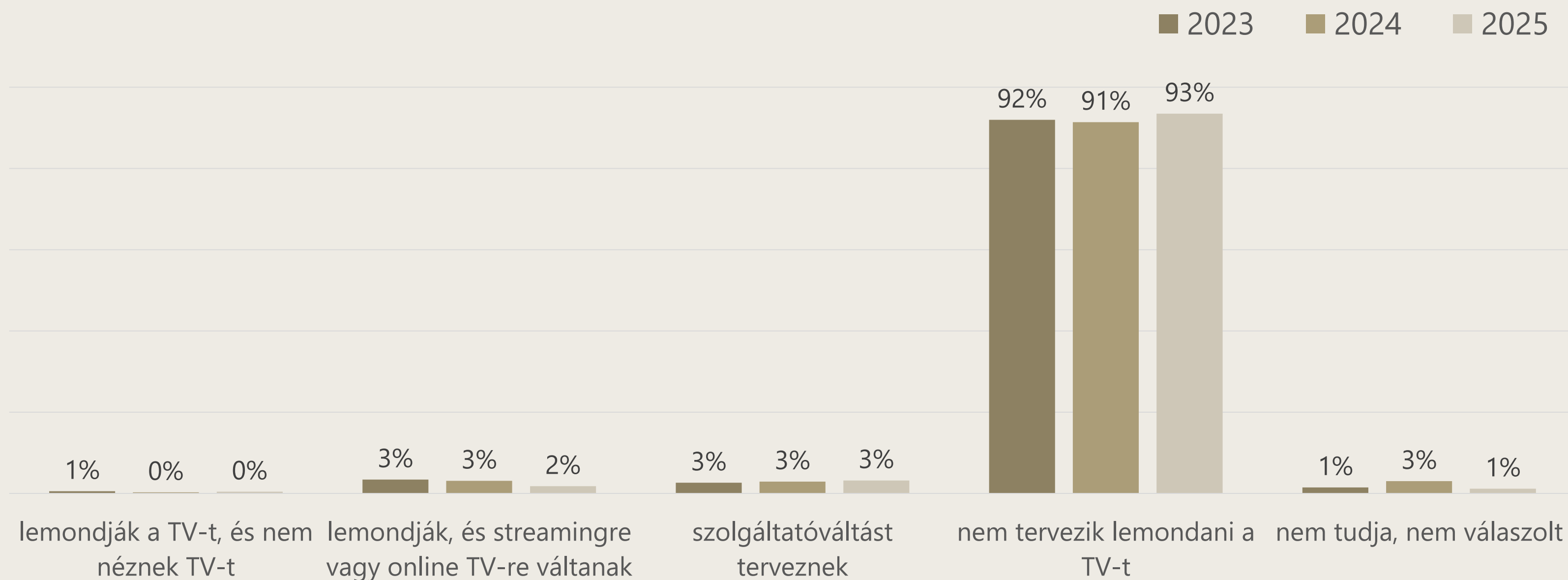
a használók 31%-a ingyenes szolgáltatást használ

a fizetett szolgáltatásokért átlagosan 2940 Ft/hó díjat fizetnek

a szolgáltatások 62%-a egy csomag részeként van a háztartásban

A fogyasztók többsége továbbra sem tervez változtatni a fizetős televízió szolgáltatásán

A fizetős TV-szolgáltatás szerződésével kapcsolatos tervezett változtatás – 2023-2025



2025-ben is alacsony az online TV használata: a háztartások kb. 4%-ában (143 ezer HT) használnak ilyen szolgáltatást, ahol a fizetett szolgáltatásokért átlagosan 2 940 Ft/hó díjat fizetnek. Ezen szolgáltatások 62%-a csomag részeként érhető el.

Az online tv szolgáltatást használó háztartásokban a fizetős TV és online TV kereszthasználata a domináns, gyakorlatilag nincs csak online TV-t használó háztartás. A háztartások 84%-a csak fizetős TV-t használ, 3% mindkettőt, 13%-uk egyiket sem. Ez jól mutatja, hogy az online TV kiegészítő, nem helyettesítő szerepet tölt be a hagyományos fizetős TV mellett.

A hagyományos tv-szolgáltatáshoz kapcsolódó váltási tervekből úgy tűnik, hogy a fogyasztók lojálisak maradnak a fizetős TV-hez, ahol a stabilitás és a megszokott kínálat felülírja a digitális alternatívák vonzerejét. Stabilak a fizetős TV piacának kilátásai, mert a fogyasztók nem terveznek jelentős változtatásokat ezen a téren (sem): a fizetős TV-vel rendelkezők 93%-a nem tervez változtatni a szolgáltatásán, 3% szolgáltatóváltást fontolgat, 2% streamingre vagy online TV-re váltana.

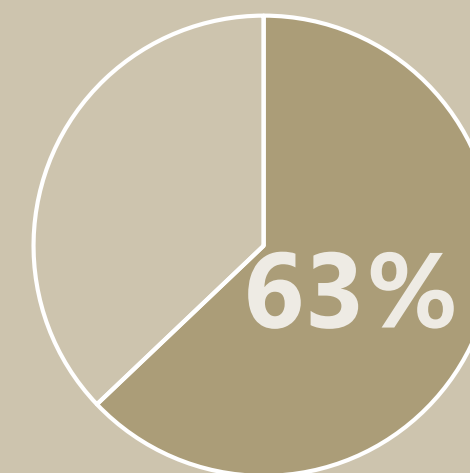


**A HÁZTARTÁSOK 10%-A SZOKTA
OTTHON VAGY MÁSHOL NÉZNI
AZ INGYENES FÖLDFELSZÍNI
MINDIG TV-T.**

Bázis: összes háztartás (N=4,009 millió HT, n=3020 HT)

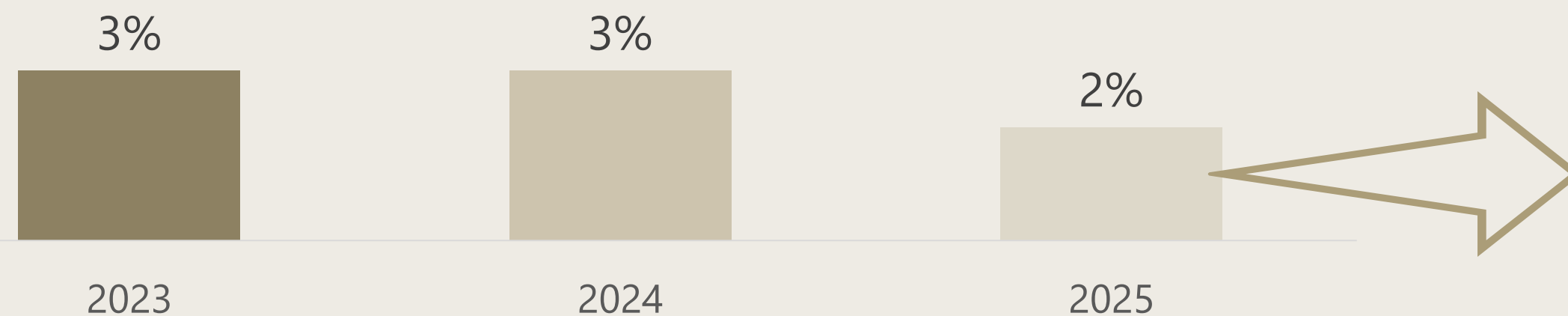
**FIZETŐS TV SZOLGÁLTATÁST NEM
HASZNÁLÓK JELENTŐS HÁNYADA
A MINDIG TV-VEL HELYETTESÍTI
A FIZETŐS TV
SZOLGÁLTATÁST**

Bázis: ahol van TV készülék, de nincs előfizetés (N=235 ezer HT, n=202)

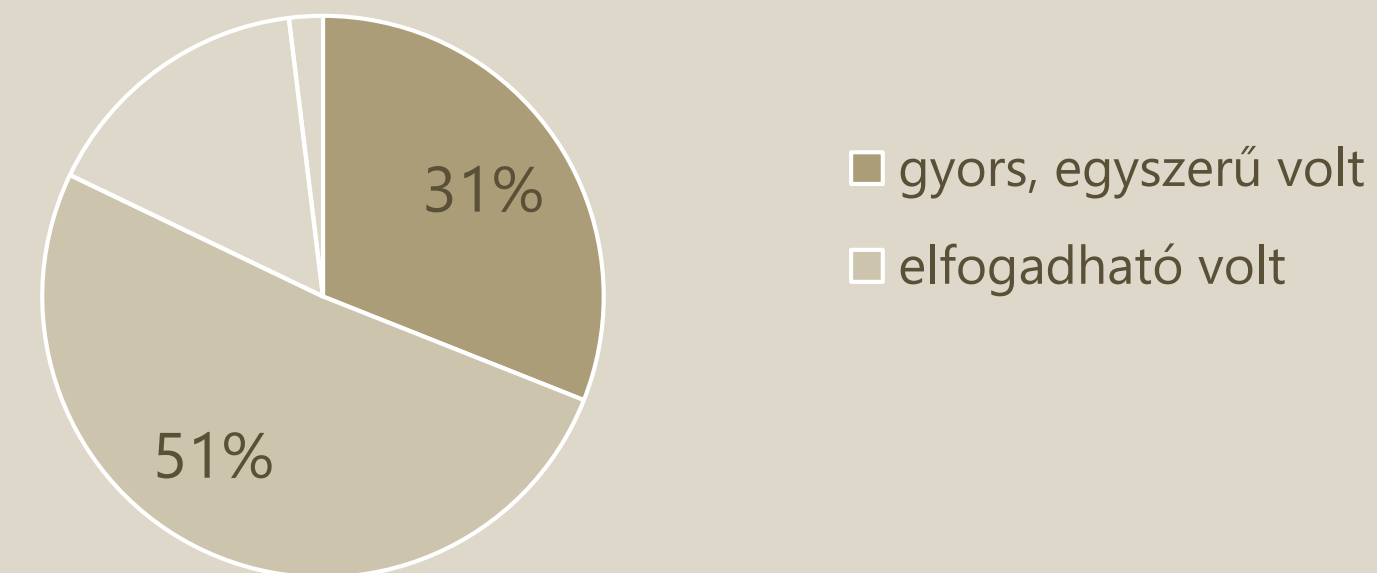


Nagyon kevesen változtatták meg valamely helyhez kötött szolgáltatásuk szolgáltatóját

Helyhez kötött szolgáltatás szolgáltatóját az elmúlt 12 hónapban megváltoztatók – 2023-2025



A váltás folyamata... - 2025



A váltás oka:

Elégedetlenek voltunk az előző szolgáltatóval	37%
Jobb ajánlatot kaptunk a másik szolgáltatótól	33%
Költözés miatt	18%
Az előző szolgáltató drága volt	17%
Az előző szolgáltató megszűnt / átalakult	11%
Szerettük volna, ha egy szolgáltatónál van minden előfizetésünk	8%

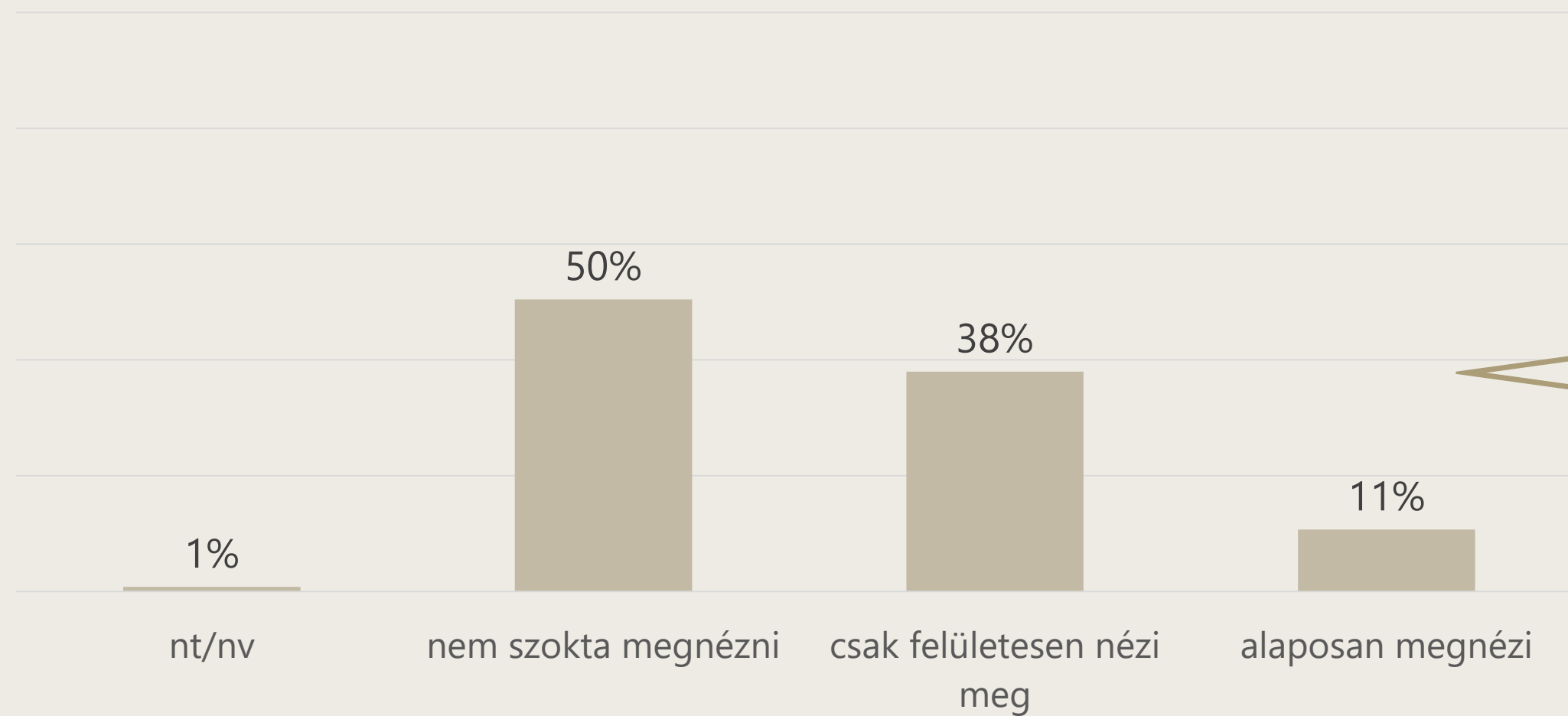
Bázis: HK szolgáltatást váltó HT (N=57 ezer HT, n=45)

A helyhez kötött szolgáltatások (TV, internet, telefon) szolgáltatóját váltók aránya nagyon alacsony: 2023-ban 3%, 2024-ben 3%, 2025-ben 2% (57 ezer HT).

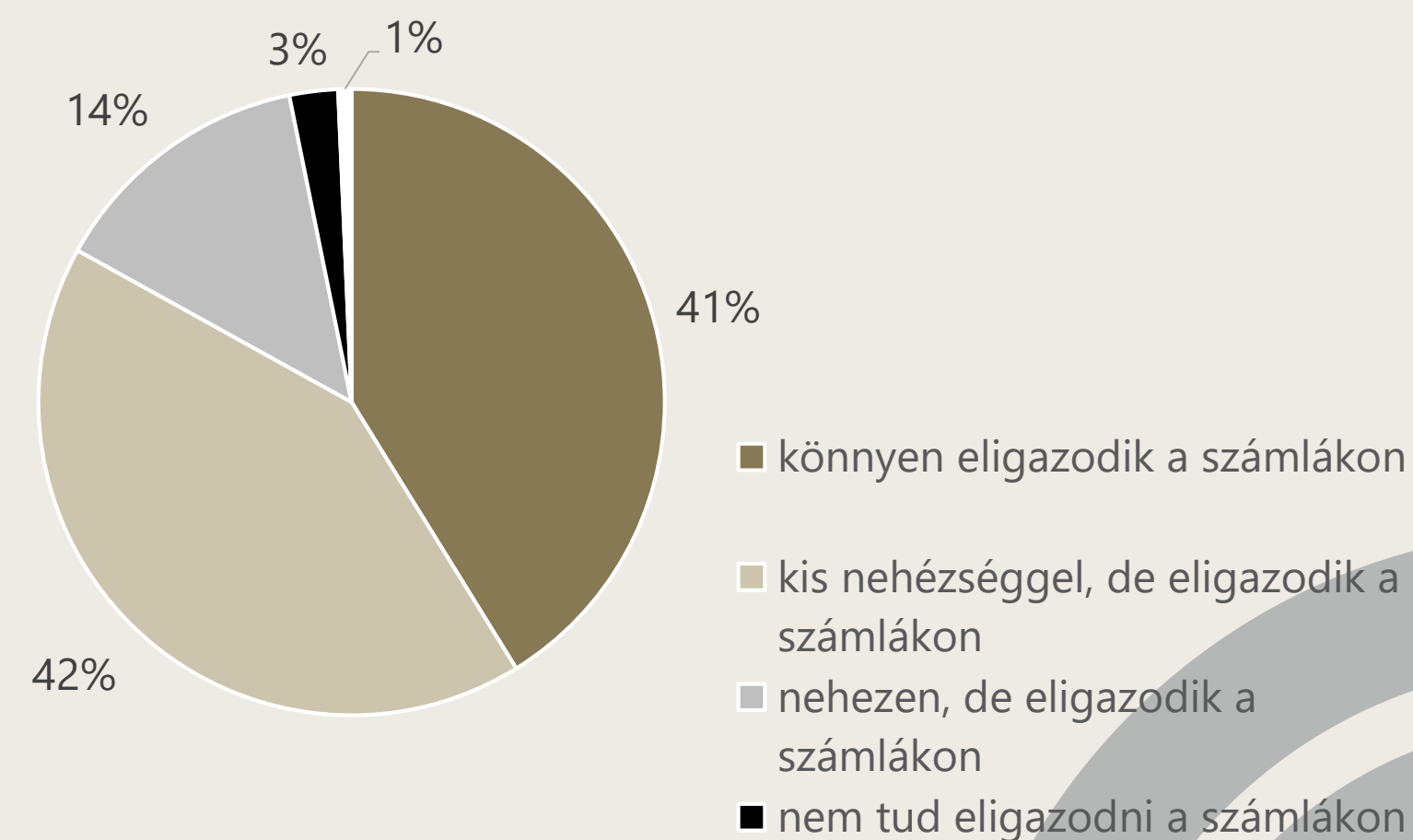
A váltás oka elsősorban az előző szolgáltatóval való elégedetlenség (37%), a jobb ajánlat (33%), költözés (18%), az előző szolgáltató drágasága (17%), esetleges megszűnés/átalakulás (11%) vagy a fogyasztó részéről felmerülő egyszolgáltatós igény (8%). A váltás menete zömében elfogadható vagy gyors/egyszerű volt (összesen kb. 82%), csak 16% találta bonyolultnak/hosszadalmasnak, ami azt mutatja, hogy maga a váltás menete és az ügyfél-átjárhatóság megfelelő.

Fogyasztói tudatosság

A távközlési szolgáltató számláinak áttekintése



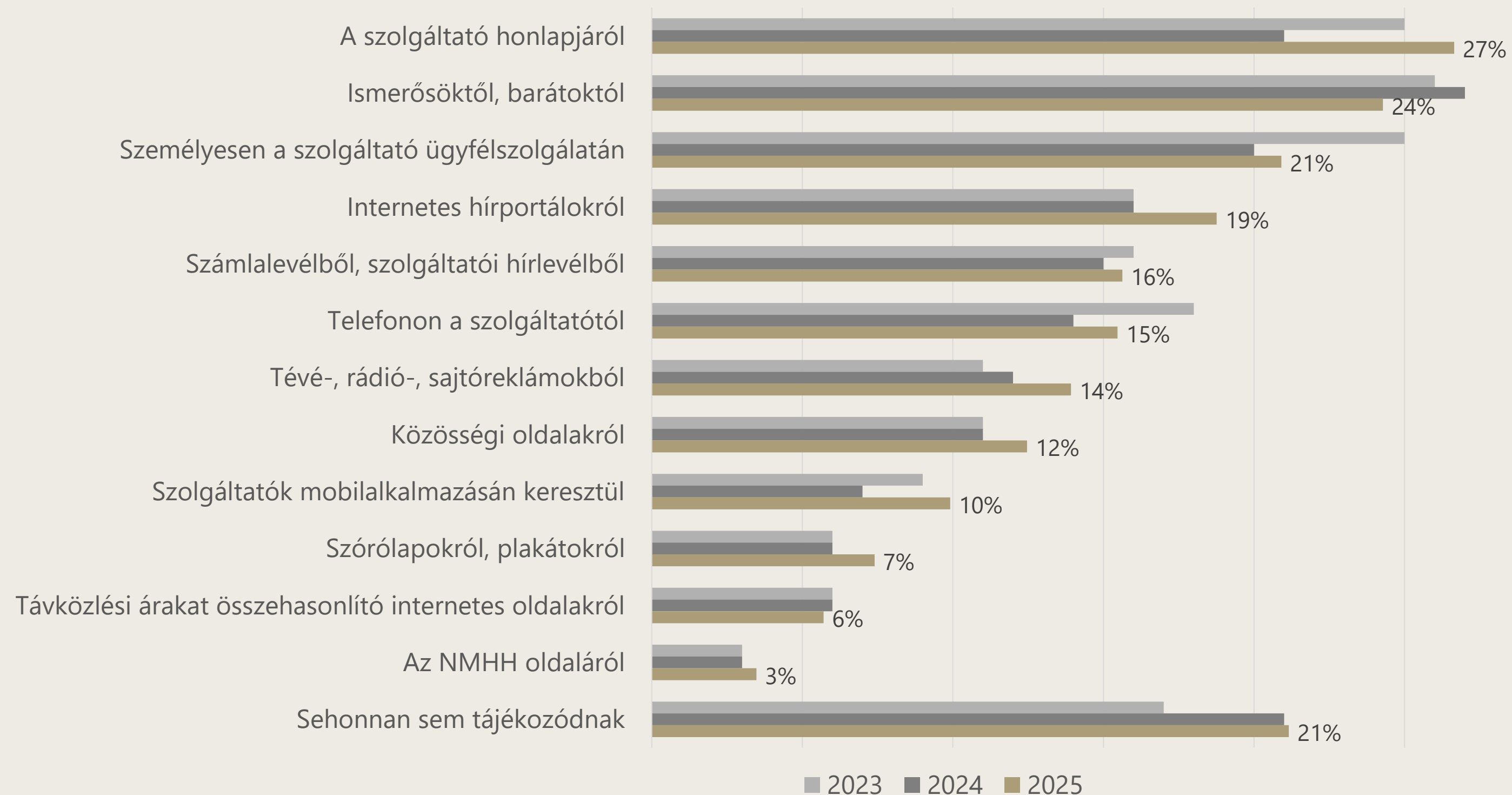
A számlák áttekinthetősége



Bázis: akik megnézik a számlát (N=1,940 millió HT, n=1436)

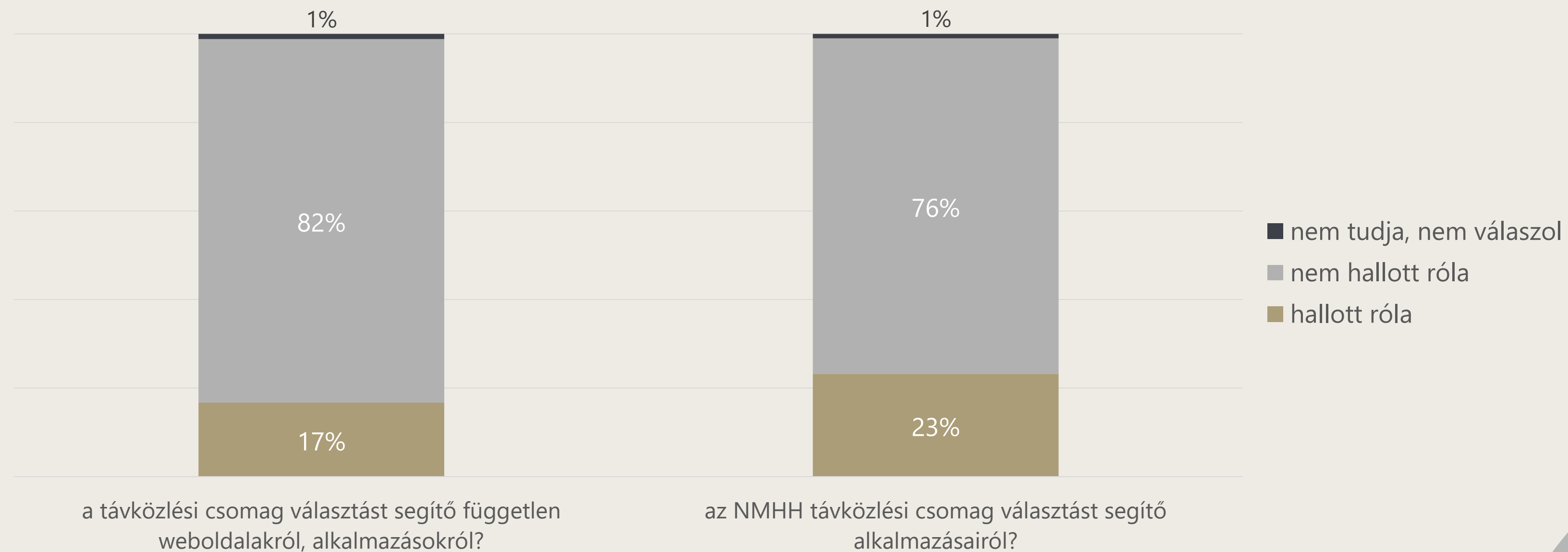
Továbbra is a szolgáltatók honlapja és a személyes ismeretséghez kapcsolódó tájékozódás a legnépszerűbb a távközlési szolgáltatásokkal kapcsolatos információszerzés során

A tájékozódás platformjai



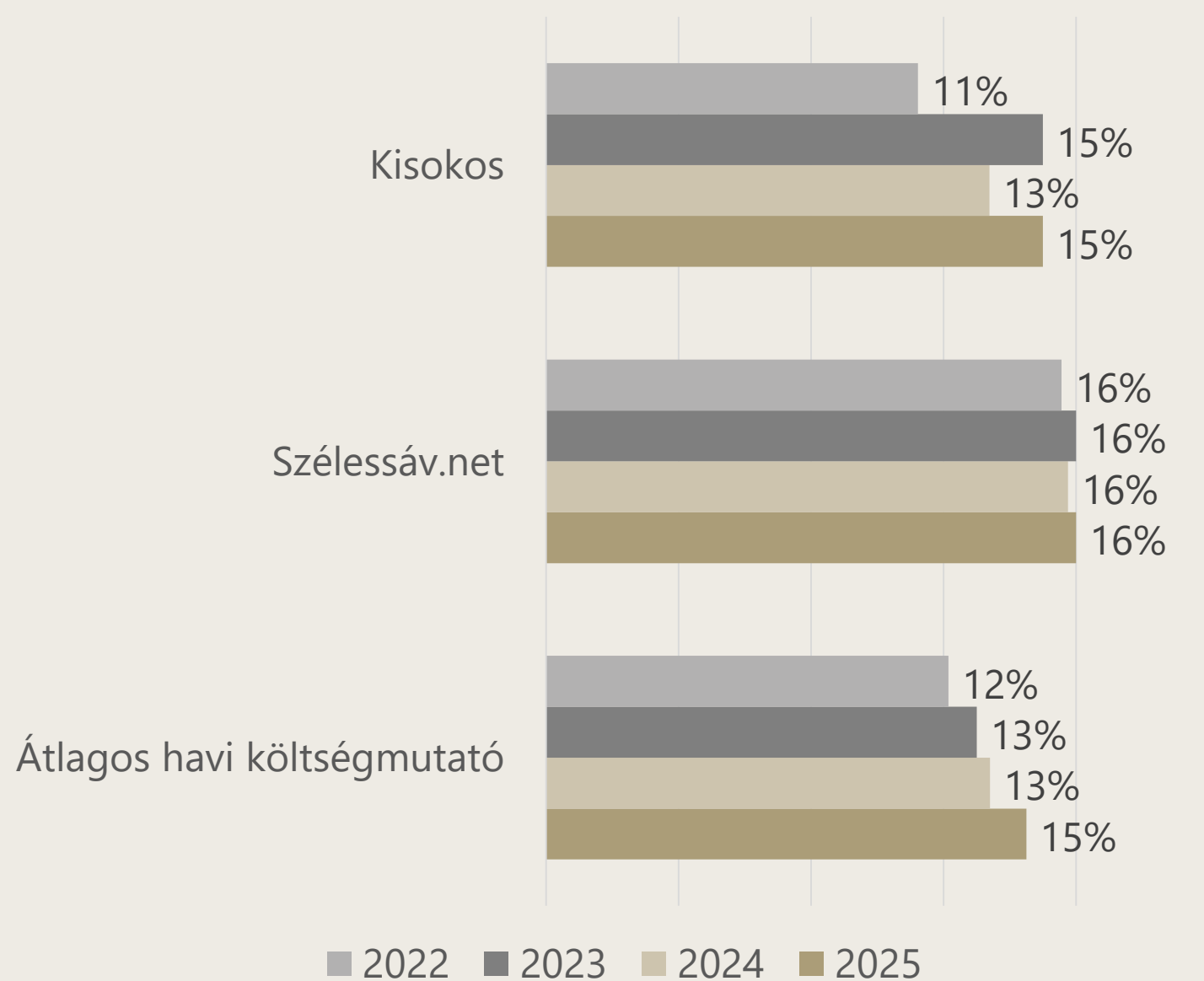
A fogyasztók többsége nem ismeri a távközlési csomagok választását segítő platformokat

Hallott-e már ...?

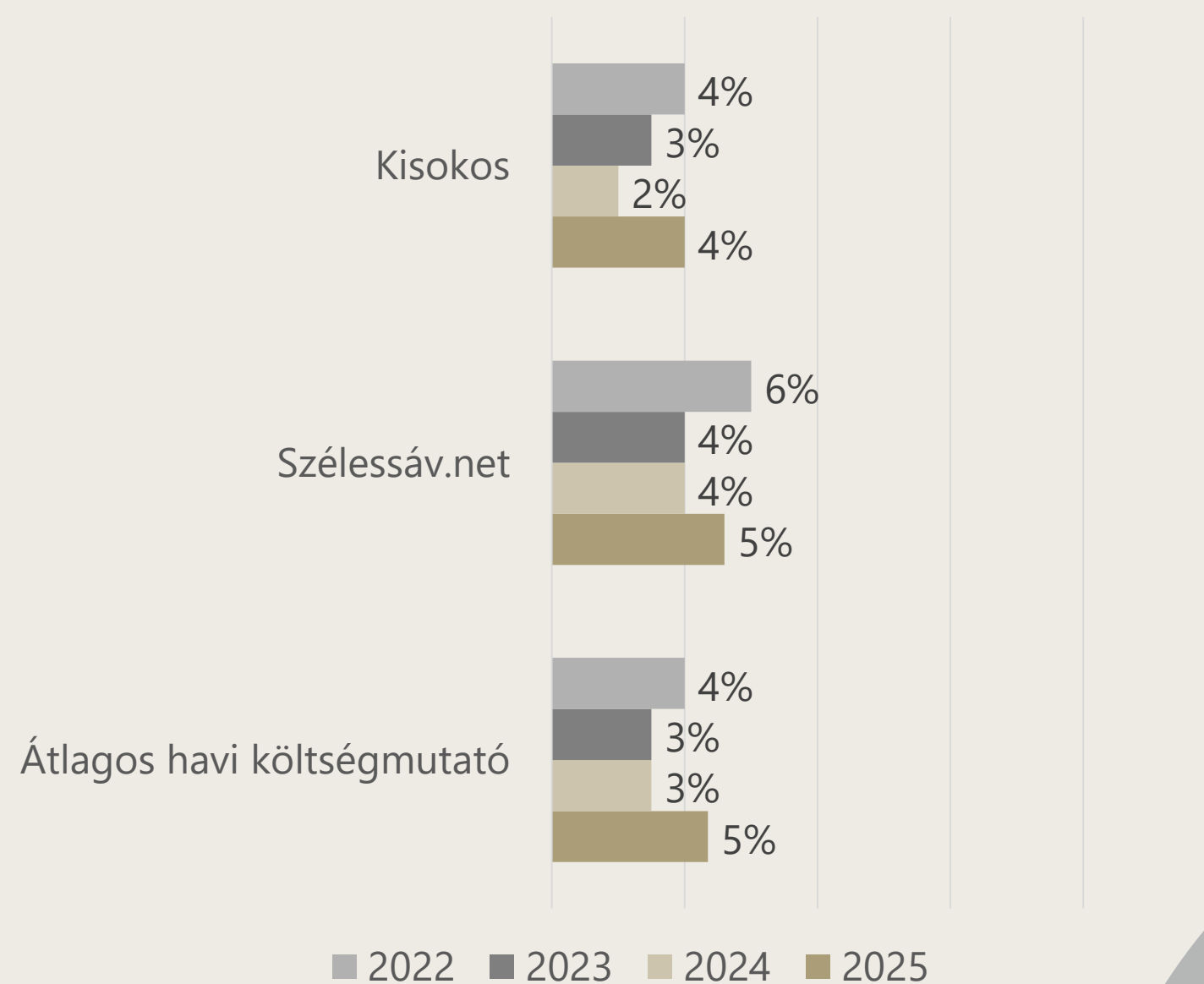


Csak kevesen használják az NMHH tájékozódást segítő alkalmazásait

Az NMHH alkalmazások ismertsége



Az NMHH alkalmazások használata



Sokan nem fordítanak időt a távközlési számláik megnézésére.

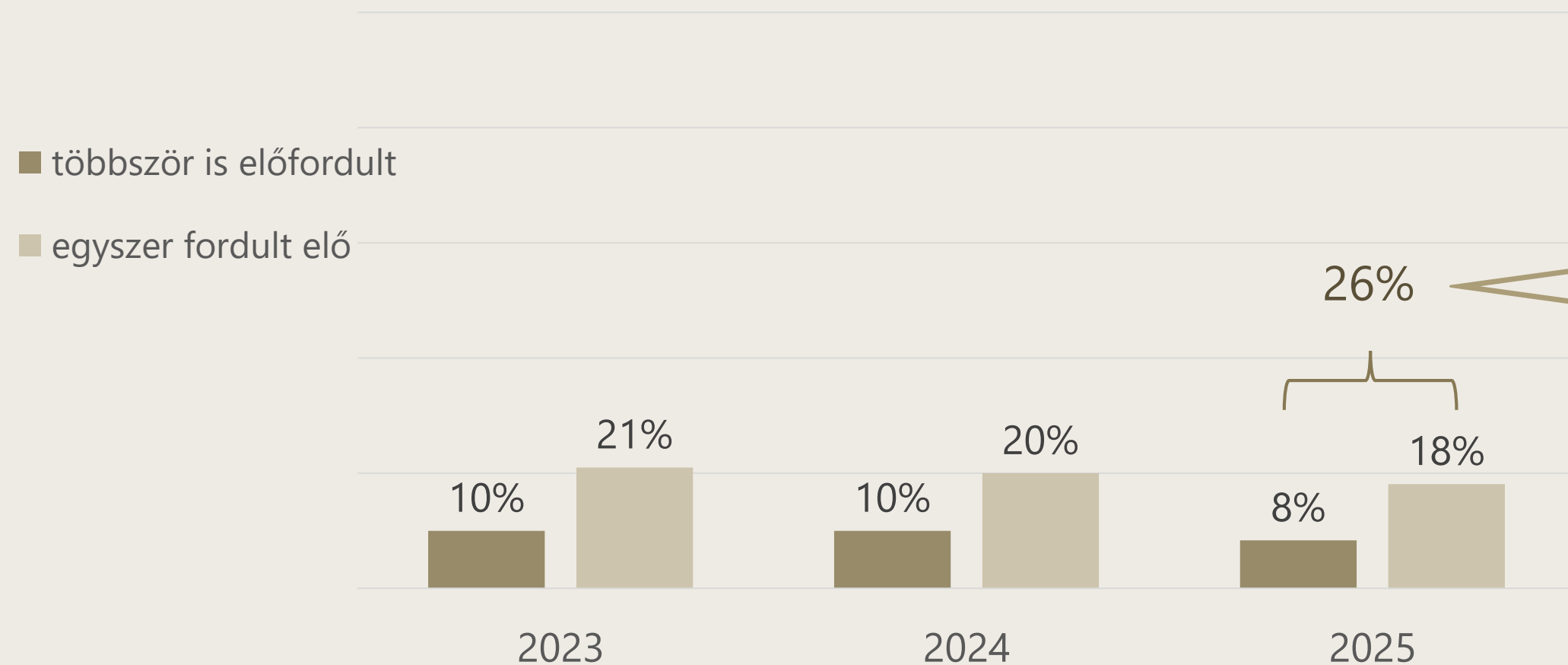
A fogyasztók mindössze egytizede (11%) nézi át tüzetesen a számláit, további 38% átfutja ezeket; minden második azonban egyáltalán nem néz bele a távközlési szolgáltatóktól kapott számlákba. A számlákat áttekintők 41%-a könnyen, további 42%-a kisebb erőfeszítéssel át tudja tekinteni a számláit.

A telekommunikációs szolgáltatásokat igénybe vevő háztartások elsősorban a szolgáltatók nyújtotta lehetőségeket használják a távközlési kérdésekben történő tájékozódásaik során. Elsősorban a szolgáltatók különböző ügyfélkapcsolati csatornáin keresztül: weboldal 27%, személyes ügyfélszolgálat 21%, telefonos ügyfélszolgálat 15%. Jelentős szerepet játszanak a tájékozódásban az informális csatornák: ismerősöktől, barátoktól a fogyasztók 24% tájékozódik.

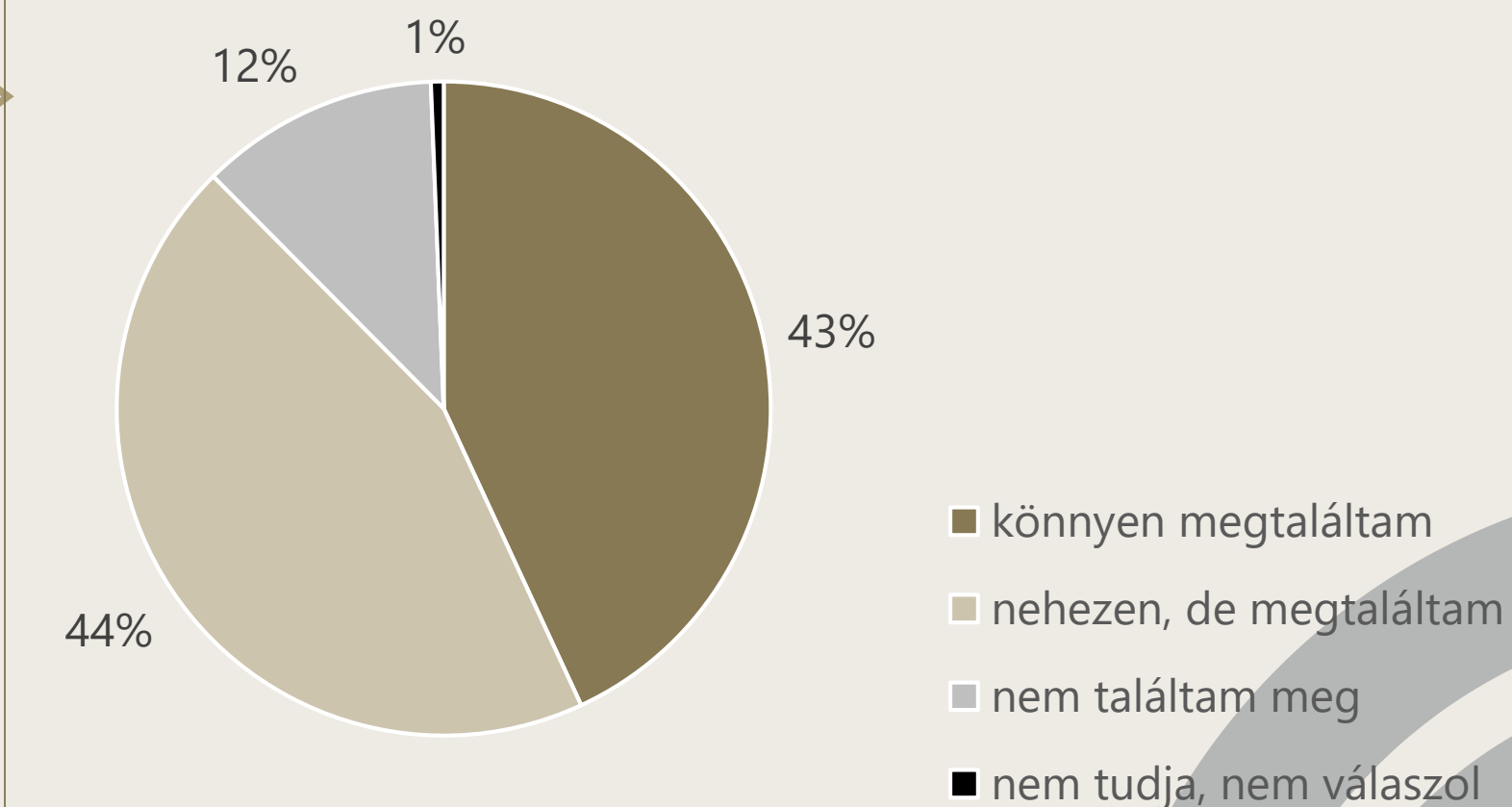
Az NMHH által fejlesztett és üzemeltetett megoldásoknak összességben mérsékelt az ismertsége, és a használata. Az „Átlagos havi költségmutató”-t 15% ismeri, és 5% használta már. A „Szélessáv.net” ismertsége 16%, és 5% használta már valaha. A „Kisokos”-ról 15% hallott már, és 4% használta valaha.

Minden negyedik háztartásban kerestek információt a **helyhez kötött internet** szolgáltatás szerződésében – az ügyfelek többsége kisebb-nagyobb erőfeszítéssel meg is találta a dokumentumban a keresett információt

Informálódás a HK internet előfizetési szerződésből
– 2023-2025



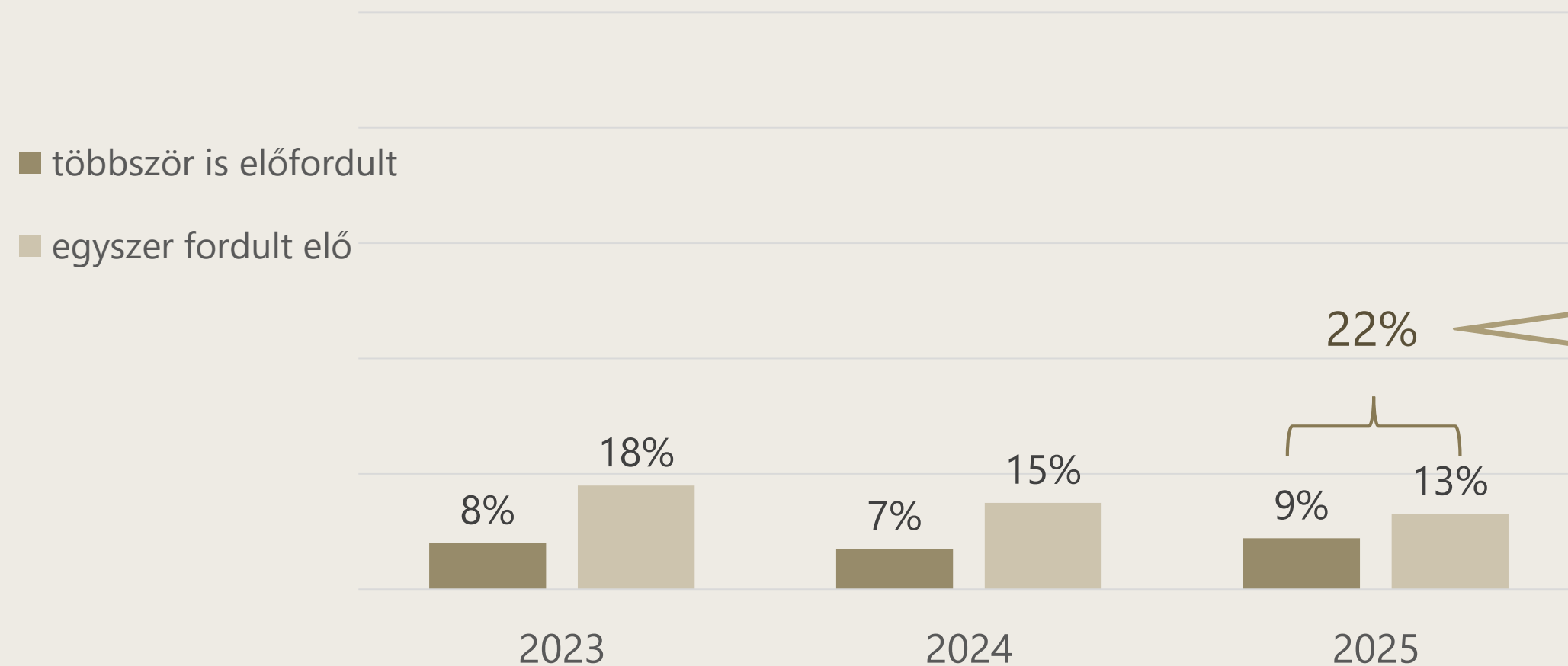
Mennyire volt könnyű megtalálni a keresett dolgot a szerződésben? - 2025



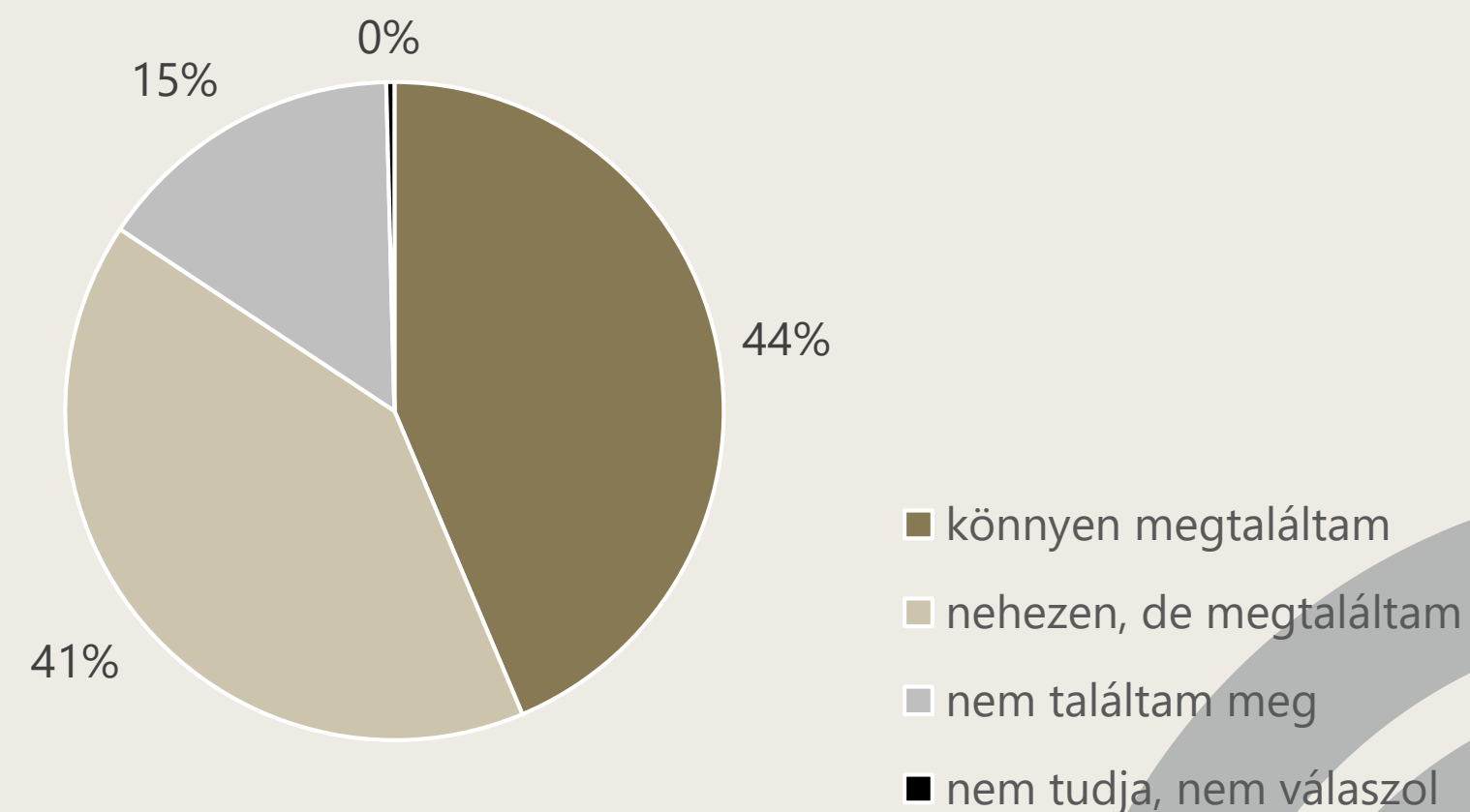
Bázis: a szerződésből informálódók (N=1,0 millió HT, n=703)

Sokan kerestek a **mobilnet** szolgáltatásukkal kapcsolatos információ a szolgáltatási szerződésben – a többségük meg is találta a keresett információt

Informálódás a mobil előfizetési szerződésből – 2023-2025



Mennyire volt könnyű megtalálni a keresett dolgot a szerződésben? - 2025

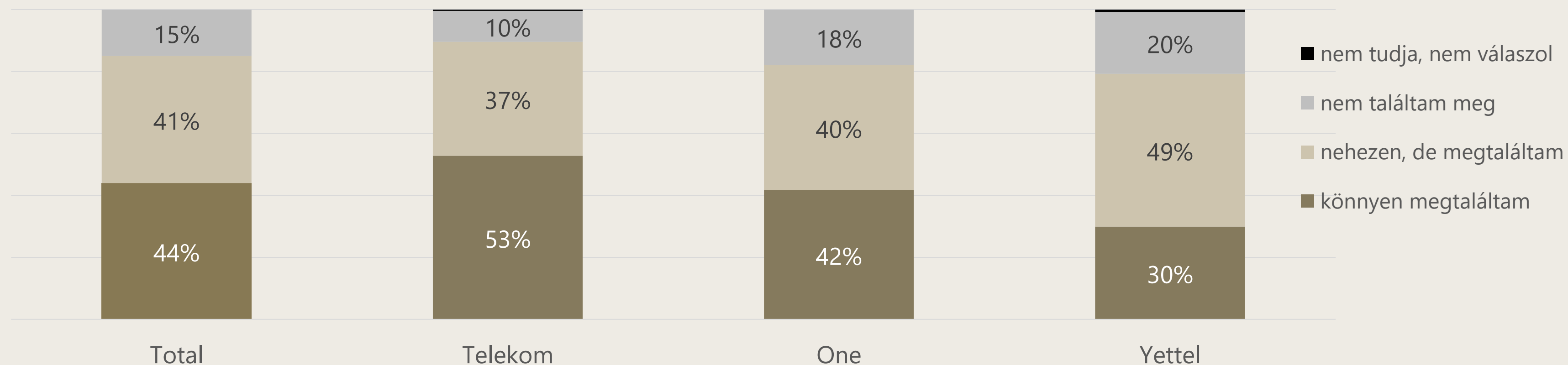


Bázis: a szerződésből informálódók (N=614 ezer HT, n=419)

A Telekom ügyfelei találták meg a mobilos szerződésben a legegyszerűbben a keresett információt

Az **ssc mobilnet csomaggal** rendelkezők **22%-a** keresett szolgáltatásukkal kapcsolatos információt a szolgáltatási szerződésben

Informálódás a mobil előfizetési szerződésből – szolgáltatónként 2025



Az elemszám miatt csak a három nagy szolgáltató adatait részleteztük

2025-ben a helyhez kötött internetes szerződésből a háztartások negyede tájékozódott: 8% több alkalommal, 18% egyszer, ami enyhe csökkenés 2023-hoz képest (10% és 21%). Azok közül, akik belenéztek a szerződésbe (kb. 1 millió háztartás), 43% könnyen, 44% némi erőfeszítéssel találta meg, amit keresett, és csak 12% nem talált rá az információra. Ez azt jelzi, hogy a dokumentumok többsége alapvetően értelmezhető, de nem feltétlenül „felhasználóbarát”: kb. minden második ügyfélnek már komolyabban kell bogarásznia a szöveget. Összességében nem látszik áttörés az átláthatóságban 2023 óta, inkább stabil, közepes szintű szerződés-érthetőségről beszélhetünk.

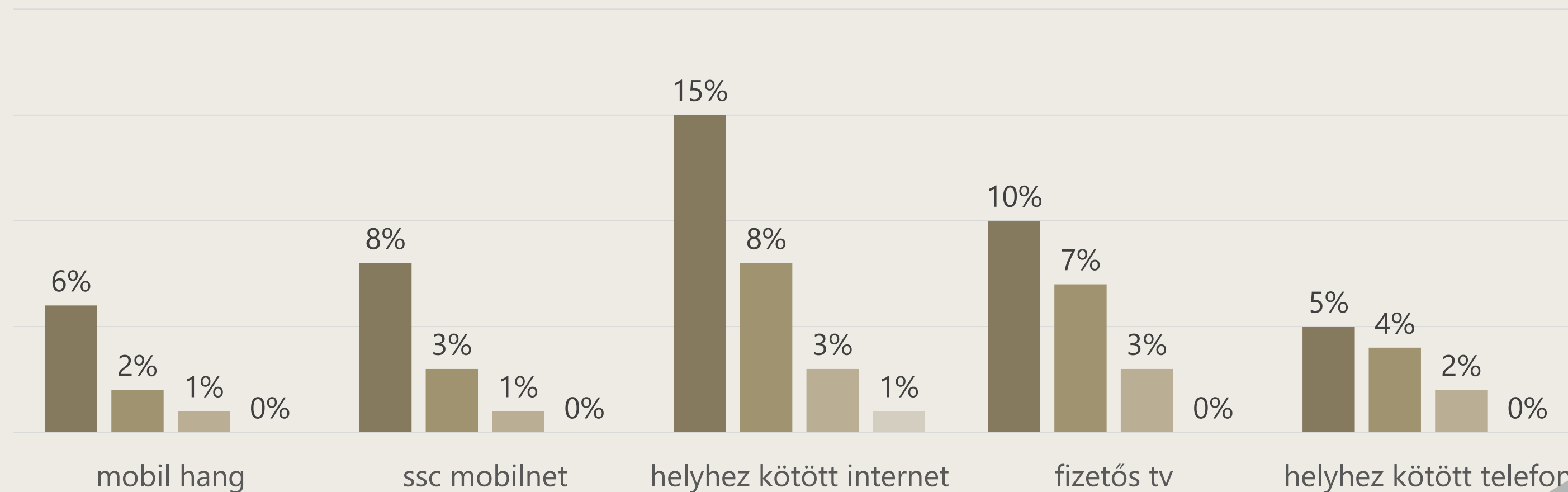
A mobilnet-szerződéseknél 2025-ben a felhasználók 22%-a nézte át a szerződését valamilyen információért (9% többször, 13% egyszer), ami nagyjából megegyezik a 2023–2024-es szinttel, legfeljebb kisebb hullámmal. A szerződésből tájékozódók 44%-a könnyen, 41%-a nehezen, de végül sikeresen megtalálta, amit keresett, 15% viszont egyáltalán nem jutott hozzá a kívánt információhoz. A mobil szerződések így valamivel „szétszórtabb” képet mutatnak: kicsivel többen akadnak el teljesen, mint a vezetékes internetnél, de a könnyen eligazodók aránya is hasonló. A számok alapján a mobil szerződések sem átláthatóbbak, sem rosszabbak érdemben a vezetékeseknél; a többség itt is elboldogul, de nem különösebb kényelemmel.

A Telekom ügyfelei vannak a legjobb helyzetben, hiszen a mobilinternet-szerződést információszerzési céllal átolvasók 53%-a könnyen, 37%-a nehezen ugyan, de sikeresen megtalálta a keresett információt a szerződésben. A Yettel ügyfelei között 30% találta meg könnyen, 49% nehezen a keresett információt. A One ügyfélkörében 42% könnyen, 40% nehezen, de sikeresen hozzájutott a szerződésből a keresett információhoz.

Az elmúlt időszakban a legtöbb probléma a helyhez kötött internet szolgáltatással adódott

Az elmúlt 12 hónapban tapasztalt problémák a háztartásban található szolgáltatásokkal – 2025

- tapasztalt problémát
- fordult a szolgáltatóhoz
- további utána-járás után megoldódott
- nem oldódott meg

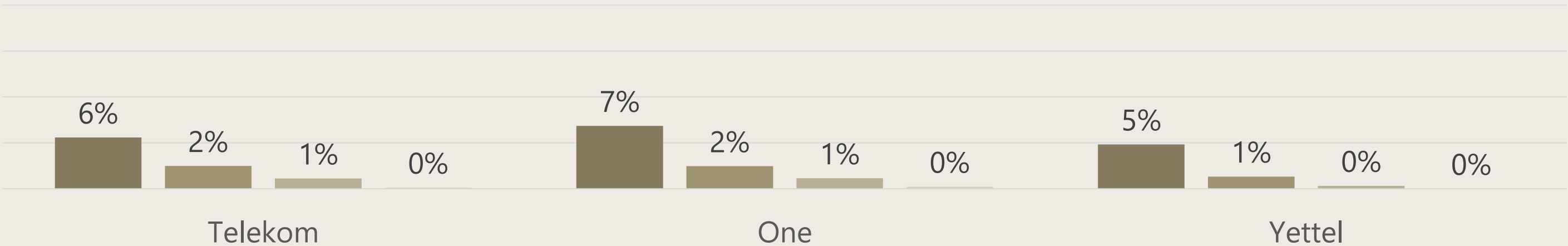


Hasonlóan teljesítettek a különböző mobilszolgáltatók az elmúlt év során a mobil szolgáltatások terén

Az elmúlt 12 hónapban tapasztalt problémák a háztartásban található **mobil** szolgáltatásokkal – szolgáltatónként 2025

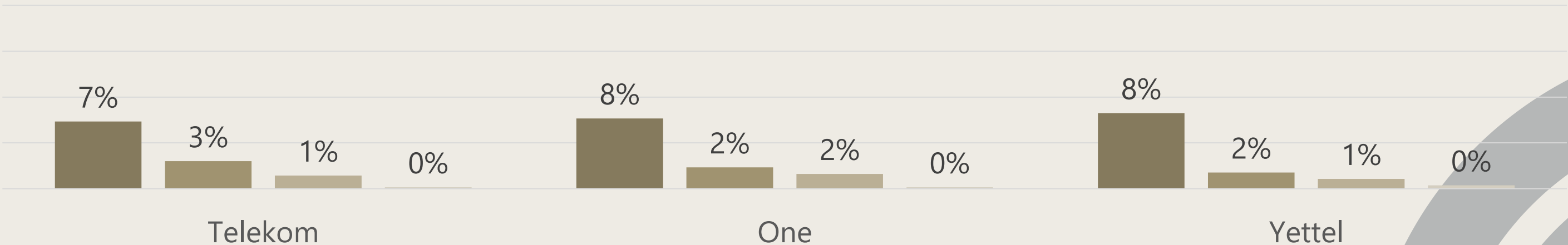
Mobil hang

- volt probléma
- fordult a szolgáltatóhoz
- utánajárással oldódott meg
- nem oldódott meg



Ssc-mobilinternet

- volt probléma
- fordult a szolgáltatóhoz
- utánajárással oldódott meg
- nem oldódott meg



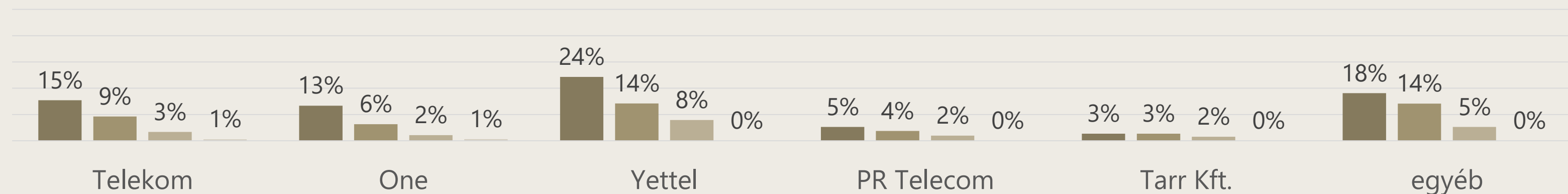
Bázis: az adott szolgáltatást használók

A helyhez kötött szolgáltatások esetében jelentősen eltérő a különböző szolgáltatók teljesítménye

Az elmúlt 12 hónapban tapasztalt problémák a háztartásban található **helyhez kötött** szolgáltatásokkal – szolgáltatónként 2025

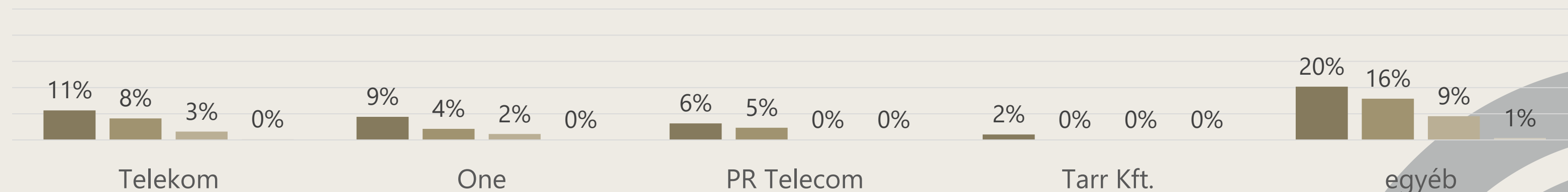
HK internet*

- volt probléma
- fordult a szolgáltatóhoz
- utánajárással oldódott meg
- nem oldódott meg



fizetős TV*

- volt probléma
- fordult a szolgáltatóhoz
- utánajárással oldódott meg
- nem oldódott meg



* Csak azok a szolgáltatók, ahol a súlyozatlan elemszám $n \geq 50$

Bázis: az adott szolgáltatást használók

2025-ben a legtöbb probléma a helyhez kötött internettel kapcsolatban jelent meg; a fogyasztók 15%-a tapasztalt valamilyen gondot az elmúlt 12 hónapban a háztartásában ennél a szolgáltatásnál.

Ezt követi a fizetős TV (10%), az SSC-mobilnet (8%), a mobil hang (6%), végül a helyhez kötött telefon (5%).

A szolgáltatóhoz fordulási arány is a vezetékes internetnél a legmagasabb (8%), majd a fizetős TV (7%), SSC-mobilnet (3%), helyhez kötött telefon (4%), mobil hang (2%) következik, ami azt mutatja, hogy a vezetékes internetnél a problémák nemcsak gyakoribbak, hanem nagyobb eséllyel „ügyfélszolgálat-kompatibilisek” is.

A megoldás minősége szolgáltatásonként viszonylag hasonló: további utánajárás után 2–3% körül oldódnak meg az ügyek, és csak a helyhez kötött internetnél jelenik meg kimutatható, de alacsony arányban (1%) a tartósan meg nem oldott probléma. Az idősor (2023–2025) alapján a helyhez kötött internet problémaszintje következetesen a legmagasabb, míg a mobilhang és a vezetékes telefon esetében végig alacsony, stabil szint látszik, azaz a hálózati alapfunkciók jellemzően megbízhatóbbak, mint a nagy sávszélességet igénylő vezetékes adatkapcsolat.

A mobil szolgáltatások kapcsán nincs jelentős eltérés a három nagy szolgáltató teljesítményében – mindhárom szolgáltató ügyfelei hasonló mértékben szembesültek problémával a hang- és sms-szolgáltatásuk, illetve az ssc mobilinternet szolgáltatásuk kapcsán.

A helyhez kötött szolgáltatások esetében azonban jelentős különbségek vannak a problémák előfordulásában. A Yettel helyhez kötött internet szolgáltatását használó ügyfelek egynegyede (24%) találkozott 2025-ben valamilyen szolgáltatási problémával. A Telekom és a One ügyfélkörében is jelentős a HK internet szolgáltatással kapcsolatos problémát érzékelők köre – az előbbi szolgáltató esetében 15%, a One esetében 13% tapasztalt problémát.

A fizetős TV szolgáltatás esetében a legnagyobb szolgáltató – Telekom - ügyfeleinek valamivel több mint egytizede (11%) szembesült 2025 során valamilyen szolgáltatást érintő problémával. Hasonló az arány (9%) a One ügyfelei között is.