
A Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság Helyhez Kötött Piaci Jelentése

2025. II. félév

Tartalom

Összefoglaló	3
A Jelentéshez felhasznált adatok	4
A helyhez kötött hírközlési szolgáltatások piaca	5
Helyhez kötött internet	11
Helyhez kötött telefon.....	21
Helyhez kötött televízió.....	32
Adattáblák.....	35

Összefoglaló

A 2022. I. negyedév és 2025. IV. negyedév közötti 4 évre vonatkozóan a 14 legnagyobb szolgáltató adatai alapján a következő megállapításokat emeljük ki a helyhez kötött elektronikus hírközlési szolgáltatásokkal kapcsolatban:

2025. II. félévében bekövetkezett az internet- és a tévéelőfizetések közötti helycsere a lakossági piacon, a IV. negyedévben már 30 ezerrel több internet-hozzáférést használt a lakosság, mint amennyi a műsorterjesztési szolgáltatások száma volt. Ugyan az előfizetéses tévészolgáltatást igénybe vevő háztartások számának apadása nem drámai, a tárgyidőszakban negyedévről negyedévre átlagosan mégis mintegy 15 ezer előfizetés szűnt meg. Bár vannak arra utaló jelek, hogy ez az iram a jövőben esetleg gyorsul (2025 négy negyedéve közül háromban jelentősen meghaladta a fenti átlagot a zsugorodás), enélkül is a belátható jövőben (akár 2-3 év múlva) elkövetkezhet az a pillanat, amikor már a 3 milliót sem éri majd el a tévéelőfizetések száma (noha mintegy 4 millió háztartás van Magyarországon).

Bár az internet növekedési üteme nem a régi, a tárgyidőszak során azért 9%-kal több lett a lakossági hozzáférések száma (mintegy 270 ezer darabos növekedés, átlagosan évi 2,2%-os bővülés).

Egy szolgáltatótól kizárólag egyetlen szolgáltatást igénybe vevő ügyfelek száma és aránya is erőteljesen csökkent, például a csak vezetékes telefont rendelő lakossági előfizetők száma az első időszakban mért 212 ezerről 118 ezerre, a „szólóban” tévét rendelőké 269 ezerrel csökkent a kezdeti bő 800 ezres számról. Ezen folyamatok következtében míg 2022 elején az összes ügyfél 31%-a fizetett elő egy szolgáltatónál egyetlen termékre, arányuk 2025 végére 25%-ra csökkent.

Egyértelmű előretörést a kombinált előfizetések terén a valamilyen mobilszolgáltatást is tartalmazó csomagok (1,2 millió előfizetés az időszak végén a korábbi 700 ezerrel szemben) tudtak elérni.

A mérsékelten bővülő előfizetőszámmal szemben az internethasználat intenzitását jelző mutatókban jelentős fejlődésnek lehettünk tanúi. Míg 2022 elején egy lakossági előfizetőre átlagosan 150 GB havi letöltési forgalom jutott, 2025 végén a megfelelő adat már közel 200 GB, tehát 30%-ot meghaladó mértékben nőtt a fajlagos, egy lakossági előfizetőre jutó letöltés (mintegy 8%-os éves átlagos növekedés).

A mai igények szerint már gyors, legalább 100 Mbps-os névleges sebesség jó ütemben nyer teret: a 2022. I. negyedévi 79% helyett 2025 végén már a lakossági előfizetők 92%-a kapta az internetszolgáltatást ilyen gyors hálózaton.

Az Antenna Hungária, a Canal+, a Digi és az Invitech beolvadása a One-ba mindhárom piacon jelentősen megnövelte a One piacrészesedését. Míg az internet, illetve a vezetékes telefon piacán a One kisebb-nagyobb lemaradással egyértelműen másodhegedős (a lakossági ügyfélkörben előbbin 38, utóbbin 33%-os részesedése van), a műsorterjesztésben 48%-os piacrészesedéssel messze a legnagyobb szolgáltató.

A Jelentéshez felhasznált adatok

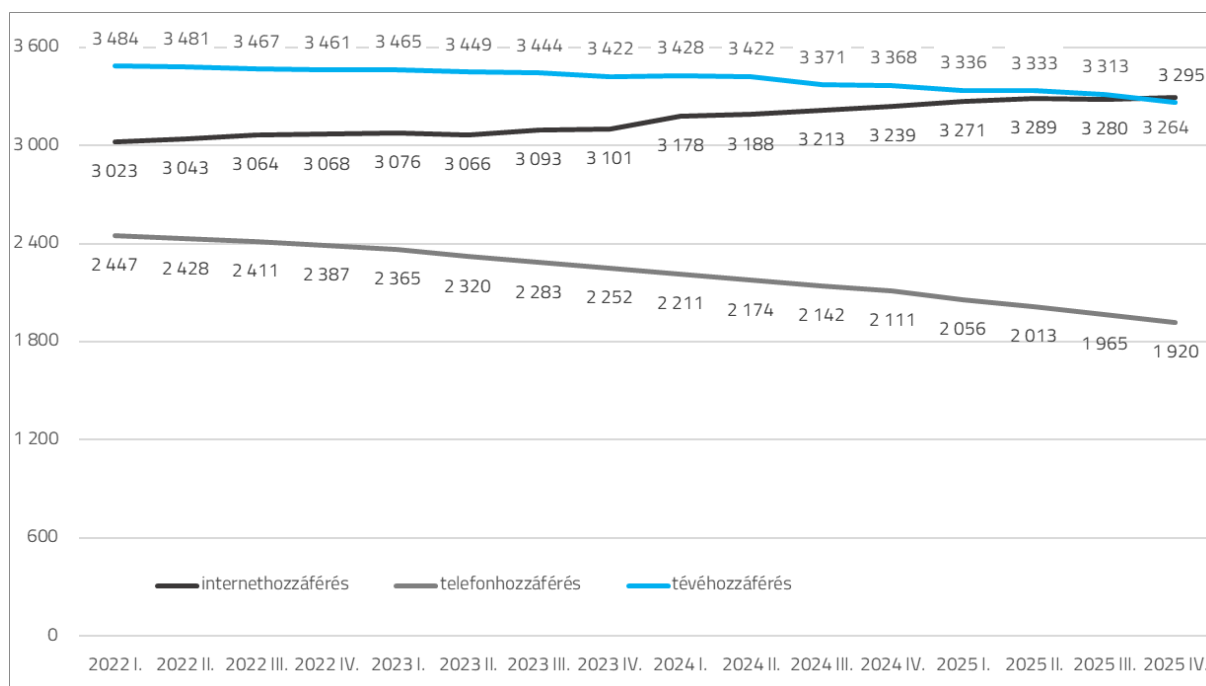
A helyhez kötött hírközlési szolgáltatásokra vonatkozó jelentés nem teljeskörű adatszolgáltatásra épül, hanem csak a 18 legnagyobb (a helyhez kötött internet, telefon vagy műsorterjesztési piacok valamelyikén legalább tízezer előfizetővel rendelkező) szolgáltató adataira. Ezek a következők:

- Antenna Hungária (2025. III. negyedévig, utána beolvadt a One-ba)
- Canal+ (2025. III. negyedévig, utána beolvadt a One-ba)
- Celldömölki Kábeltelevízió
- DIGI (2025. III. negyedévig, utána beolvadt a One-ba)
- HIR-Sat 2000 (2024. III. negyedévig, utána beolvadt a KábelszatNetbe)
- Invinetwork
- Invitech (2025. III. negyedévig, utána beolvadt a One-ba)
- Invitel (2022. IV. negyedévig, utána beolvadt a Digibe)
- i-TV (2022. IV. negyedévig, utána beolvadt a Digibe)
- KábelszatNet-2002
- Kalásznét
- Magyar Telekom
- Naracom
- One (2024 végéig Vodafone néven)
- PARISAT
- PR-TELECOM
- Tarr
- VGreen (2022. II. negyedévtől)
- ViDaNet
- Yettel (2024. I. negyedévtől)
- ZNET Telekom

A szelektív adatgyűjtésből következően a jelentésben közölt számok nem egyezhetnek meg akár az NMHH, akár a KSH által közzétett, minden szolgáltató adatait figyelembe vevő eredményekkel, ugyanakkor a szóban forgó közel 20 szolgáltatónak a súlya olyan jelentős (piaconként eltérő mértékben ugyan, de általában 94-99%-ban lefedik az összpiacot), hogy a statisztikai törvények értelmében az összkép akkor sem térhetne el érdemben az itt közöltektől, ha a maradék több száz kisebb szolgáltatótól is gyűjtöttünk volna adatokat. Például a KSH adatgyűjtése szerint 2025. IV. negyedévében 3 millió 357 ezer helyhez kötött televízió-előfizetés működött, jelen jelentésben pedig 3 millió 328 ezer látható, tehát mintegy 30 ezer üzemel kisebb szolgáltatóknál, vagyis ezek figyelmen kívül hagyása azt jelenti, hogy a teljes piac 99%-át jelenítjük meg a jelentésben. Hasonlóképpen míg a KSH teljeskörű adatgyűjtése összesen 3 millió 685 ezer helyhez kötött internethozzáférésről tudott 2025 végén (nem különböztetve meg a lakossági és üzleti felhasználókat), jelen beszámoló 3 millió 491 ezerről, tehát itt körülbelül 95%-os lefedettségről beszélhetünk.

A helyhez kötött hírközlési szolgáltatások piaca

A jelentés szándékosan a helyhez kötött megjelölést használja vezetékes helyett a címben, jelezni kívánván, hogy mindazon hírközlési szolgáltatások szerepelnek benne, amelyek nem a mobilpiachoz tartoznak. Így például televíziós műsorterjesztés történhet műholdas vagy földfelszíni sugárzásos technológiával is, amelyek tehát nem vezetékesek, mégsem tekinthetők mobilszolgáltatásnak, hiszen mindkettő használatához méretes beállított antenna szükséges, amely miatt csak adott helyen használható a szolgáltatás, különbözik tehát a mobilszolgáltatók által biztosított tévészoolgáltatástól, amely (elvileg) bárhol használható. Ugyanígy egyes szolgáltatók wifi-hálózaton keresztül biztosítják az internetet, de az csak szűk térben, a szolgáltatás helyén (többnyire egy adott településen vagy annak egy részén) használható, nem mobilinternet, amely bárhol működik. (Ugyanez vonatkozik a mobilhálózaton nyújtott helyhez kötött internetszolgáltatásra, a nemzetközi szakirodalomban elterjedt rövidítéssel FWA-ra – fixed wireless acces– is. Ennél a szolgáltatásnál egyrészt a beállított modem szükségessége, másrészt a felhasználói szerződésben rögzített korlátozások szűkítik vagy teszik egyenesen lehetetlenné a mobil használatot.) Ugyanakkor az internet- és a telefonszolgáltatás piacán pillanatnyilag olyan csekély a nem vezetékes technológiával nyújtott szolgáltatás részesedése, hogy ezen a két részpiacon szinonimaként használjuk a helyhez kötött és a vezetékes megjelölést.



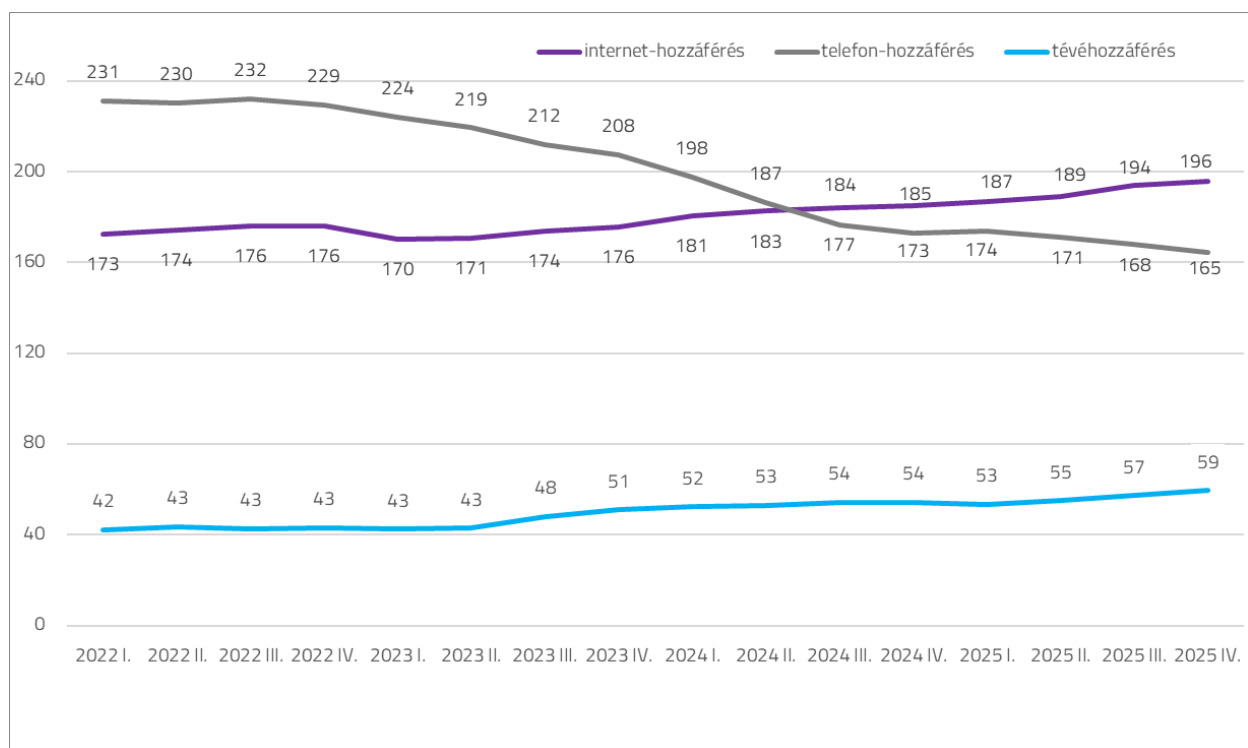
1. ábra: Helyhez kötött hírközlési szolgáltatások száma a lakossági piacon ezer darabban [ugrás az 1. táblázatra](#)

A három helyhez kötött szolgáltatás eltérő pályát futott be az elmúlt négy évben (lásd 1. és 2. ábra). Első alkalommal a Jelentés 2021. I. félévi kiadásában prognosztizáltuk, hogy „néhány éven belül meghaladhatja az internet-előfizetések száma a tévéelőfizetéseket”. Ez 2025. II. félévében be is következett, ugyanis a IV. negyedévben 30 ezerrel több internet-hozzáférést

használt a lakosság, mint amennyi a műsorterjesztési szolgáltatások száma volt. Ugyan az előfizetéses tévészolgáltatást igénybe vevő háztartások számának apadása nem drámai, a tárgyidőszakban negyedévről negyedévre átlagosan mégis mintegy 15 ezer előfizetés szűnt meg. Bár vannak arra utaló jelek, hogy ez az iram a jövőben esetleg gyorsul (2025 négy negyedéve közül háromban jelentősen meghaladta a fenti átlagot a zsugorodás), enélkül is a belátható jövőben (akár 2-3 év múlva) elkövetkezhet az a pillanat, amikor már a 3 milliót sem éri majd el a tévéelőfizetések száma.

Bár az internet növekedési üteme is folyamatosan lassul, a tárgyidőszak során összességében mégis 9%-kal több lett a lakossági hozzáférések száma (mintegy 270 ezer darabos növekedés, éves szinten 2,2%-os bővülés).

A helyhez kötött telefonszolgáltatás régóta „szerved”, azonban a 2020 közepéig igen lassú leépülés hirtelen fokozatot váltott: míg 2019-ben csak 11 ezer előfizetés morzsolódott le (0,4% csökkenés éves szinten), 2022 I. és 2025. IV. negyedéve között már közel 530 ezer előfizetés volt a veszteség (éves szinten 5,9%-os a csökkenés, és az iram gyorsulni látszik, mivel 2025-ben már a 9%-ot is meghaladta a veszteség).



2. ábra: Helyhez kötött hírközlési szolgáltatások száma a nem-lakossági ügyfélkörben ezer darabban [ugrás a 2. táblázatra](#)

Nem-lakossági ügyfélkörben a helyhez kötött telefon leépülése ugyanúgy jelentkezett mint a lakossági előfizetők körében, sőt az ütemváltás is megegyezik (2019-ben csak 4 ezer elveszett előfizetés, 2022: I. és 2025. IV. negyedéve között már 67 ezer darab, a kiinduló állapothoz képest 29%-os, éves szinten átlagosan 8,1%-os csökkenés). Jelentős különbség ugyanakkor, hogy a vezetékes telefon leépülése ezen a piacon nem gyorsuló folyamat, hanem a veszteségek

zöme 2023-24-re esett, és a 2025-ös évben a korábbiakhoz képest mérséklődött a visszaesés tempója (az utolsó évben „csak” 4,9%-kal lett kevesebb a vállalati telefonhozzáférések száma).

Az internet-előfizetések számában az időszak során mintegy 24 ezer darabos bővülés következett be, aminek következtében a nem-lakossági piacon ténylegesen sor került a „rég” és az „új” távközlés közötti helycserére. Míg a lakossági piacon 2025. IV. negyedév volt az első időszak, amikor több használója volt az internetnek, mint a műsorterjesztésnek, a két görbe éppen csak keresztezte egymást, jogosan beszélhetnénk akár „holtversenyről” is, az üzleti felhasználók körében az internet/váltás korábban következett be, és a két szolgáltatás fejlődési pályája olyannyira eltérő volt, hogy kétség nem férhet az internet vezető szerepéhez. Míg a tárgyidőszak elején közel 60 ezerrel több telefonhozzáférést használtak a vállalatok, mint amennyi internet-hozzáférésük volt, 2025 végére már utóbbi volt 30 ezres előnyben.

Bár darabszámban szinte elhanyagolható a tévéelőfizetések vállalati piaca a lakosságihoz képest (előbbi 40-50 ezres volumene nagyságrendileg kisebb utóbbi 3,5 milliós méretéhez képest) ezen a piacon érdemi bővülés következett be a vizsgált négy év során.

Mivel a lakossági ügyfelek körében a vezetékes telefonra és műsorterjesztésre előfizetők száma nagyobb mértékben csökkent, mint amennyivel az internetre előfizetők növekedett, összességében ezen a piacon csökkent az előfizetések száma. Ezen túlmenően is megfigyelhetők lassú belső átrendeződések: az igénybe vett szolgáltatások kombinációiban, illetve az egy vagy több lábon állásban (több különböző szolgáltatás használata esetén ugyanattól vagy különböző cégektől veszik-e igénybe a szolgáltatást).

Az elsőként jelzett átrendeződési folyamat tanulmányozásához a 3. ábra adatait érdemes megvizsgálni. Mivel a három helyhez kötött hírközlési szolgáltatást összesen hétféle módon lehet kombinálni (ha pedig azzal is számolunk, hogy esetleg a helyhez kötöttek mellé mobilszolgáltatást is lehet rendelni ugyanattól a szolgáltatótól, akkor már tizennégyre nő a lehetséges kombinációk száma), ezeknek a kombinációknak a leírása az ábra jelmagyarázatában egyértelműen szétfeszítené a diagram kereteit, így kódokat használtunk az ábrán, amelyek feloldását a következőkben adjuk meg:

1K = csak helyhez kötött internet

2K = csak helyhez kötött telefon

3K = csak helyhez kötött TV

4K = helyhez kötött internet + helyhez kötött telefon

5K = helyhez kötött internet + helyhez kötött TV

6K = helyhez kötött telefon + helyhez kötött TV

7K = helyhez kötött internet + helyhez kötött telefon + helyhez kötött TV

1M = helyhez kötött internet + mobil szolgáltatás

2M = helyhez kötött telefon + mobil szolgáltatás

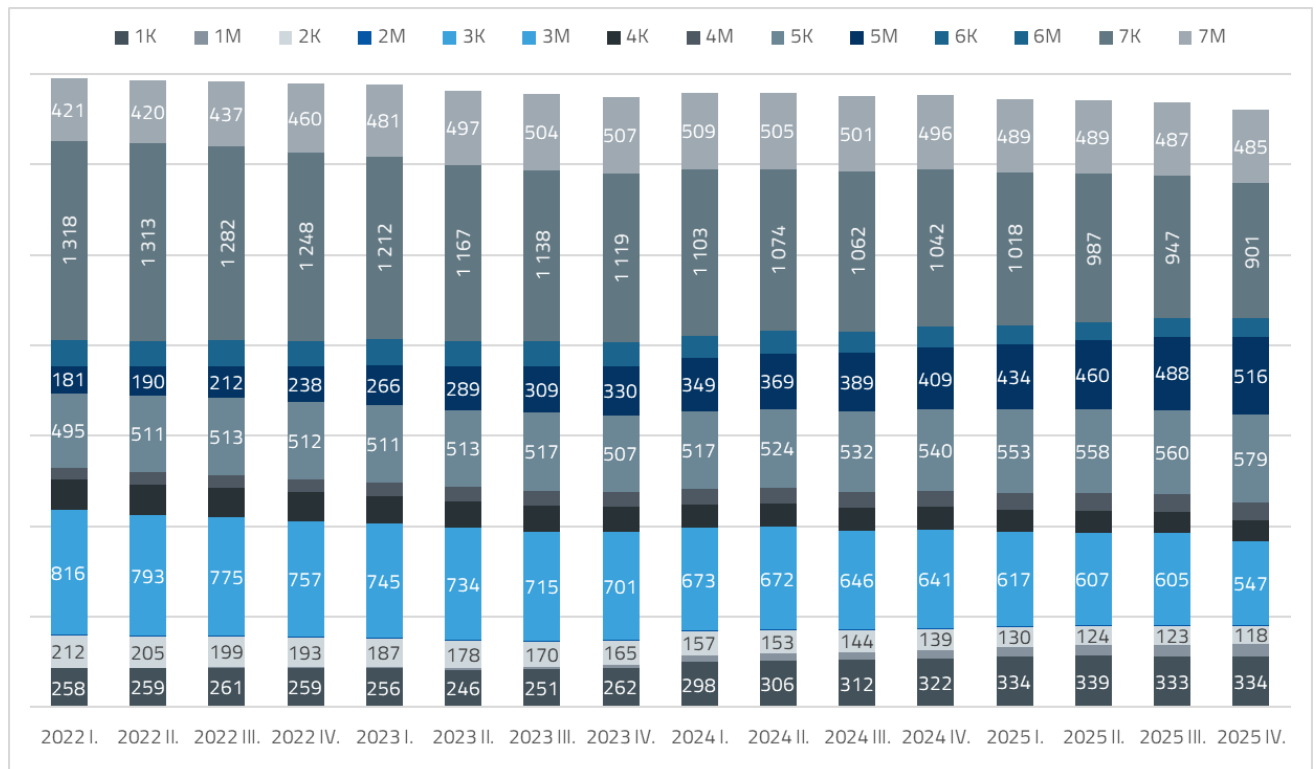
3M = helyhez kötött TV + mobil szolgáltatás

4M = helyhez kötött internet + helyhez kötött telefon + mobil szolgáltatás

5M = helyhez kötött internet + helyhez kötött TV + mobil szolgáltatás

6M = helyhez kötött telefon + helyhez kötött TV + mobil szolgáltatás

7M = helyhez kötött internet + helyhez kötött telefon + helyhez kötött TV + mobil szolgáltatás



3. ábra: Helyhez kötött hírközlési szolgáltatások kombinált igénybe vétele a lakossági ügyfélkörben (ezer darab)
[ugrás a 3. táblázatra](#)

Elsőként arra érdemes felhívni a figyelmet, hogy a kizárólag egyetlen szolgáltatást igénybe vevő ügyfelek száma és aránya is erőteljesen csökkent, például a csak vezetékes telefont rendelők száma az első időszakban mért 212 ezerről 118 ezerre, a „szólóban” tévét rendelők 269 ezerrel csökkent a kezdeti bő nyolcszázézes számról. Ezen folyamatok következtében míg 2022 elején az összes ügyfél 31%-a fizetett elő egy szolgáltatónál egyetlen termékre, arányuk 2025 végére 25%-ra csökkent. (A folyamatot nem ellensúlyozta, hogy ugyanebben az időszakban viszont nőtt a kizárólag internet-előfizetést rendelő lakossági ügyfelek száma, hiszen a körükben mért mintegy 76 ezres bővülés eltörpül a fent jelzett lemorzsolódásokhoz képest. Ugyanakkor ennek a csoportnak a bővülése jelzi, hogy egyre több háztartás érzi úgy, önmagában egy internet-előfizetés is elegendő lehet távközlési szükségletei kielégítésére. Ennek kapcsán érdemes arra is kitérni, hogy „szabad szemmel” ugyan szinte észrevehetetlen a helyhez kötött internet + mobiltelefon összeállítású csomagot rendelő háztartások száma – a

tárgyidőszak végén 89 ezer ilyen háztartás volt, az összes előfizető 2%-a –, ugyanakkor ennek a csoportnak a bővülése robbanásszerű, hiszen 2022 elején még alig 2000 ilyen háztartás volt.)

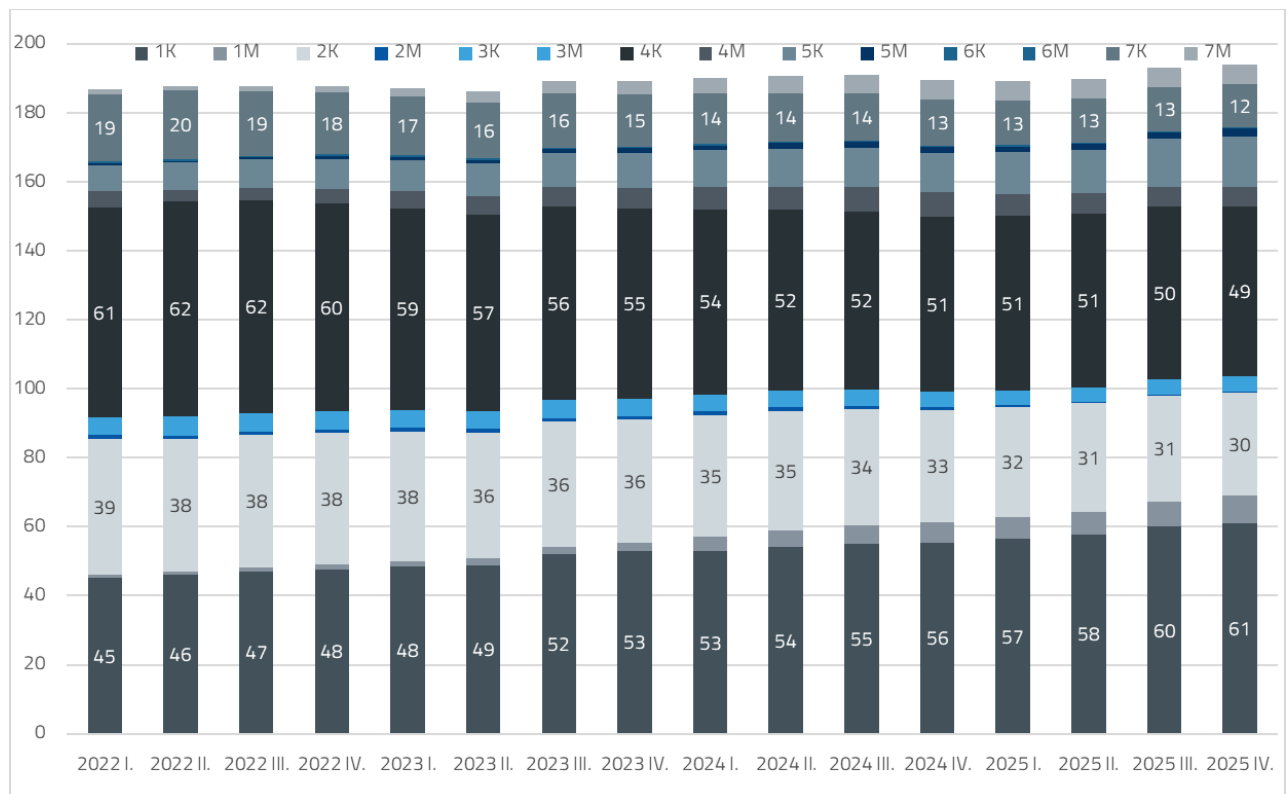
Az egyetlen távközlési szolgáltatást rendelő háztartások arányának csökkenése mögött két jelenség áll: egyrészt a fogyasztói igények változása (egyre kevesebb háztartás gondolja azt, hogy például a tévén kívül nincs másra szüksége), másrészt a szolgáltatók azon törekvése, hogy valamilyen csomagajánlattal erősebben magukhoz kössék az ügyfeleket, vagyis ha addig egy előfizető 2 különböző szolgáltatást 2 eltérő cégtől vett igénybe, akkor a jövőben mindkettőt ugyanattól a szolgáltatótól rendelje.

Egy harmadik lehetőség lenne, ha felvásárlás vagy összeolvadás következtében két szolgáltató helyébe egy lépne, s ezzel azok az ügyfelek, akik addig külön-külön mindkettőtől „önállóan” vettek igénybe valamilyen szolgáltatást, egyszeriben egyetlen szolgáltatótól több terméket is igénybe vevő előfizetőkkel válnának. Az elemzett időszak során történt ilyen tranzakció, ugyanis a korábban önálló vállalként működő Invitel és i-TV 2023 januárjától beolvadt a Digi-be, azonban ennek eredményeképp mégsem nőtt érdemben a kombinált szolgáltatáscsomagot igénybe vevők száma. Ennek két oka van. Egyrészt az Invitel mindig is élen járt a csomagban értékesítés terén, ennek köszönhetően az utolsó önálló üzleti negyedévében, 2022 végén ügyfeleinek csak 24%-a fizetett elő egyetlen termékre nála, miközben ugyanekkor a Jelentésben szereplő többi szolgáltatónál átlagosan még 29% volt egytermékes előfizető, és valószínűtlen, hogy ők különösen éppen a Diginél vagy az i-TV-nél vettek volna igénybe másik szolgáltatást. Másrészt az i-TV-nél ugyan csak televízióra lehetett előfizetni, elvileg tehát a cég közel 90 ezer egykori ügyfele a másik két helyhez kötött szolgáltatást igénybe vehette más szolgáltatóktól, azonban mivel az i-TV kizárólag olyan településeken működött, ahol a Digi (vezetékes szolgáltatással) nem volt jelen, így fogalmilag kizárt, hogy a vállalat előfizetői i-TV+Digi kettős előfizetők lehettek volna, amelyből a beolvadást követően a Digtől kombinált szolgáltatáscsomagot igénybe vevőkkel válhattak volna. (A harmadik összeolvadás hatása, a Digi, az Antenna Hungária és a Canal+ integrálódásáé a One-ba 2025. IV. negyedévéétől még nem jelenhet meg a 3. és 4. ábra adataiban, mert az ügyviteli rendszerek szintjén az egységesítés 2025 végéig nem történt meg.)

Az egyetlen szolgáltatást igénybe vevő ügyfelek számának csökkenése nem járt ugyanakkor automatikusan minden kombinált csomag jelentőségének felértékelődésével. A vezetékestelefon-szolgáltatást is tartalmazó kombinációk egyértelmű hanyatlást mutattak: az internet+telefon típusú kombinációnak például 201 ezerről 137 ezerre esett az előfizetőszáma, a tévé+ telefon típusé ugyanígy lemorzsolódóban van (132 ezerről 97 ezerre), ami annak a jele, hogy a fogyasztók egyre kevésbé tartják fontosnak a vezetékes telefont, még egy jó csomagajánlattal is egyre nehezebb őket rávenni vezetékes telefon igénybevételére. Erre utalhat az is, hogy meredeken csökken a mindhárom helyhez kötött szolgáltatást használó fogyasztók száma: 2022 elején számuk még meghaladta az 1.3 milliót, ami az időszak végére közel 420 ezer háztartással csökkent. Ezt a képet a mobillal kombinált csomagok számításba vétele is csak árnyalja, de nem változtatja meg: igaz ugyan, hogy például az internetet és vezetékes telefont valamilyen mobilszolgáltatással együtt igénybe vevők száma 81-ről 118

ezerre nőtt a tárgyidőszakban, azonban ez a 37 ezer lakossági előfizetőt jelentő bővülés nem tudja ellensúlyozni a fentebb kimutatott 63 ezres csökkenést a (mobil nélküli) internet+vezetékes telefon kombinációban.

Igazi, egyértelmű előretörést a kombinált előfizetések terén a valamilyen mobilszolgáltatást is tartalmazó csomagok, továbbá az internet+tévé kombináció tudott elérni. A mobilszolgáltatással együtt valamilyen helyhez kötött szolgáltatást is rendelők száma az időszakban 741 ezerről 1,2 millió fölé nőtt (ezen belül a legsikeresebb termék, az internet+tévé+mobil előfizetőszáma 180 ezerről 515 ezerre nőtt), internet+tévé csomagra pedig az időszak végén 84 ezerrel többen fizettek elő, mint korábban: 494 ezer helyett jelenleg már 579 ezer háztartás használja.



4. ábra: Helyhez kötött hírközlési szolgáltatások kombinált igénybe vétele a nem-lakossági ügyfélkörben (ezer darab) [ugrás a 4. táblázatra](#)

A nem-lakossági piacon (ld. 4. ábra) a vezetékes telefon használatának lemorzsolódása ugyanúgy megjelenik, mint a háztartásoknál, csak kevésbé látványosan (a 2022 elején mért 128 ezerről az időszak végi 104 ezerre, ha az összes lehetséges kombinációt számoljuk). Ezzel párhuzamosan jelentősen nőtt az internetelőfizetések száma (önálló szolgáltatásként 45-ről 61 ezerre, kombinálva ugyanakkor lényegében nem változott, mindkét időszakban 96 ezer körül volt), és némileg meglepő módon a tévét (is) tartalmazó előfizetések száma is emelkedett (35 ezerről 40 ezerre). A vállalkozások által igénybe vett hírközlési szolgáltatások igazi megkülönböztető jegye a háztartásokkal szemben azonban a mobilszolgáltatások alárendelt szerepe a kombinációkban: míg a lakossági piacon 2025 végén az előfizetők 32%-a rendelt

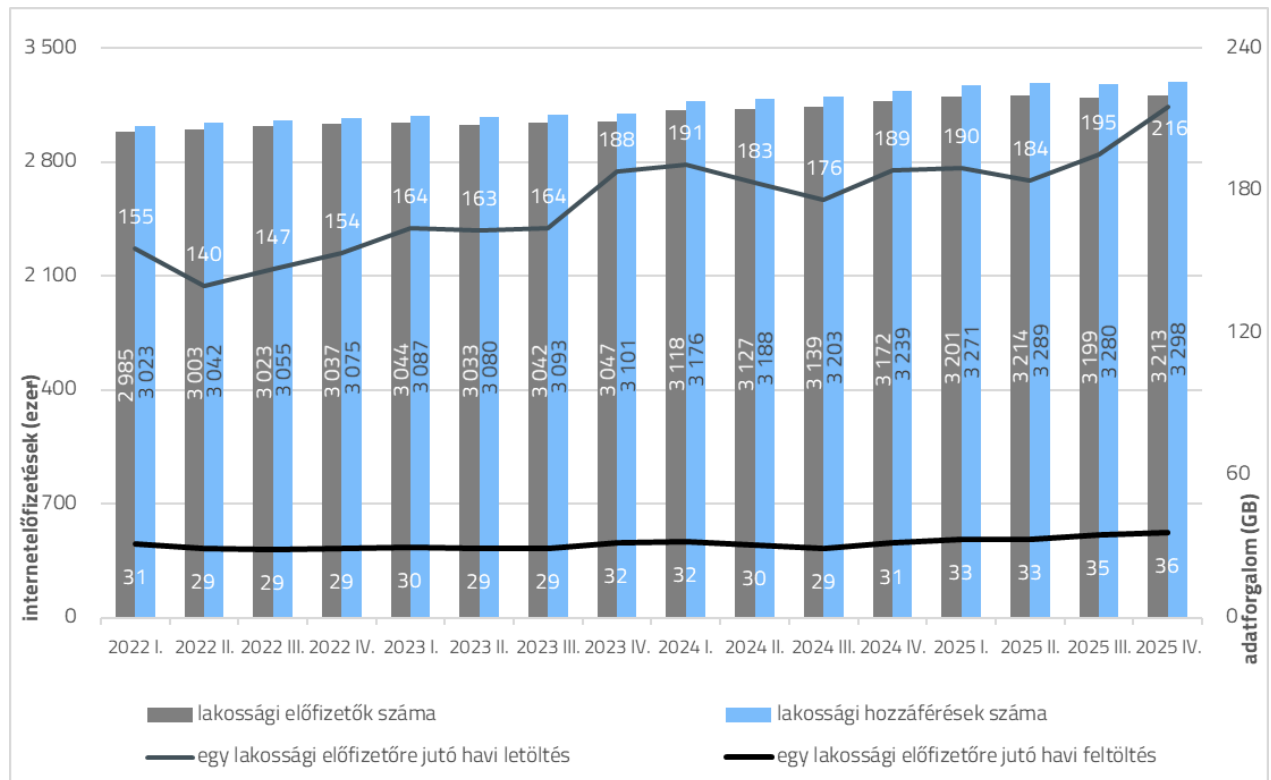
valamilyen mobilszolgáltatást is tartalmazó csomagot, a nem-lakossági piacon ezek aránya alig 11%, és a fejlődés trendje is ellentétes. Míg a lakossági előfizetők közül egyre többen választanak olyan szolgáltatáscsomagot, amelyben mobilelőfizetés is van (2022 elején arányuk 18% volt, ami az időszak végére a már említett 32%-ra kúszott fel), az üzleti ügyfeleknél sokáig stabilan 5-7%-között volt az ilyen csomagot használók részesedése, és csak a Yettel megjelenése a helyhez kötött internet piacán dobta meg kissé az arányukat. Sőt, általában a csomagban értékesített helyhez kötött szolgáltatások részesedésének növekedése sem jelenik meg a vállalati piacon: míg az időszak elején az ügyfelek 48%-a rendelte külön-külön a szolgáltatásokat, manapság gyakorlatilag ugyanekkora (49%) az arányuk.

Helyhez kötött internet

Bár 2025-ben is folytatódott a helyhez kötött internetelőfizetések számának bővülése, a növekedési ütem messze elmaradt a korábbi években látottaktól: míg a 2010-es évtized elején az éves szinten 10%-os előfizetős szám-növekedés volt a megszokott a lakossági piacon, manapság legfeljebb évi 2% képzelhető el. Az 5. ábrán két idősort is szerepeltetünk: az előfizetők, illetve a hozzáférések számát, azonban a kettő mindvégig párhuzamosan fejlődik. A két mutató alkalmazását az indokolja, hogy lakossági előfizetők esetében is előfordul, hogy egy-egy előfizető ugyanattól a szolgáltatótól több helyen is igénybe vesz internetszolgáltatást (például otthon és nyaralóban), vagy ugyanarra a címre több előfizetést is rendel, hogy a párhuzamos használat ne korlátozza a sáv szélességet (például a szülőknek munkához, a gyerekeknek játékhoz vagy filmnézéshez). Több hozzáférés párhuzamos használata ugyanakkor (legalábbis egyelőre) nem terjedt el. Az iménti két példánál maradva: az állandó lakóhelyen kívüli internetelérést egyre jobban biztosítja a mobilinternet is (amelynek sebessége, adatkerete, költsége egyre kedvezőbb a felhasználók szempontjából), nincs tehát feltétlenül szükség a nyaralóba is vezetékes internetet rendelni, másrészt a vezetékes internet sáv szélessége olyannyira fejlődik, hogy a legtöbb esetben egy háztartás valamennyi tagja tudja egyszerre párhuzamosan, akár nagy adatforgalmú tevékenységre is használni ugyanazt a hozzáférést. A fentiek miatt az előfizetések és a hozzáférések száma közötti olló nem nyílt az elmúlt három évben, hanem stabilan 1-2 százaléknyi olyan lakossági előfizető van, aki több internethozzáférést is igénybe vesz ugyanattól a szolgáltatótól.

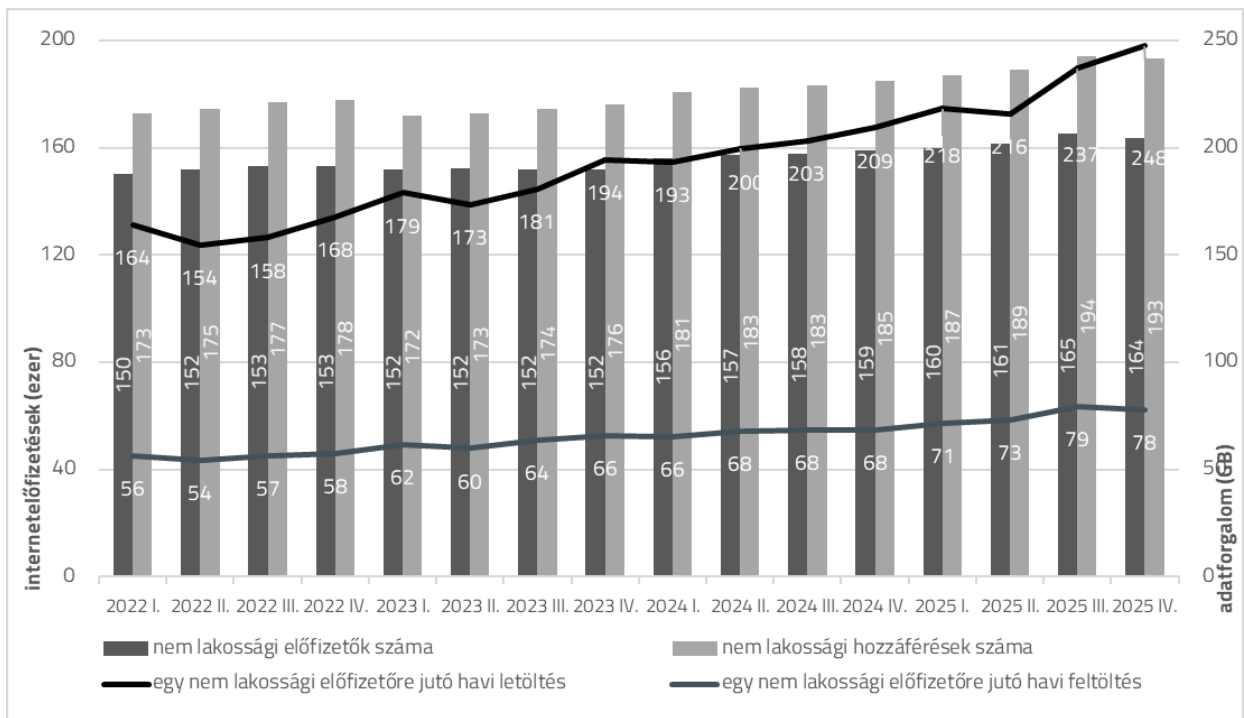
A mérsékelt bővülő előfizetős számmal szemben a használat intenzitását jelző mutatókban jelentős fejlődésnek lehettünk tanúi. Míg 2022-ben egy lakossági előfizetőre átlagosan mintegy 150 GB havi letöltési forgalom jutott, 2025-ben a megfelelő adat már megközelíti a 200 GB-ot, tehát 30%-ot meghaladó mértékben nőtt a fajlagos (egy lakossági előfizetőre jutó) letöltés. A jelenség hátterében minden bizonnyal a nagy adatforgalommal járó szórakozási lehetőségek terjedése áll: ugyan az online-videók megtekintése (beleértve a streamingszolgáltatás igénybevételét is) vagy filmek letöltése már régóta „alaptevékenységnek” számít az internetező körében, a használók köre folyamatosan bővül. Emellett ezek minősége (és ezzel adattartalma) is folyamatosan fejlődik – míg néhány éve a videómegosztókon elérhető tartalmak döntő többsége 360p vagy 480p minőségben volt

feltöltve, manapság általános a 720p, de akár az 1080p (más néven full HD) felbontás is, márpedig utóbbi adattartalma közel tízszerese a 480p minőségének. Érdekes módon a feltöltésben szinte semekkora növekmény nem látszik, az négy éve lényegében változatlanul 30 GB/hó érték körül ingadozik.



5. ábra: Lakossági helyhez kötött internet-előfizetések és -hozzáférések számának, valamint a fajlagos forgalomnak az alakulása [ugrás az 5. táblázatra](#)

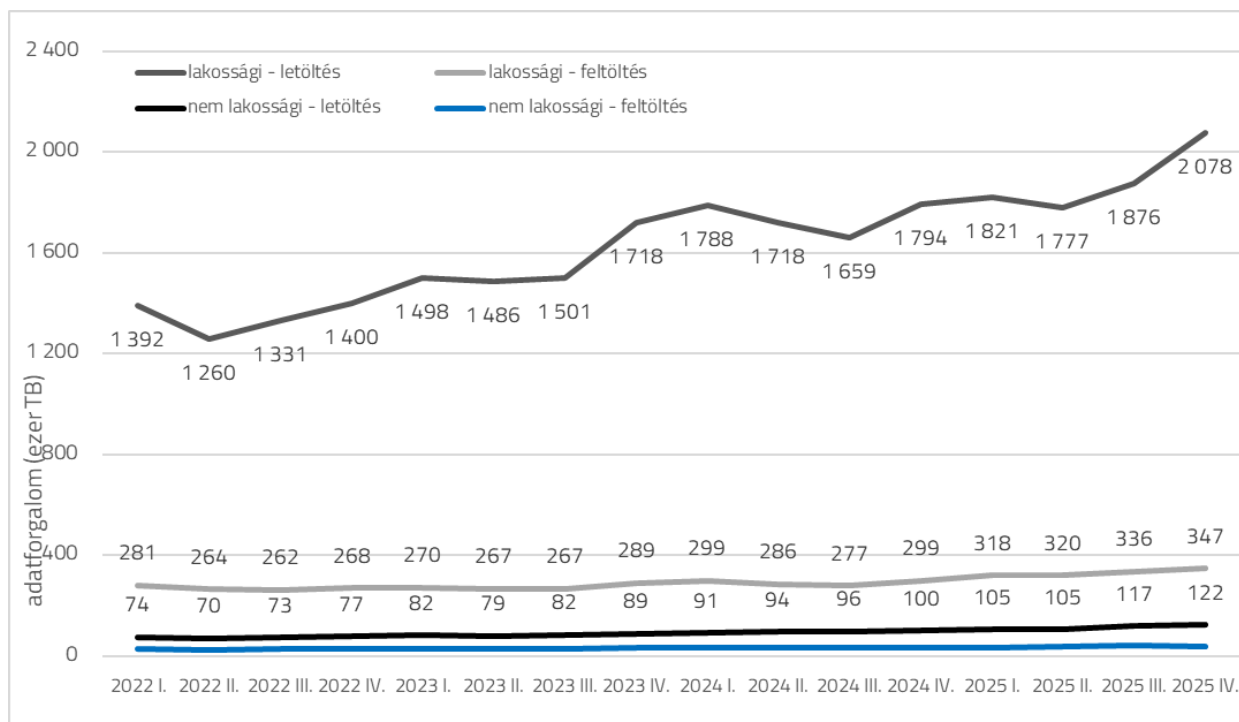
A nem-lakossági, tehát elsősorban vállalozói piacon (ld. 6. ábra) a fenti trendek közül egyetlen egy érvényesült, mégpedig az, hogy az előfizetői számok és a hozzáférések száma közötti rés érdemben nem nőtt: míg az időszak elején 150 ezer előfizető 173 ezer hozzáférésre fizetett elő (így átlagosan egy felhasználó 1,15 hozzáférést használt), az időszak végén 193 ezer hozzáférés jutott 164 ezer előfizetőre (gyakorlatilag változatlan, 1,18-as átlag). A háttérben alighanem az áll, hogy a 2022-2025 során bekötött új előfizetők (mintegy 14 ezer cég) elsősorban kisvállalatok és egyéni vállalkozók lehetettek, akik jellemzően megelégszenek egyetlen hozzáféréssel, illetve a régebb óta internet-előfizetéssel rendelkező vállalatok pedig nem kezdtek tömegesen tartalék-hozzáférést is igénybe venni.



6. ábra: Nem-lakossági helyhez kötött internet-előfizetések és -hozzáférések számának, valamint a fajlagos forgalomnak az alakulása [ugrás a 6. táblázatra](#)

A letöltési adatforgalom fejlődési pályája az utóbbi 4 évben nem tért el lényeges mértékben a lakossági és vállalati piacon, előbbin átlagosan évi 8,5%, utóbbin 10,9% volt az egy előfizetőre jutó letöltés növekménye, így a kezdetben meglévő különbség a vállalati előfizetők javára kicsit még nőni is tudott. A lakossági piacnak egyedi megkülönböztető jegye az erős szezonális jelleg: a nyári hónapokat jelentő III. negyedévekben az egész évre jellemzőnél lényegesen kevesebb adatot töltenek le a háztartások (például 2024-ben az egy negyedévre jutó átlagos 185 GB/háztartás/hó helyett a július-szeptemberi időszak forgalma csak 176 GB volt, de hasonló mértékű „beesés” szinte minden évben megfigyelhető). A jelenség oka alighanem abban kereshető, hogy a fogyasztók a nyári kedvező időjárásban jobb szórakozást is találnak, mint szabadidejüket az internet vagy a streaming előtt tölteni, így visszaesik az adatforgalmuk. A vállalati piacon ugyanakkor egyáltalán nem figyelhető meg kiugró vagy éppen lanya adatforgalmú időszakok.

A fenti hasonló ütemű fejlődés biztosan nem figyelhető meg a feltöltésnél, hiszen itt a lakossági piacon csak minimális (évi átlagosan 3,5%-os) növekedés áll szemben egy dinamikus vállalati piaccal: a kezdetben 31 kontra 56 GB/előfizető/hó forgalom a két szegmensben mára 36 kontra 78 GB/hó értékre változott, azaz a vállalkozói előfizetők manapság több mint kétszer akkora fajlagos feltöltési forgalmat generálnak, mint a lakosságiak, noha a különbség korábban sokkal kisebb volt (ebben bizonyára szerepet játszik, hogy a vállalati ügyfélkörben a jelentős feltöltési forgalmat generáló, videokonferencia segítségével tartott megbeszélések a járvány időszakában elterjedtek, és később sem szorultak vissza).

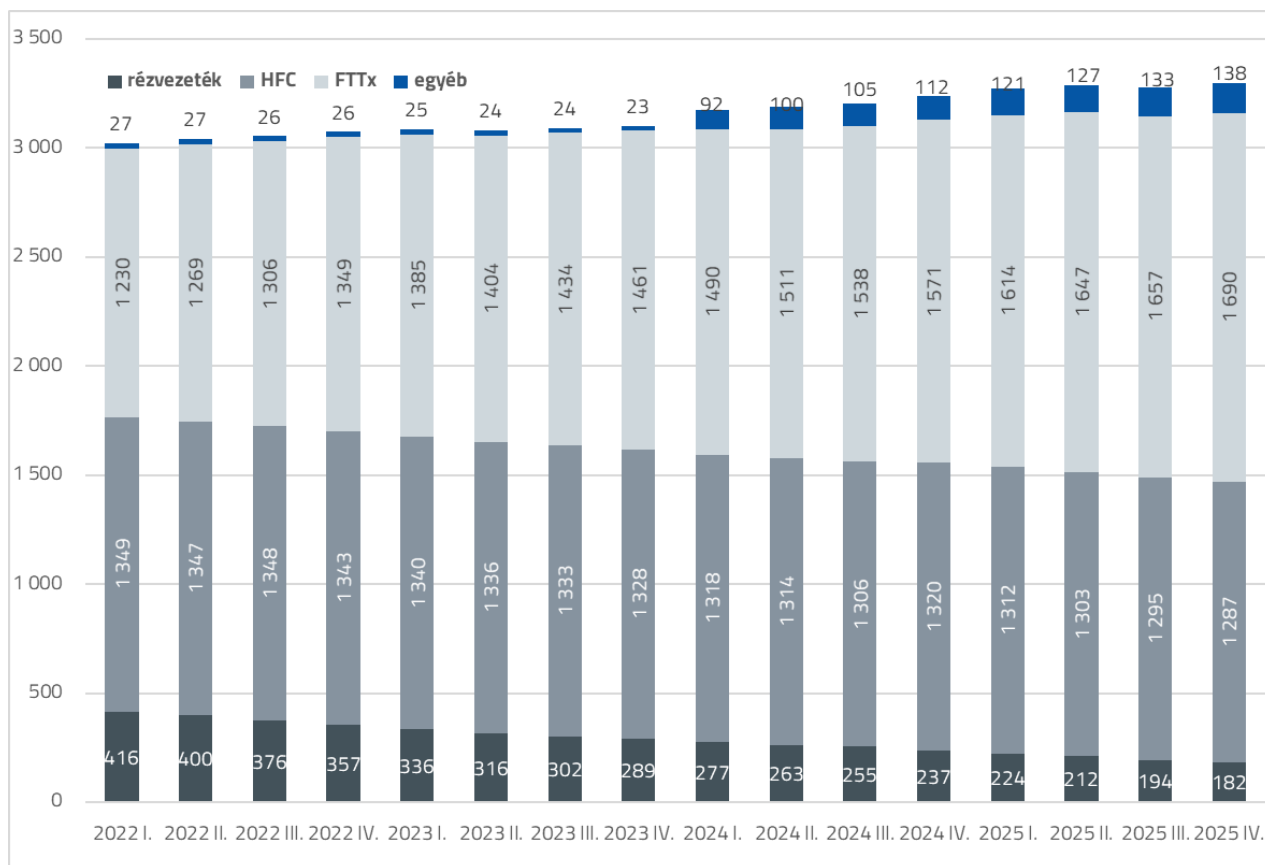


7. ábra: Helyhez kötött teljes internetforgalom előfizetői szegmensenként

[ugrás a 7. táblázatra](#)

A fajlagos letöltési forgalom hasonló fejlődési pályája ellenére az összforgalmat tekintve nem említhető egy lapon a lakossági és a nem-lakossági piac (ld. 7. ábra): mivel előbbi előfizetőinek száma mintegy hússzorosan haladja meg utóbbiét, nem meglepő, hogy az összforgalomban is közel hússzoros a különbség. Míg az üzleti ügyfelek együttesen mintegy 122 ezer TB (terabájt), azaz 122 millió GB letöltési forgalmat generáltak 2025. IV. negyedévében, lakossági oldalon nagyságrendileg nagyobb, 2078 PT (petabájt) volt a letöltött adatmennyiség. (Egy terabájt ezer gigabájt, azaz 10^{12} bájt, a petabájt pedig ezer terabájt, azaz 10^{15} bájt adatmennyiséget jelent.)

Magyarország hagyományosan jól teljesít az országok közötti versenyben, ha a hírközlési szolgáltatások műszaki színvonalát hasonlítjuk össze (ld. például az Európai Unió DESI – Digital Economy and Society Index – néven kidolgozott mutatószám-rendszerét, https://digital-decade-desi.digital-strategy.ec.europa.eu/datasets/desi/charts/desi-indicators?indicator=desi_bbspeed_1000&breakdown=total&period=desi_2025, amelyben hazánk a 39,8%-os aránnyal a 2. helyen állt 27 EU-tagország között 2024-ben a legalább 1 Gbps sebességű hálózaton kiszolgált ügyfelek arányát tekintve), ugyanakkor a műszaki fejlődés folyamatos volt az elmúlt bő három évben is (ld. 8. és 9. ábra).

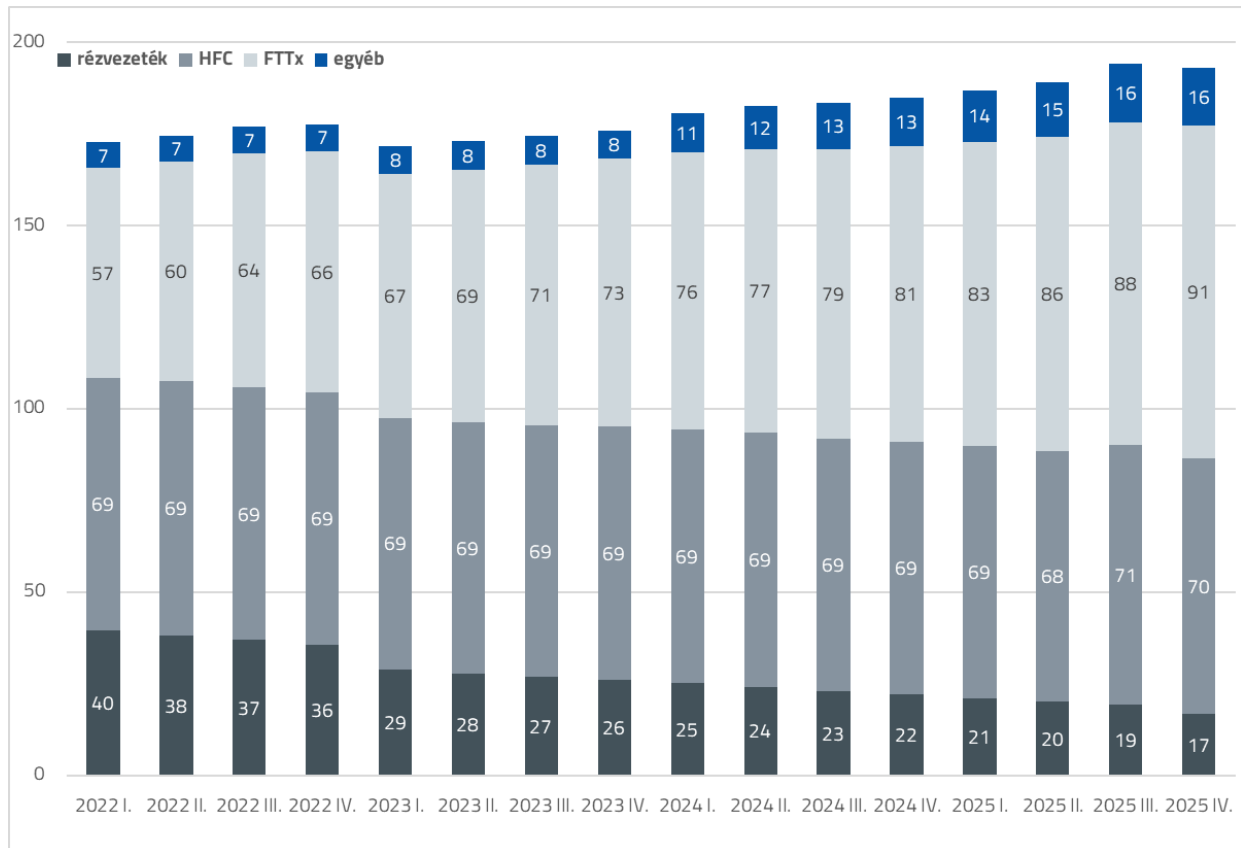


8. ábra: Helyhez kötött internethozzáférések (ezer darabban) technológia szerint a lakossági ügyfélkörben [ugrás a 8. táblázatra](#)

A szélessávú internet-hozzáférés biztosítására sokféle szabvány terjedt el, ezek piaci részesedésének egyesével történő áttekintése helyett elegendő a széleskörűen használt „gyors” és „lassú” kapcsolatok szerinti megoszlás vizsgálata. Az EU definíciója szerint gyorsnak tekinthető egy kapcsolat, ha legalább 30 Mbps (másodpercenként 30 megabit) sebességre képes, az ezt biztosító megoldásokat összefoglalóan NGN- (next generation network, újgenerációs hálózat) kapcsolatnak nevezik, az ennél lassabbakat pedig nem-NGN-nek. Lakossági ügyfélkörben már a kiinduló időpontban is igen korlátozott volt a nem-NGN-kapcsolatok aránya (alig 6%), azonban ez is gyorsan csökkent, így 2025 végére arányuk már 2%-ra zsugorodott. A korlátozott sebességű internetkapcsolat elsősorban azoknak a szolgáltatóknak az ügyfélkörében fordul elő az átlagosnál gyakrabban, amelyek „megörökölt”, régebbi kiépítésű hálózaton, ún. legacy networkön (is) működnek.

Bár a nem-lakossági piacon is gyors ütemben csökkent a nem-NGN hozzáférések száma és aránya, a záróidőpontra is jócskán maradtak nem igazán gyors kapcsolatot biztosító hozzáférések: míg 2022 elején az összes hozzáférésnek csak 75%-a volt NGN, 2025 végére arányuk 92%-ra nőtt. Itt is igaz az, ami a lakossági piacon, vagyis hogy elsősorban a régebbi kiépítésű, rézvezetékkel szerelt hálózatokon szolgáltató cégek ügyfélkörében magasabb a nem-NGN-kapcsolaton keresztül ellátott előfizetők aránya. A nagyobb céges ügyfelek viszonylag gyakran vesznek igénybe egy-egy telephelyhez tartalék internet-hozzáférést is,

vagyis olyan kapcsolatot, amelynek kizárólag akkor kell átvennie a szolgálatot a fő internetkapcsolat helyett, ha utóbbi elromlik vagy elérhetetlenné válik, és ezen tartalék esetében sokkal kevésbé fontos szempont, hogy milyen sebességet biztosít, így ezeknél a kiépítéseknél (ha csak az ügyféligényeket nézzük) elvileg akár hosszabb távon is fennmaradhat az, hogy ezeken nem-NGN a technológia. Hogy ténylegesen megmaradnak-e ezek a régebbi technológiájú kapcsolatok az persze kérdéses, mivel a szolgáltatóknak hosszú távon nem éri meg a régi hálózatot is fenntartani, és például a Magyar Telekom már évek óta folyamatosan kapcsolja le a rézkábeles hálózatait.



9. ábra: Helyhez kötött internet-hozzáférések (ezer darabban) technológia szerint a nem-lakossági ügyfélkörben [ugrás a 9. táblázatra](#)

A vezeték típus és a műszaki háttér valójában persze elsősorban a sebesség szempontjából bír jelentőséggel, önmagában még nem sok öröme ad okot, ha nő az NGN-kapcsolatok aránya, ha ezzel egyidejűleg nem lesz gyorsabb a le- vagy feltöltés. Éppen ezért a technológia szerinti megoszlás mellett a sebesség szerinti megoszlás is figyelmet érdemel (10. és 11. ábra).

Mind a lakossági, mind a nem-lakossági piacon ütemesen folyt az elmúlt 4 évben nagyobb sebességű kapcsolatok kiépítése. Míg néhány évvel ezelőtt a 30 Mbps névleges sebesség a lakossági igényeknek megfelelt, manapság ez inkább a még éppen elfogadható szintet jelenti, amely mellett egy háztartás több tagja nehezen tud nagyobb sávszélességet igénylő tevékenységet egyszerre végezni (például a szülők jó minőségben streamingadást nézni, a gyerekek pedig ugyanakkor online játékkal játszani). 2025-ben inkább már a 100 Mbps tűnt

„vízválasztónak”, ez az a sebesség, amely fölött ritkán szembesül az előfizető sebességhorlással (átlagos fogyasztói szokások mellett). A lakossági piacon négy év alatt 21%-ról 8%-ra csökkent a 100 Mbps-nál lassabb kapcsolatok aránya, és eközben még a 100-500 Mbps sebességű hozzáférések is visszaszorulóban voltak a 500 Mbps-nál gyorsabb internet javára, így az utolsó időpontban már 65%-ot ért el ez utóbbiak részesedése (és ezen belül 49%-ot a gigabites kapcsolatok aránya).

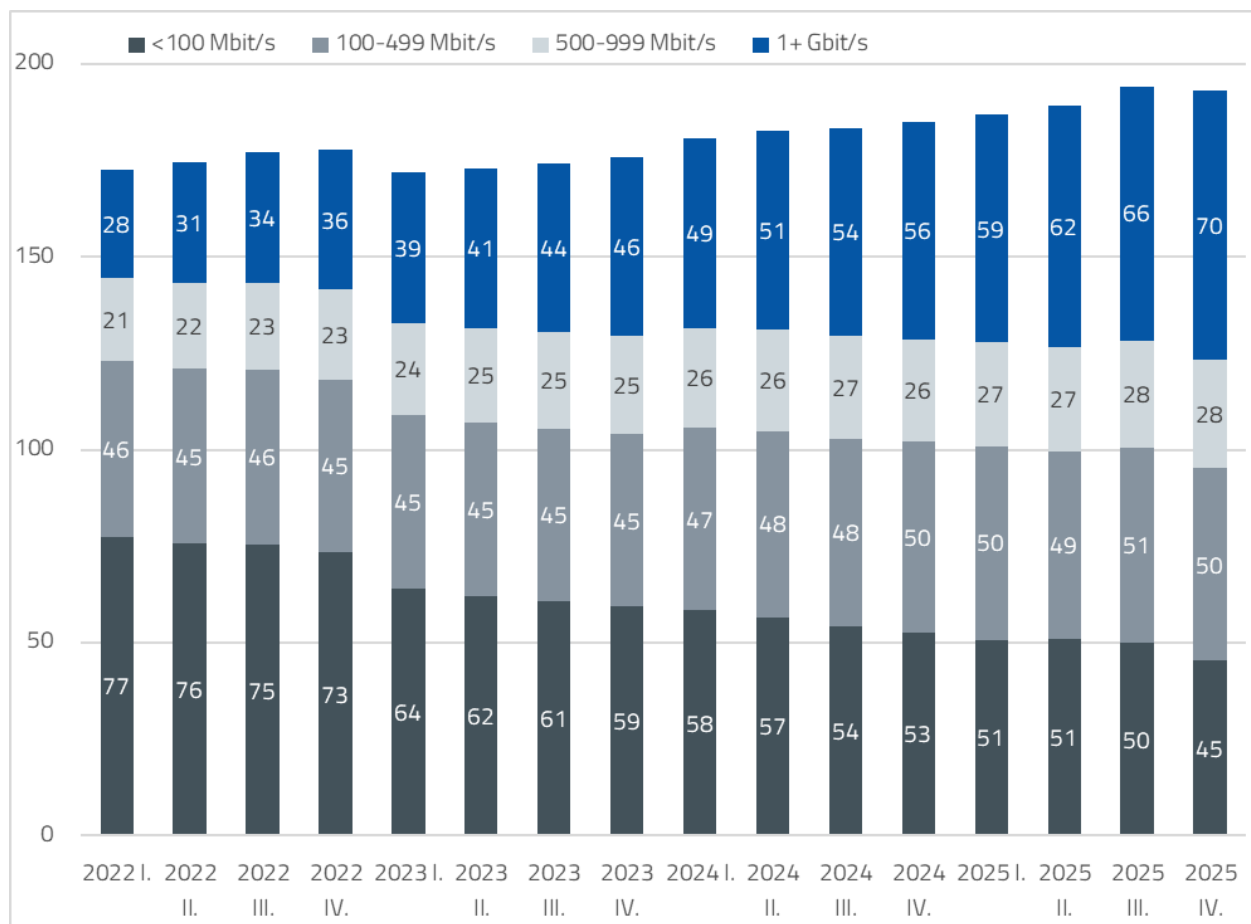


10. ábra: Helyhez kötött internet-hozzáférések számának alakulása (ezer darabban) névleges sávszélesség szerint a lakossági ügyfélkörben [ugrás a 10. táblázatra](#)

A nem-lakossági ügyfélkörben a sávszélesség jelentősen elmarad a lakosságnak nyújtottól, ami elsősorban az eltérő igényekkel áll összefüggésben. Míg a lakossági felhasználók körében viszonylag gyakori a komoly sebességet igénylő használati cél (például online tévzés, nagyméretű filmek letöltése, virtuális valóságot használó online játékokban részvétel) a vállalati előfizetők közül kevesebbnek van szüksége igazán nagy sebességre. A magyarországi vállalkozások zöme kicsi, legfeljebb 10 alkalmazottat foglalkoztat, munkavállalóik jelentős része nem irodai dolgozó, és az NMHH 2025-ös piackutatása szerint a jellemző tevékenységek, amelyekhez internetet használnak, ímélek küldése és fogadása, banki tranzakciók online lebonyolítása és online ügyintézés (például hatósági adatszolgáltatás), továbbá vállalati honlap üzemeltetése, amelyek közül egyik sem igényel nagyobb sávszélességet.

Ennek megfelelően míg a lakossági ügyfélkörben 2025 végén 8% volt a legfeljebb 100 Mbps sávszélességű kapcsolatok részesedése, az üzleti előfizetések között még 24%-ot ért el az arányuk, miközben a 100 Mbps sebességnél gyorsabb kapcsolatot kínáló hozzáférések csak

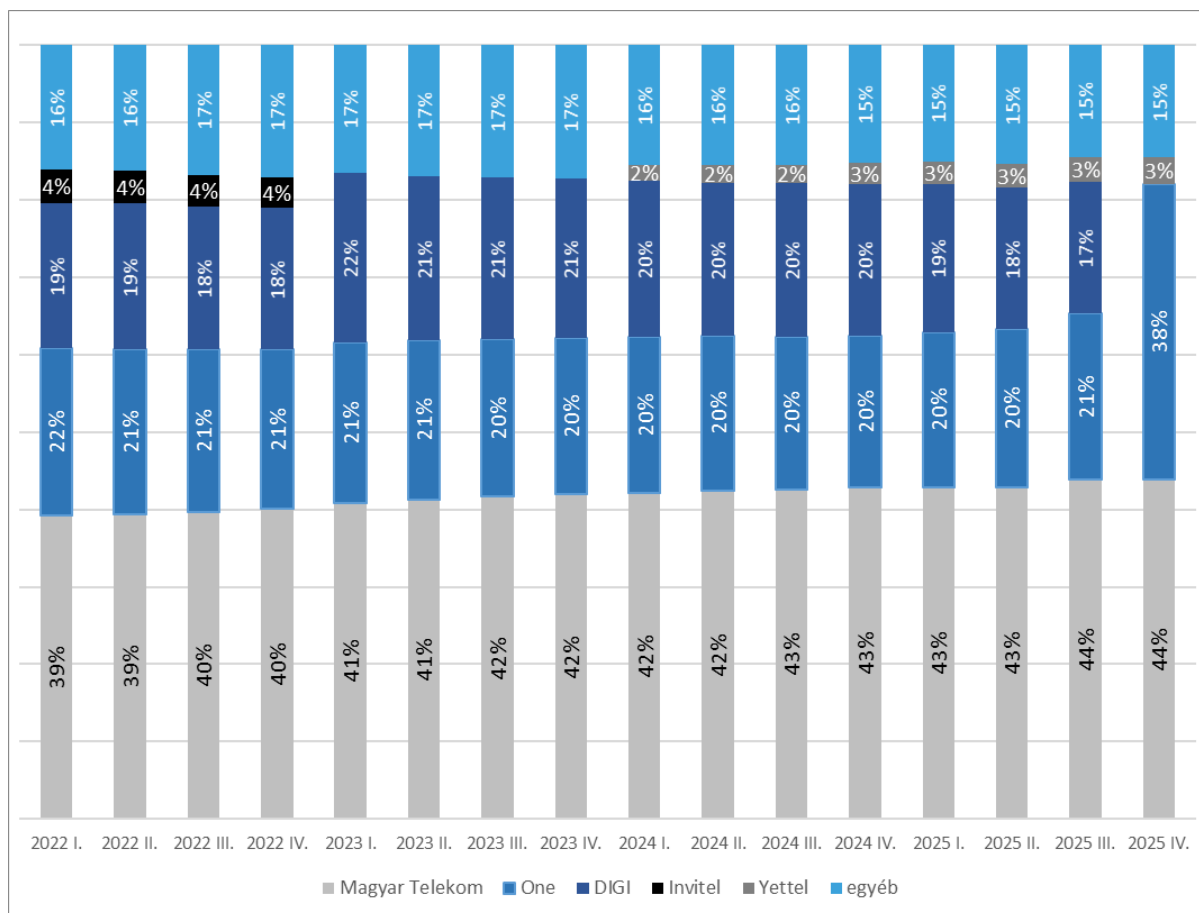
76%-os részesedéssel rendelkeztek (noha a lakosságnál ez 92% volt). A fenti adatok kapcsán ugyanakkor fontos emlékeztetni arra, hogy az előfizetői szerződésben rögzített névleges sávszélességről van szó, és egyáltalán nem biztos, hogy az előfizetők ténylegesen ilyen sebességgel tudják használni az internetet, hiszen az egy elméleti maximumérték. A felhasználók szempontjából ténylegesen érzékelhető mutató a garantált sávszélesség, amely kis leegyszerűsítéssel minimumsebességként fogható fel. Mivel a szolgáltatók adatközlése erre vonatkozóan is tartalmaz információt, érdemes röviden erre is kitérni.



11. ábra: Helyhez kötött internet-hozzáférések számának alakulása (ezer darabban) névleges sávszélesség szerint a nem-lakossági ügyfélkörben [ugrás a 11. táblázatra](#)

2025 végén a lakossági előfizetők 4%-a kapta a leglassabb (legfeljebb 2 Mbps garantált sebességű) internetkapcsolatot, 16%-nál volt 2 és 30 Mbps között a sávszélesség, és 67% élvezett 100 Mbps feletti gyorsaságot. Az üzleti előfizetőknek ugyanakkor hetede (14%) volt a legalsó sebességsztályban, 13% használt 2-30 Mbps sávszélességű kapcsolatot és csak 59%-nál érte el a garantált sebesség a 100 Mbps értéket. A fejlődés ezen a téren korántsem olyan látványos, mint a névleges sebesség esetében, hiszen négy évvel korábban is 12% volt a lakossági előfizetői körben a 2 Mbps alatti tartományban internetező aránya, tehát az összes felhasználó 8%-a került a legalsó szolgáltatásminőségből feljebb, a nem-lakossági előfizetőknél pedig ugyan kicsit nagyobb a javulás (25-ről 14%-ra), de a 2Mbps sebesség még irodai célokra is sokszor idegőrlő lehet (ha több dolgozó akarja egyidőben ugyanazt a kapcsolatot használni), márpedig a vállalkozások hetede kénytelen ezzel beérni.

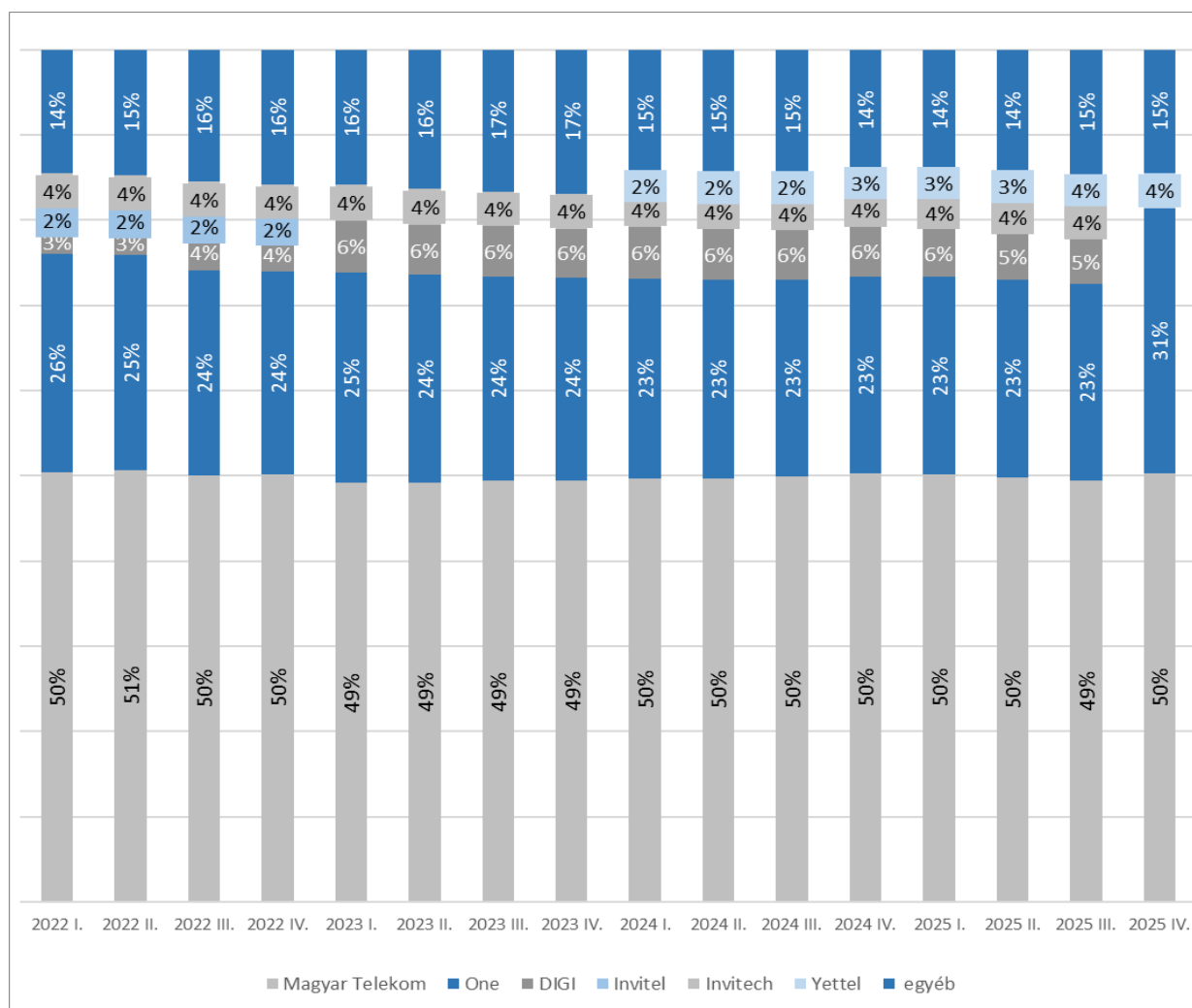
A helyhez kötött internetszolgáltatás piacán mérsékelt átrendeződéshez vezetett 2023-ban az Invitel beolvadása a Digibe (a fúzió harmadik szereplője, az i-TV nem szolgáltat ki internet-előfizetőket, hiszen csak televíziószolgáltatást nyújtott, ezért nem is befolyásolhatta ennek a piacnak az alakulását). Ezzel szemben a 2025. év végén bekövetkezett nagy összeolvadás (egyszerre 4 korábban önálló cég integrálódott a One-ba, a Digi, a Canal+, az Invitech és az Antenna Hungária) komoly hatással bírt a piacra. Ugyan a fúzió résztvevői közül az Antenna Hungária, a Canal+ és az Invitech a lakossági internetpiacon nem szolgáltatott, a One és a Digi korábban külön-külön a piac 2. és 3. játékosai voltak, így egyesülésük a piacvezetőhöz közeli részesedésű céget eredményezett. A 12-13. ábrán a One növekedésén kívül látható apró elmozdulások gyakorlatilag kizárólag az organikus fejlődésnek tudhatók be. Mind lakossági, mind a vállalati piacon lényegében csak a Magyar Telekom és az újfajta helyhez kötött szolgáltatással piacra lépő Yettel tudta érdemben növelni részesedését: előbbinek 39-ről 44%-ra sikerült feltornáznia piacrészét a lakossági ügyfélkörben, utóbbi pedig mindkét szegmensben 3-4%-os arányt ért el a piacra lépéstől számított 3 év alatt (a szolgáltatás 2022 közepétől érhető el, ugyanakkor a Jelentésben csak 2024. I. negyedétől kezdve jelennek meg a Yettel adatai).



12. ábra: Szolgáltatói piacrészesedések a helyhez kötött internet piacán lakossági ügyfélkörben [ugrás a 12. táblázatra](#)

(Zárójelben itt térünk ki egy módszertani kérdésre. Mivel a Jelentés a fenti fúziók után maradt 14 legnagyobb szolgáltató adataira épül, szükségképpen nem rendelkezünk információkkal a

kisebb szolgáltatók ügyfeleinek számáról, ami piacrészesedések becsléséhez elengedhetetlen, hiszen ezek figyelmen kívül hagyása mesterségesen felfújná a nagyobb szolgáltatók részesedését. Éppen ezért az összpiacot a KSH adatai szerint határoztuk meg a Hivatal honlapján elérhető 12.2.1.5. Helyhez kötött internetelőfizetések száma hozzáférési szolgáltatások szerint negyedévente című táblázat szerint. Ugyanakkor mivel a KSH nem közöl adatot az előfizetők, hanem csak a hozzáférések számáról, a piacrészesedéseket mi is ez alapján becsültük. Az ábrákon szereplő egyéb kategória nem csak a Jelentéshez adatokat nem szolgáltató kisebb cégek részesedését takarja, hanem ide kerültek összevontan azok a szolgáltatók is, akik ugyan benne vannak a 14 adatszolgáltatóban, de részesedésük külön-külön nem éri el a 2%-ot. Ugyanakkor a piacrészesedéseket szolgáltatóként és nem csoportszinten számítottuk. Így hiába rendelkezik meghatározó vagy akár 100%-os tulajdonrészrel az egyik szolgáltató egy másikban, az ábrákon ezek a cégek külön jelennek meg. Például a Magyar Telekom a Kalásznettel és a VGreennel, a One a PR-Telecommal közös tulajdonosi körhöz tartozik, mivel azonban a piacon saját néven, saját ajánlattal vannak jelen, a kisebb cégek az egyéb kategóriában, nem a „nagy testvérükkel” összevontan szerepelnek.)



13. ábra: Szolgáltatói piacrészesedések a helyhez kötött internet piacán nem-lakossági ügyfélkörben

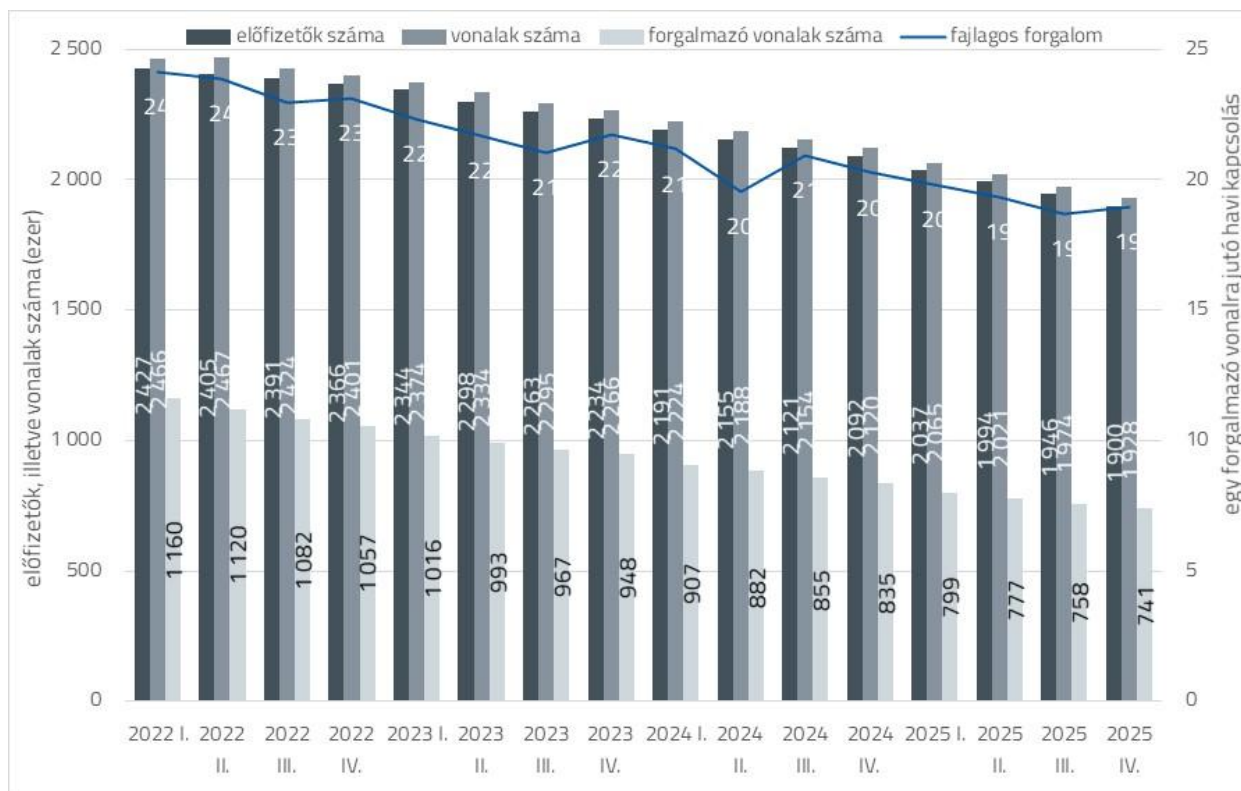
[ugrás a](#)

[13. táblázatra](#)

A lakossági és a vállalati piac erőviszonyai között két említésre méltó különbséget találunk. Mindkét piacon a Magyar Telekom a piacvezető, ugyanakkor előbbin a One-nak jóval kedvezőbbek a pozíciói, mint a vállalati ügyfelek körében: míg a háztartási előfizetők közül 38% a One ügyfele, a vállalkozások közül csak 31%. Ezzel párhuzamosan ugyanakkor a vállalati piacon a Magyar Telekom sokkal nagyobb fölényben van, mint a lakosság: 50%-os részesedése behozhatatlanul messze van a második helyezett 31%-ához képest, miközben a lakossági piacon a 44 kontra 38%-os részesedések az első és második helyezett között ha nem is kiegyenlített versenyről tanúskodnak, de nem utalnak nyomasztó fölényre.

Helyhez kötött telefon

A helyhez kötött hírközlési szolgáltatások összefoglaló áttekintése során már megállapítottuk, hogy a lakossági telefonpiacon 2020 közepén indult el egy gyors ütemű leépülési folyamat, felváltva az addig lényegében stagnálással jellemezhető viszonyokat. A 14. ábrán ugyanezt látjuk, csak éppen nem a hozzáférések, hanem az előfizetők és a vonalak száma alapján. Új felismerésekre vezethet ugyanakkor a forgalmazó vonalak számának időszerelemzése (egy előfizetői vonalat akkor tekintünk forgalmazónak, ha az adott negyedév során legalább 1 hívást indítottak vagy fogadtak rajta). Az mindig is jellemző volt, hogy a ténylegesen használt vonalak száma jóval alacsonyabb, mint az összes, ugyanakkor míg 2022 elején az összes lakossági vonal 47%-án bonyolítottak hívásokat, négy évvel később már csak 38%-ukon (és a két időpont között lényegében egyenletes volt a csökkenés). Még beszédesebb, ha az abszolút számokat tekintjük: négy év alatt négyszázhuszezerrel csökkent a forgalmazó vonalak száma – gyakorlatilag minden harmadik tényleges (tehát nem csak névleges) előfizető eltűnt. Az enyhén zsugorodó előfizetői és vonalszámok tehát szép látszatot képeznek (2022 elejéhez képest mindkettőben 22%-os csökkenés következett be, ami szinte semmi a forgalmazó vonalakkal tapasztalt 36%-os visszaeséshez képest), ez azonban valójában Patyomkin-falu: sok háztartásban megrendelik a helyhez kötött telefont, mert a szolgáltató csomagban, más szolgáltatásokkal együtt rendelve ingyen adja, vagy olyan árat kér érte, hogy kompenzálja azt a többi szolgáltatáson elérhető csomagkedvezmény, ugyanakkor az így feltornázott előfizetői számok látszólagosak, a felük sem igaz (hiszen kevesebb mint a fele, 38% volt a ténylegesen használók aránya).

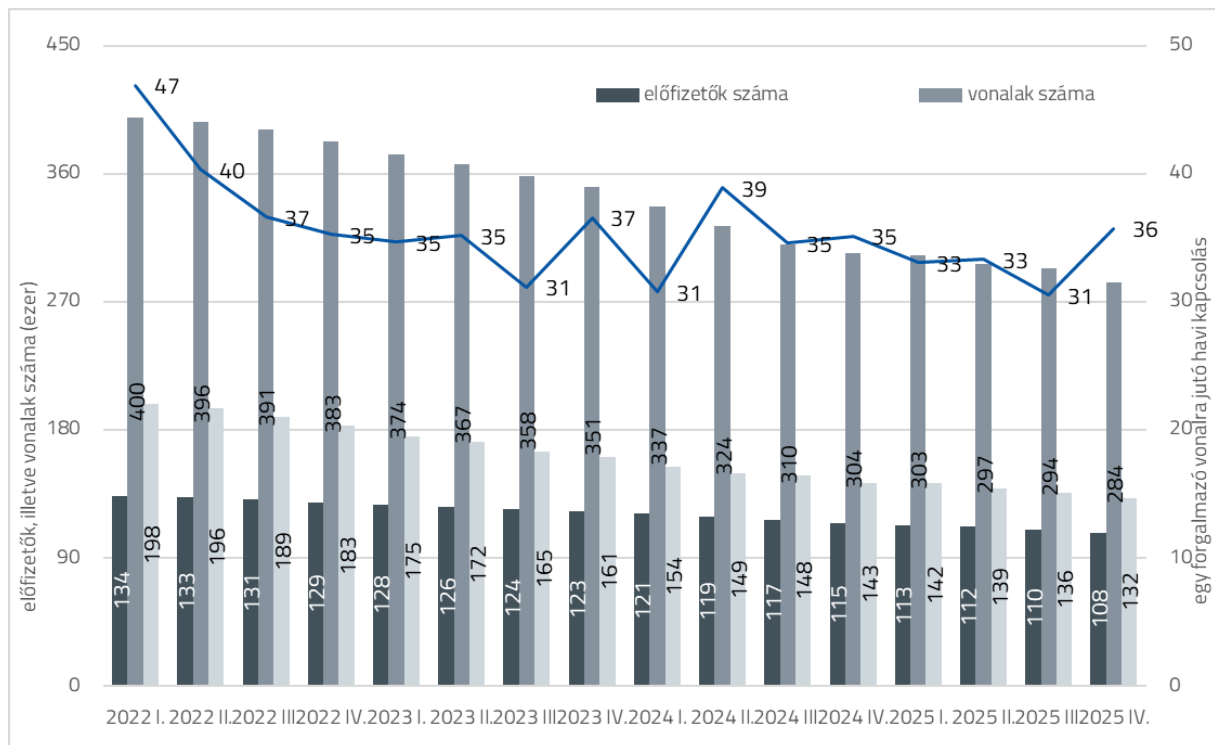


14. ábra: Előfizetők, vonalak, forgalmazó vonalak, továbbá egy forgalmazó vonalra jutó havi kimenő kapcsolások száma lakossági ügyfélkörben a helyhez kötött telefonpiacon [ugrás a 14. táblázatra](#)

A fajlagos forgalom (az egy forgalmazó vonalra jutó havi kimenő kapcsolásszám) hosszú ideig viszonylag stabilan 23-25 darab között alakult (csupán a járvány miatti nagy lezárások időszakában, 2020 tavaszán és 2021 telén emelkedett kismértékben), 2023-tól kezdődően azonban ez a mutató is erőteljes csökkenésbe váltott (az utolsó időpontban már a 20 darabot sem érte el). Ebből arra a következtetésre juthatunk, hogy nem (vagy nem csak) olyan háztartások szüntették be teljesen a vezetékes telefon használatát, akik addig is alig-alig hívtak rajta (hiszen akkor növekednie kellett volna a használati intenzitásnak a megmaradó forgalmazó vonalaknál).

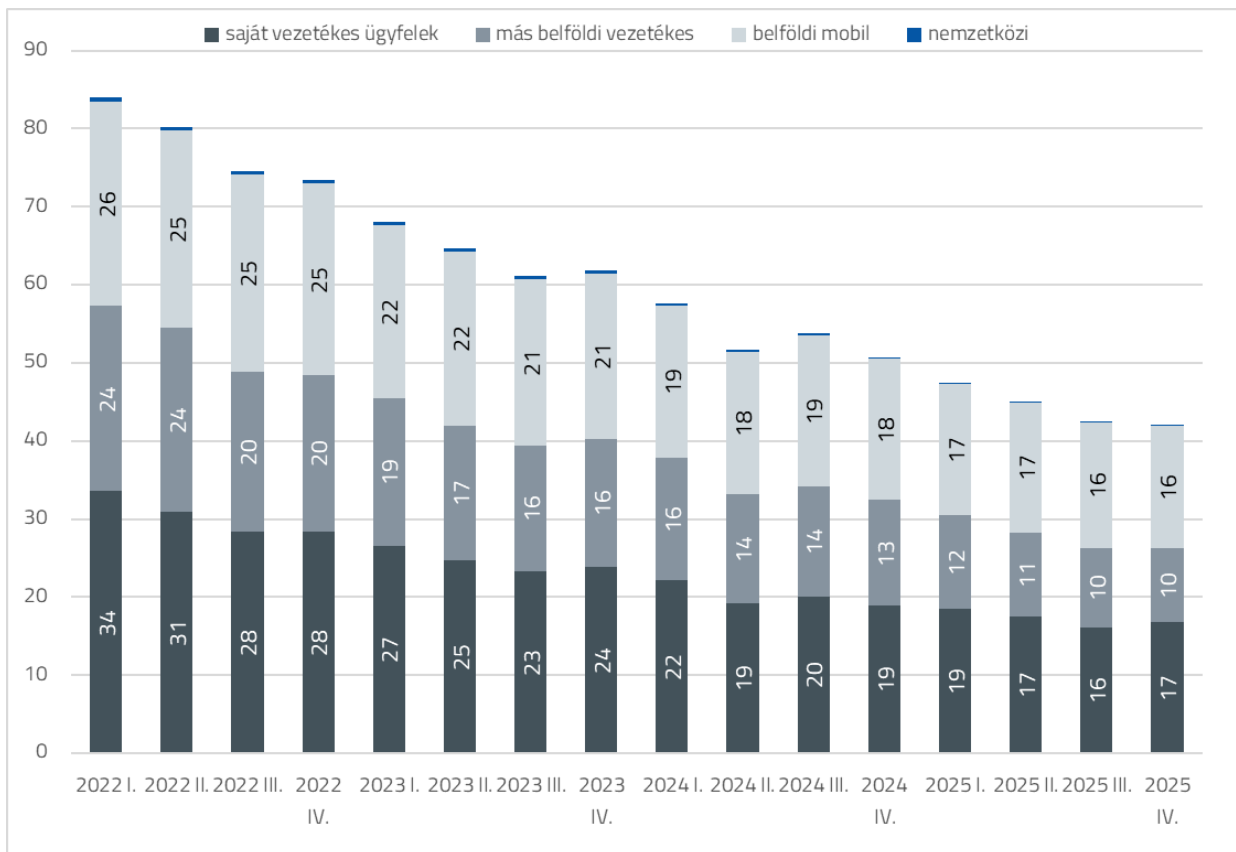
A vállalati ügyfélkörben az előfizetőszámon kívül minden más mutatóban nagymértékű leépülést hozott a 2022-2025-ös időszak. Ugyan az előfizetők száma csak 19%-kal, mintegy 26 ezerrel apadt (egy komoly vállalkozás, úgy tűnik, továbbra sem engedheti meg magának, hogy ne legyen vezetékes telefonon elérhető), a vonalak számában viszont 29%-os (százezret meghaladó), a ténylegesen használt vonalak számában pedig egyenesen 33%-os (66 ezres) csökkenés következett be. Még komolyabb intő jel, hogy a forgalmazó vonalakat is egyre kisebb intenzitással használják: a korábbi havi 45 kimenő kapcsolásból az időszak végére (mozgóátlagos simítást alkalmazva) mintegy 35 maradt (ugyancsak 20%-ot meghaladó zsugorodás). Ha a lakossági piacot mutató kulcsin mögött komor valóságként festettük le, akkor a Patyomkin-falu hasonlat kétszeresen igaz a nem-lakossági piacra: az előfizetői számok ugyan látszólag csak mérsékelten csökkennek, de az ügyfelek egyre több vonalat mondanak

le, a megtartottak közül is egyre kevesebbet használnak, és a használatban lévőkön is egyre kevesebb hívást kezdeményeznek.



15. ábra: Előfizetők, vonalak, forgalmazó vonalak, továbbá egy forgalmazó vonalra jutó havi kimenő kapcsolások száma nem-lakossági ügyfélkörben a helyhez kötött telefonpiacon [ugrás a 15. táblázatra](#)

A 16-17. ábra a forgalom csökkenését hívásirányonként is elemezhetővé teszi. A lakossági piacon 2022 első és 2025 negyedik negyedéve között a kapcsolások számában 50%-ot megközelítő visszaesés következett be (az első időszakban mért 84 milliőról az utolsó időszak 42 milliójára), ugyanakkor ezen átlagérték mögött jelentős különbség van a négy hívásirány között. Miközben a nemzetközi hívások darabszáma jóval átlag feletti ütemben zsugorodott (57%-os csökkenés 2022. I. negyedéve és 2025. IV. negyedéve között), továbbá a vezetékes számok hívása is erőteljesen csökkent (50, illetve 60%-kal attól függően, hogy a hálózaton belüli vagy a hálózaton kívüli hívásokat vizsgáljuk-e), a mobil irányba indított hívások száma kevésbé sýnylette meg a visszaesést (40%-os zsugorodás). Mindezek miatt míg korábban egyértelműen a saját ügyfélkörön belüli hívások jelentették a domináns forgalmat, manapság a hálózaton belüli és a mobilhívások nagyjából hasonló részesedéssel bírnak.

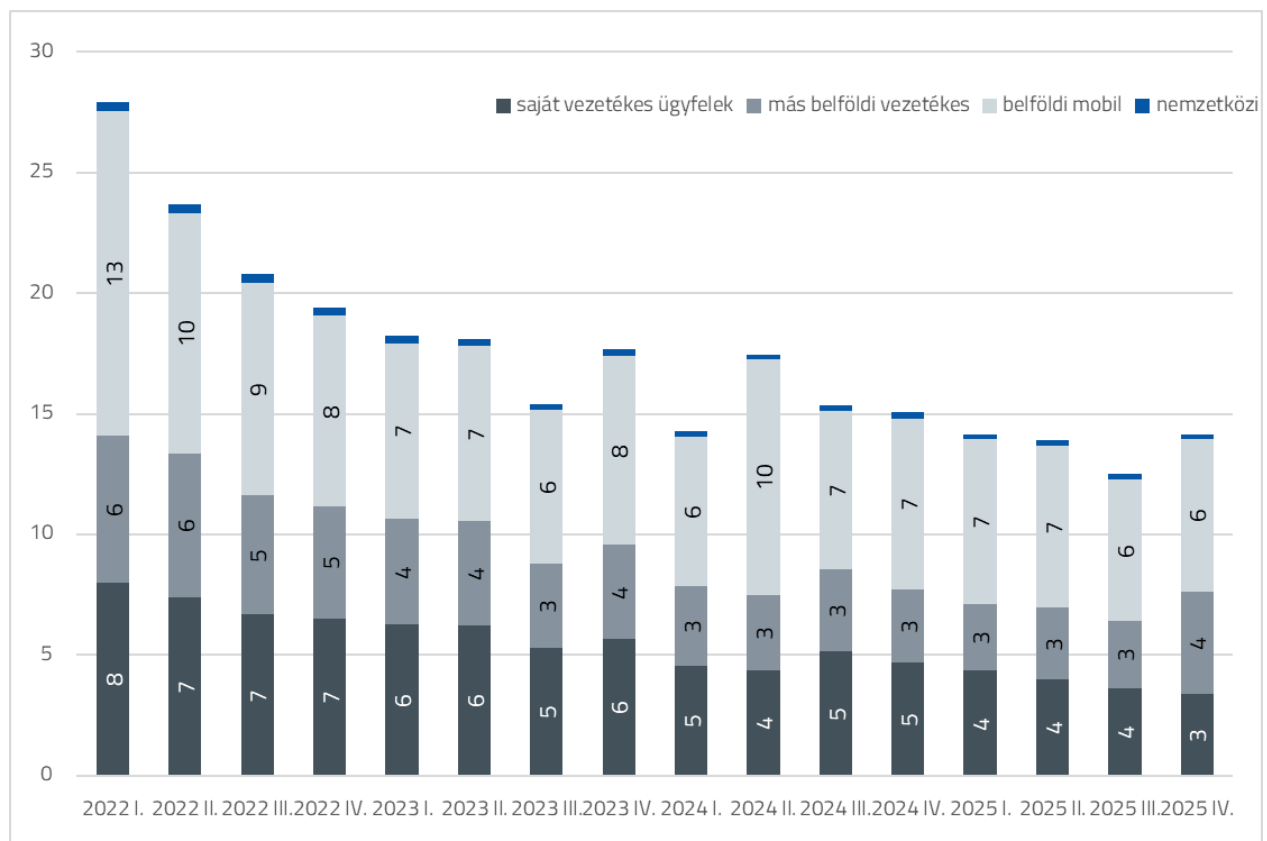


16. ábra: Kimenő kapcsolások száma hívásirányonként lakossági ügyfélkörben a helyhez kötött telefonpiacon (millió darab) [ugrás a 16. táblázatra](#)

(Zárójelben jegyezzük meg, hogy a fenti általános helyzetkép a piac egészére vonatkozik, attól az egyes szolgáltatók ügyfélkörében nagyon komoly eltérések figyelhetők meg. A sok előfizetővel rendelkező szolgáltatóknál –például Magyar Telekom vagy One– természetes, hogy ha vezetékes számot hív egy előfizető, az nagyobb eséllyel lesz a szolgáltató egy másik ügyfele, mint a kis szolgáltatók esetében, így a fenti cégeknél törvényszerűen az átlagosnál magasabb a hálózaton belüli hívások aránya. Ugyanakkor a szolgáltatói tarifapolitika is befolyásolja a hívásirányokat, például a Tarr Kft. hiába rendelkezik relatíve kisszámú, mintegy 50 ezer lakossági telefonelőfizetővel, mivel a hálózaton belüli hívások 0 Ft-ba kerülnek minden időben, így az ügyfelek bátran hívják egymást, ami miatt az összes kapcsolat kiugróan magas, 50%-ot meghaladó aránya maradt saját ügyfélkörön belül az időszak egészében. Ha már a szolgáltatók közötti különbség került szóba, akkor arra is érdemes kitérni, hogy hasonlóan nagyok az eltérések a forgalmazó vonalaknak az arányában az összes vonalhoz képest: míg az átlag mintegy 38%, azaz az előfizetett vonalak több mint felén semmiféle hívásforgalom nem bonyolódik, van olyan szolgáltató amelynél ez a mutató inkább az egyharmados értékhez áll közel, míg az éllovasnál az 50%-ot is meghaladja – talán nem véletlen, hogy az aktív ügyfelek arányában is a Tarr Kft. magaslik ki a többiek közül. Ez utóbbi megállapításhoz annyi pontosítás szükséges, hogy azoknál a szolgáltatóknál, amelyeknél nincs csomagkedvezmény – tehát nem biztosítják a vezetékes telefont ingyen vagy névleges összegért más helyhez kötött

szolgáltatások megrendelése esetén, a forgalmazó vonalak aránya szintén jóval átlag feletti, de ez egy kicsiny részpiac.)

A lakossággal ellentétben a vállalkozói piacon nemcsak kiegyenlítődtek a hívásirányok, hanem egyenesen a mobil irányú hívások vették át a főszerepet. Míg az időszak elején még fölényben volt a vezetékes hívások aránya (a saját ügyfélkörön belüli hívások és más szolgáltatók vezetékes ügyfeleihez irányuló hívások összesen 14 millió darabot értek el szemben a mobilhívások 13 milliós számával), vezetékes hívásirányban négy év mintegy felére csökkent a hívások száma, miközben a mobilhívások mennyisége ennél mérsékeltébb ütemben zsugorodott. A változások trendszerűek, nem arról van tehát szó, hogy a járvány időszakában (mivel sokan otthonról dolgoztak), a korábban egyik cégtől a másikhoz, egyik irodából a másikba vezetékes telefonon lebonyolított hívások szükségképpen át kellett, hogy terelődjenek mobilra vagy valamilyen csevegőalkalmazásra, a vezetékes hívások csökkenése ugyanúgy érvényesült a járvány előtt és után is.

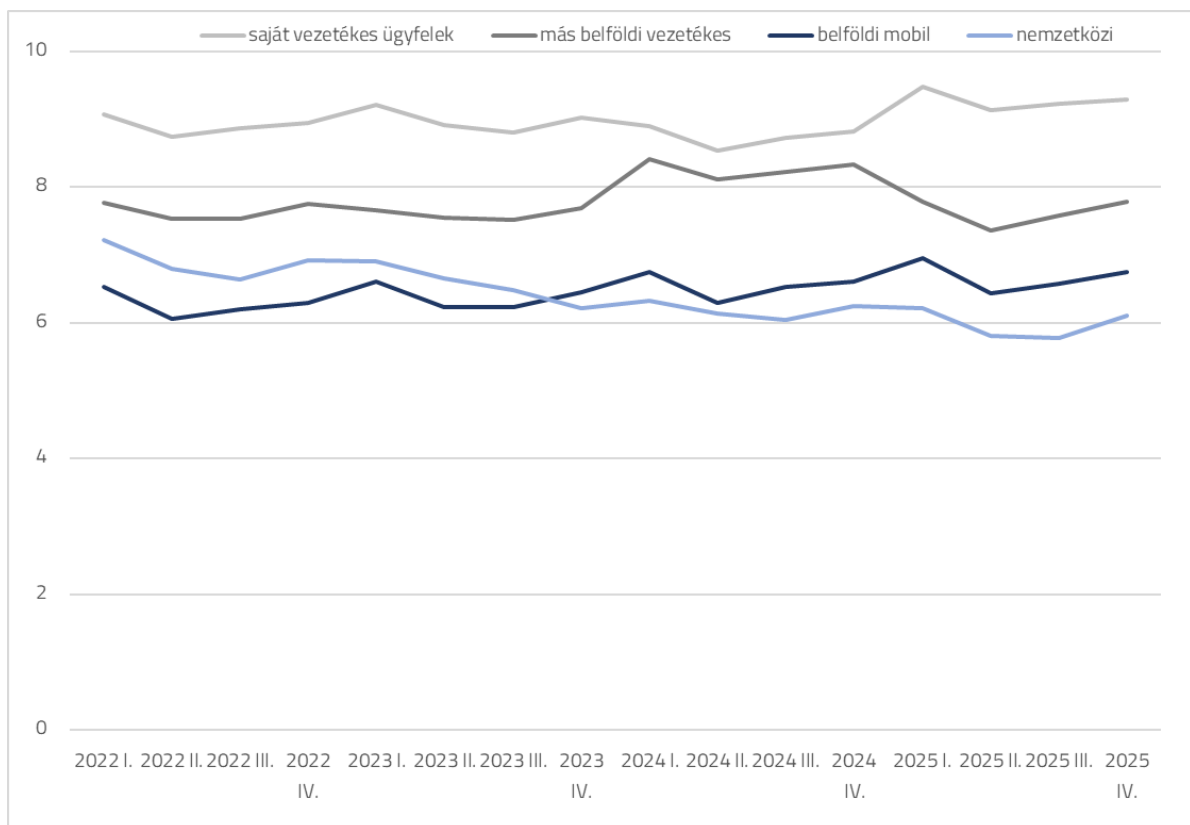


17. ábra: Kimenő kapcsolások száma hívásirányonként nem-lakossági ügyfélkörben a helyhez kötött telefonpiacon (millió darab) [ugrás a 17. táblázatra](#)

A 17. ábrán ugyan nem szembeszökő (hiszen a nemzetközi hívások súlya mindig is eltörpült a belföldieké mögött), nemzetközi irányban gyakorlatilag megszűnőben vannak a hívások: az időszak végére kétszáz ezer körüli értékre esett a cégek által kezdeményezett ilyen hívások száma, ami azt jelenti, hogy a forgalmazó 132 ezer vonalra negyedévente mintegy másfél (havi szinten félnél is kevesebb) külföldi hívás jut. Ez a tendencia alighanem megállíthatatlan (hacsak a pillanatnyilag igencsak kedvezőtlen nemzetközi vezetékes tarifák nem csökkennek a

felhasználók számára észszerű szintre), hiszen a cégeknél manapság egyre inkább internetes megoldással (például Skype-, Zoom- vagy Teams-felületeken) vagy virtuális magánhálózatokon keresztül valósulnak meg a nemzetközi hívások.

A lakossági piacon a hívások számának csökkenésével szinte azonos ütemben zsugorodott a lebeszélte percek mennyisége is: például míg a saját hálózaton belül maradó hívások száma az időszakban 50%-kal csökkent (34 milliőről 17 millióra), ugyanebben az irányban a percforgalom 49%-kal zsugorodott (304 millió percről 156 millió percre), és ugyanezt állapíthatjuk meg minden más hívásirányra is. Mindezek miatt az egy hívásra eső fajlagos hossz alig változott.

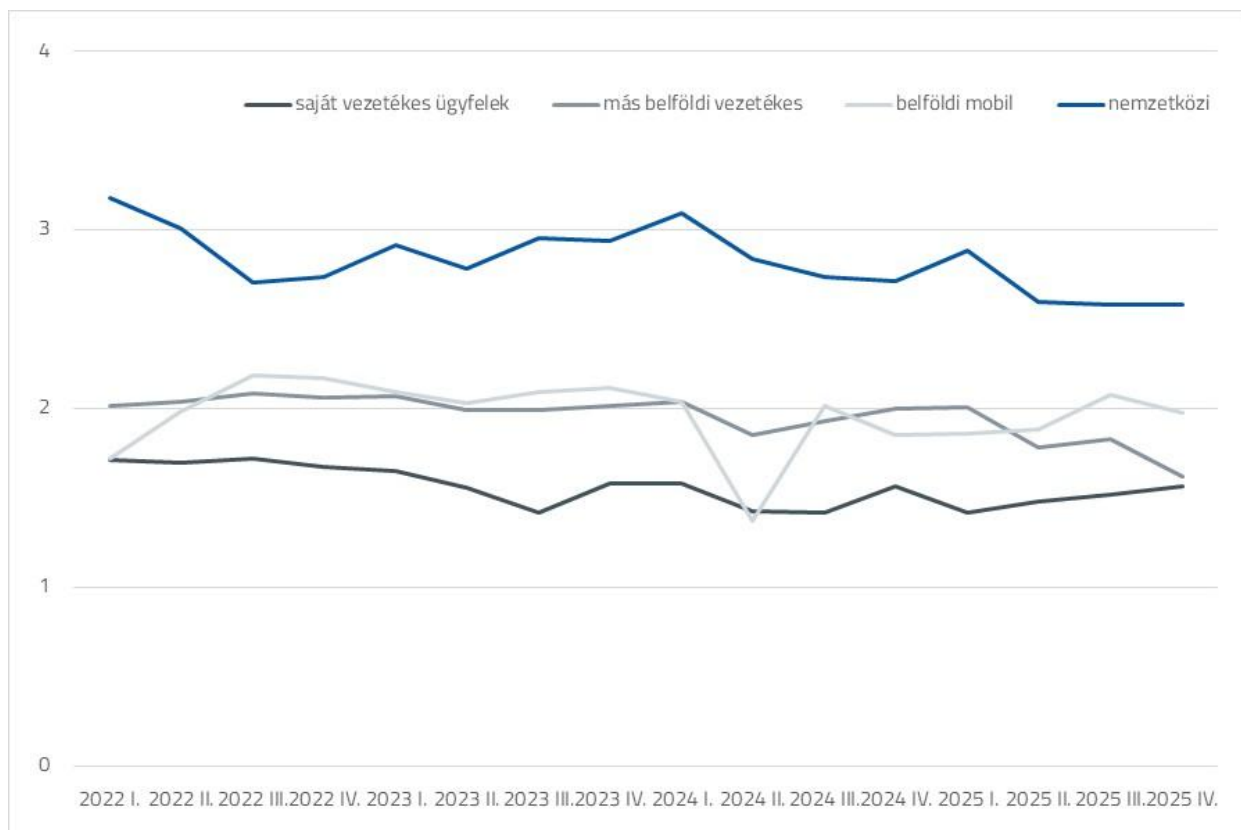


18. ábra: Az átlagos híváshossz (perc) alakulása hívásirányonként a lakossági ügyfélkörben [ugrás a 18. táblázatra](#)

Az átlagos híváshossz változatlansága valamennyi forgalmi irányra igaz, így hosszabb távon is stabil maradt az a szerkezet, hogy a vezetékes hívások a leghosszabbak (átlagosan mintegy 9 percig tartanak), a mobilhívások pedig a legrövidebbek, azaz a hívások időtartama egyértelműen a hívásköltséghez igazodik. (A nemzetközi hívások száma olyan csekély – például 2025. IV. negyedévében 741 ezer forgalmazó vonalra 204 ezer hívás jutott, azaz negyedévente vonalanként a fél darabot sem éri el a fajlagos forgalom, hogy nem lehet hívási „szokásokról” beszélni.) Úgy tűnik ezek alapján, hogy a vezetékes telefon –legalábbis a lakossági felhasználók körében– egyértelműen a „csevegés” eszközévé vált.

A lakossági ügyfelekkel szemben a nem-lakossági felhasználók nem „csevegésre” használják a vezetékes telefonjukat, ebből következően az átlagos híváshossz a harmadát sem éri el egyik irányban sem annak, amit a lakossági oldalon láttunk (ld. 19. ábra). Hívásiránytól függetlenül az átlagos híváshossz évek óta stabilan másfél-két perc körül van, talán a nemzetközi hívások nyúlnak ennél egy árnyalattal hosszabbra, de utaltunk rá, hogy ezek száma az utóbbi időben minimálisra csökkent, így „jellemző” híváshosszról itt sincs értelme beszélni.

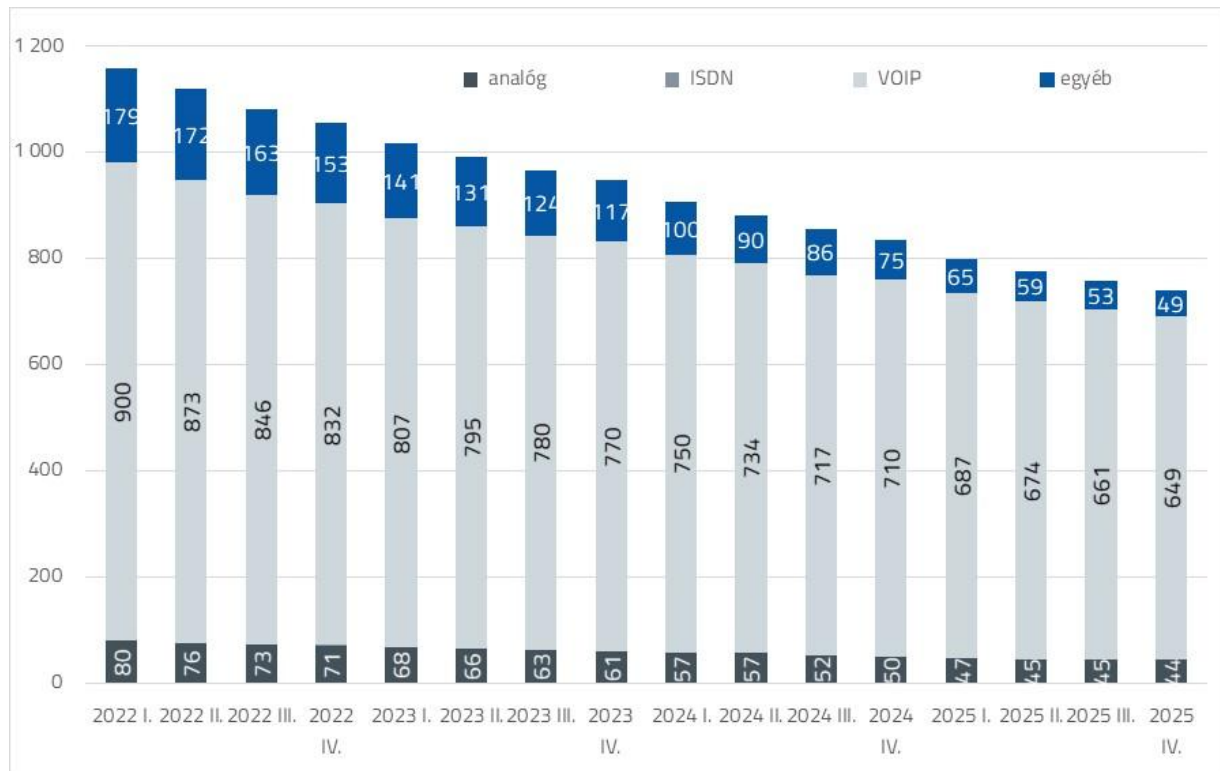
Míg a korábbiakban azt láttuk, hogy a helyhez kötött internet esetében jelentős volt a műszaki fejlődés (elsősorban a lassabb kapcsolatok cseréje nagyobb sáv szélességűre), helyhez kötött telefonnál komoly javulást a technikai háttérben nem tapasztalhatunk. A lakossági piacon az elavultnak számító analóg technológia ugyan régóta visszaszorulóban van (ld. 20. ábra), azonban ennek üteme rendkívül lassú: 2022 elején az összes forgalmat bonyolított vonal 7%-a volt analóg, az időszak végén, 2025. IV. negyedévében pedig még mindig 6%. (A lakossági piacon az ISDN-vonalak szerepe sosem volt meghatározó és mára lényegében „kiveszőben lévő fajnak” tekinthetjük).



19. ábra: Az átlagos híváshossz (perc) alakulása hívásirányonként a nem-lakossági ügyfélkörben [ugrás a 19. táblázatra](#)

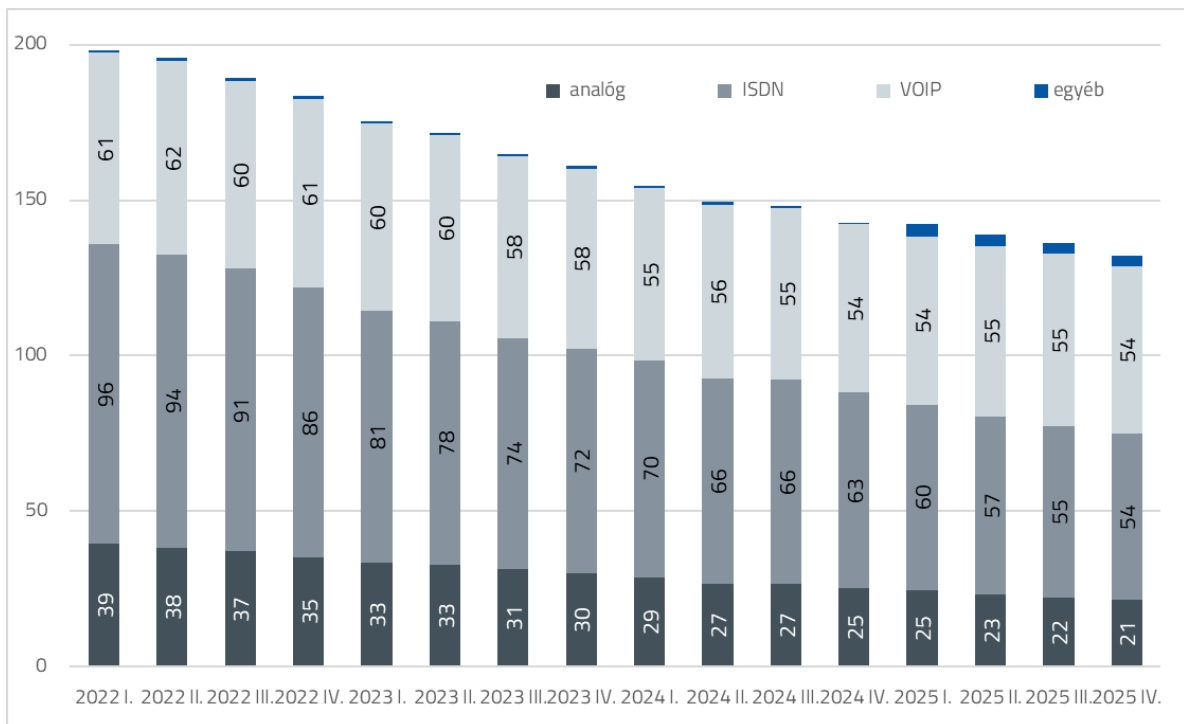
A lassú modernizációnak két oka lehet: egyrészt egy zsugorodó piacon érdemes minden fejlesztési beruházást kétszer is meggondolni, hogy megtérül-e, másrészt a műszaki modernizáció nem feltétlenül hozza meg az előfizetők kedvét a vezetékes telefon használatához, sőt éppen az analóg vonalon kiszolgált ügyfelek a legintenzívebb használók

(például míg a modern megoldással –internethálózaton keresztül VoIP technológiával – ellátott előfizetők körében a forgalmazó vonalak aránya az összes ilyen vonalnak csak 36%-a volt 2025. IV. negyedévében, a „hagyományos” analóg vonallal bekötött ügyfelek 56%-a használta ténylegesen is a vezetékes telefont).



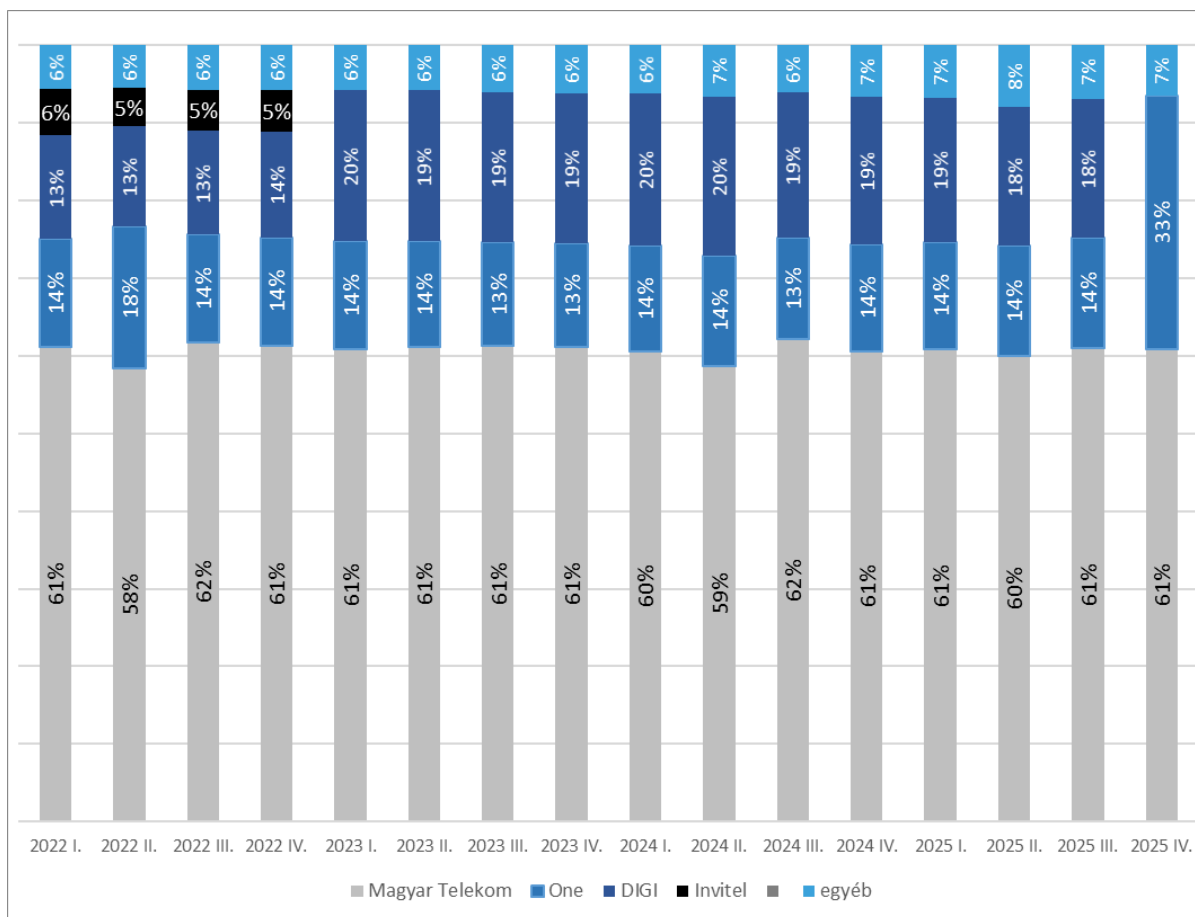
20. ábra: Forgalmat bonyolított helyhez kötött telefonvonalak technológiák szerinti megoszlásának alakulása a lakossági ügyfélkörben (ezer darabban) [ugrás a 20. táblázatra](#)

Az üzleti felhasználók körében éppilyen kevésbé haladt a műszaki fejlesztés (ld. 21. ábra), sőt a kiinduló állapot eleve rosszabb volt. Ennek nyomán az analóg vonalak aránya a forgalmazó vonalak között 20%-ról 16%-ra csökkent az egész időszak alatt, az ISDN-vonalaké pedig 49-ről 41%-ra, azaz alig-alig érzékelhető elmozdulás, és ha hozzátesszük, hogy mindez négy év fejleménye, szabad szemmel szinte láthatatlannak kell tekintsük a hálózatfejlesztést.



21. ábra: Forgalmat bonyolított helyhez kötött telefonvonalak technológiák szerinti megoszlásának alakulása a nem-lakossági ügyfélkörben (ezer darabban) [ugrás a 21. táblázatra](#)

A vezetékes telefonpiacon az egyes szolgáltatók piacrészesedésének becslése (különösen lakossági ügyfélkörben) igen nehéz kérdés. Megmutattuk a korábbiakban, hogy az összes bekötött telefonvonalnak csak 38%-a aktív, vagyis a vonalszám nem igazán jó teljesítménymutató, hiszen ha egy szolgáltató vonzó áron (esetleg ingyenesen) biztosít vezetékes telefonszolgáltatást ügyfeleinek, amennyiben más hírközlési szolgáltatásokat is rendelnek tőle, akkor ezzel a lépéssel mesterségesen „felfújhatja” az előfizetőinek illetve a vonalainak a számát, noha ebből nincs valós árbevétele, ahogyan tényleges szolgáltatást sem nyújt. Helyesebb lehet tehát a forgalmazó vonalak száma alapján számolni a részesedéseket, ezzel kapcsolatban viszont az a kifogás merülhet fel, hogy negyedévente egyetlen (akár téves) kapcsolást fogadó vonal egyenértékűnek számít egy valóban rendszeresen vagy intenzíven használttal. Éppen ezért a tényleges szolgáltatási teljesítmény mérésére a kimenő kapcsolások száma vagy ezek percforgalma lehet talán a legalkalmasabb mutató. (A vázolt lehetséges megoldások eredményei közötti különbség érzékeltetésére álljon itt csak egyetlen szolgáltató, a Magyar Telekom piacrészesedési adata 2025. IV. negyedévére a lakossági ügyfélkörre négy számítás szerint: az összes vonal 53%-át, az összes forgalmazó vonal 51%-át, viszont az összes kimenő hívás 61%-át, a teljes kimenő percforgalomnak pedig 65%-át kezelte ez a szolgáltató.) Mivel azonban a forgalmazó vonalak, illetve az azokon bonyolított forgalom szolgáltatónkénti összevetése számos kiegészítő elemzés alapjául szolgálhat, a táblázatmellékletben megadjuk a forgalmazó vonalak száma alapján becsült piacrészesedéseket is (22.a és 23.a táblázat néven).

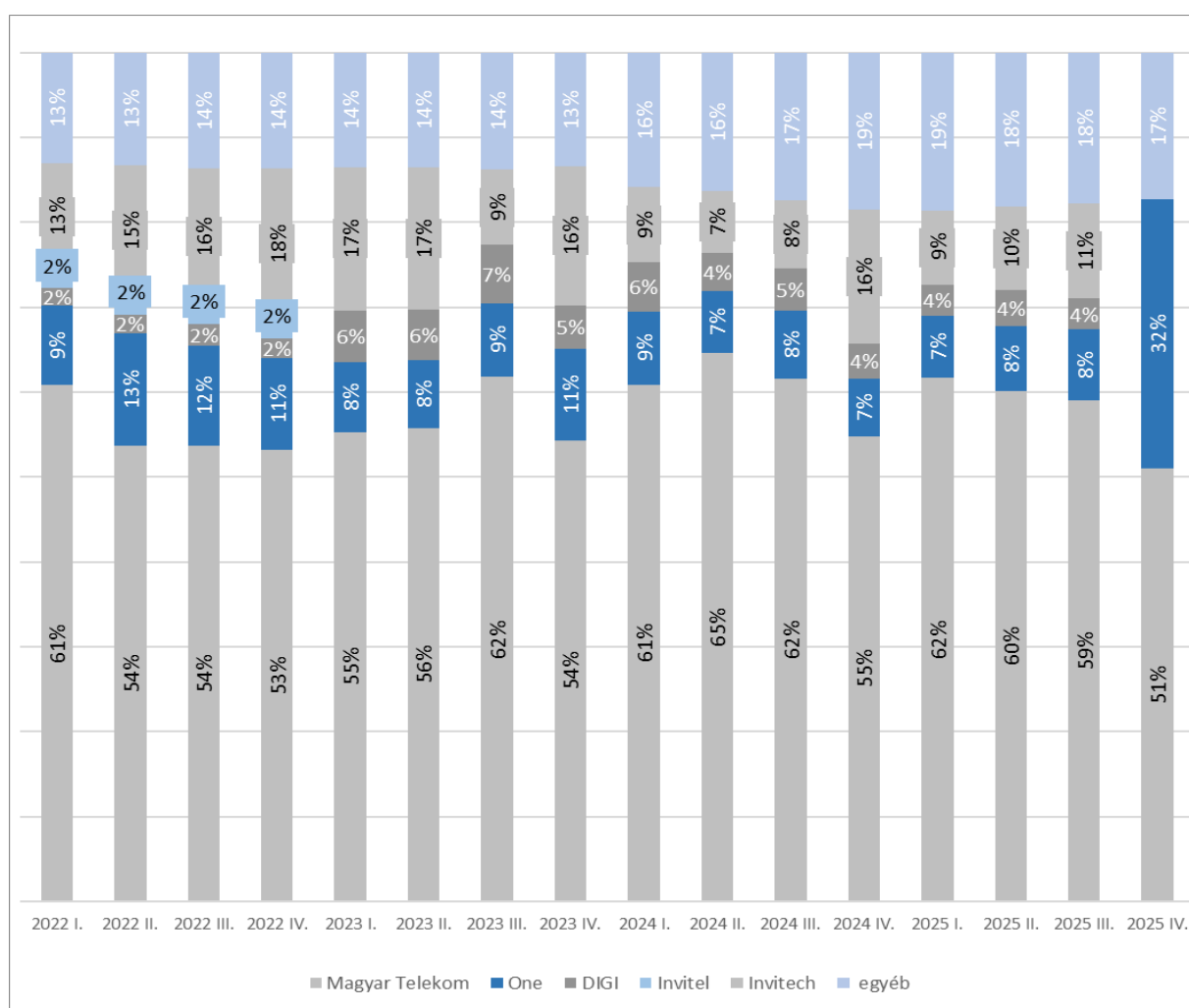


22. ábra: Kezdeményezett hívások darabszáma alapján számított piaci részesedések alakulása a lakossági ügyfélkörben [ugrás a 22. táblázatra](#)

Az üzleti ügyfélkörben nem találunk ilyen jelentős különbségeket a négyféle számítási metódus eredményei között, itt viszont azt kell figyelembe venni, hogy a legnagyobb nemzetközi nagyvállalatok jelentős része zárt piacot képez, amelyhez lényegében nincs hozzáférésük a magyarországi szolgáltatóknak (az anyavállalat sokszor minden leányvállalata hírközlési szolgáltatására leszerződik egy nemzetközi szolgáltatóval), továbbá a közigazgatási intézmények is leggyakrabban a Jelentéshez adatot szolgáltató cégeken kívüli körtől veszik igénybe a vezetékes telefonszolgáltatást (elsősorban a NISZ Zrt.-től). Mindkét esetben darabszámban csekély számú vállalatról, illetve hivatalról van szó, viszont a használt vonalak száma és a hívásforgalom jelentős lehet. Hogy ezeknek a figyelmen kívül hagyásával ne torzítsuk (növeljük meg mesterségesen) a Jelentésben részt vevő 14 szolgáltató piaci részesedését, felhasználtuk a KSH által gyűjtött teljeskörű adatokat (vö. 12.2.1.3. Bekapcsolt vezetékes telefon fővonalak és hívások az előfizetők típusa szerint negyedévente című KSH-tábla), amelynek eredményeképpen az adódott, hogy a hívásoknak hosszabb időszakra nézve átlagosan 89%-át fedi le a Jelentés, ami miatt a hiányzó 11%-ot az egyéb szolgáltatók részesedéseként vettük számításba. Mivel mind a lakossági, mind az üzleti piacon a legnagyobb 4-5 szolgáltató után következő piaci szereplők részesedése nem éri el a 2%-ot, a helyhez kötött

internetre vonatkozó fejezetben ismertetett módon a 22-23. ábrán ezeket is az egyéb szolgáltatók között szerepeltetjük.

Mindkét ügyfélkörben rendkívül stabilnak tűnnek az erőviszonyok: a Jelentés által tárgyalt négyéves időszakban legfeljebb néhány százalékpontnyi, jelentéktelen elmozdulás következett be. A lakossági piacon például 2022 elején a Vodafone a Digi és az Invitel együttes piacrészesedése 33% volt, szinte tizedszázalékra ugyanannyi, mint amennyi a három cég összeolvadásával létrejött szolgáltatónak, a One-nak a 2025 végi aránya. Ugyanígy a Magyar Telekom részesedése is szinte befagyott 60% körüli szinten. A vállalati fúziók eredményeképpen ugyanakkor a vezetékestelefon-szolgáltatás piaca lényegében kétszereplőssé vált: a Magyar Telekomon és a One-on kívül nincs más szolgáltatónak jelentős piacrészesedése, az utánuk következő legnagyobbak sem éri el a 2%-ot a súlya.



23. ábra: Kezdeményezett hívások darabszáma alapján számított piaci részesedések alakulása a nem-lakossági ügyfélkörben [ugrás a 23. táblázatra](#)

Üzleti ügyfélkörben ugyanúgy a mára megmaradt két nagy szolgáltató szezonális ingadozásoktól eltekintve gyakorlatilag változatlan pozícióját látjuk. Míg a korábban négy cégeként működő mai One-birodalom 2022 II. negyedévében 33%-os piacrészesedéssel bírt, az

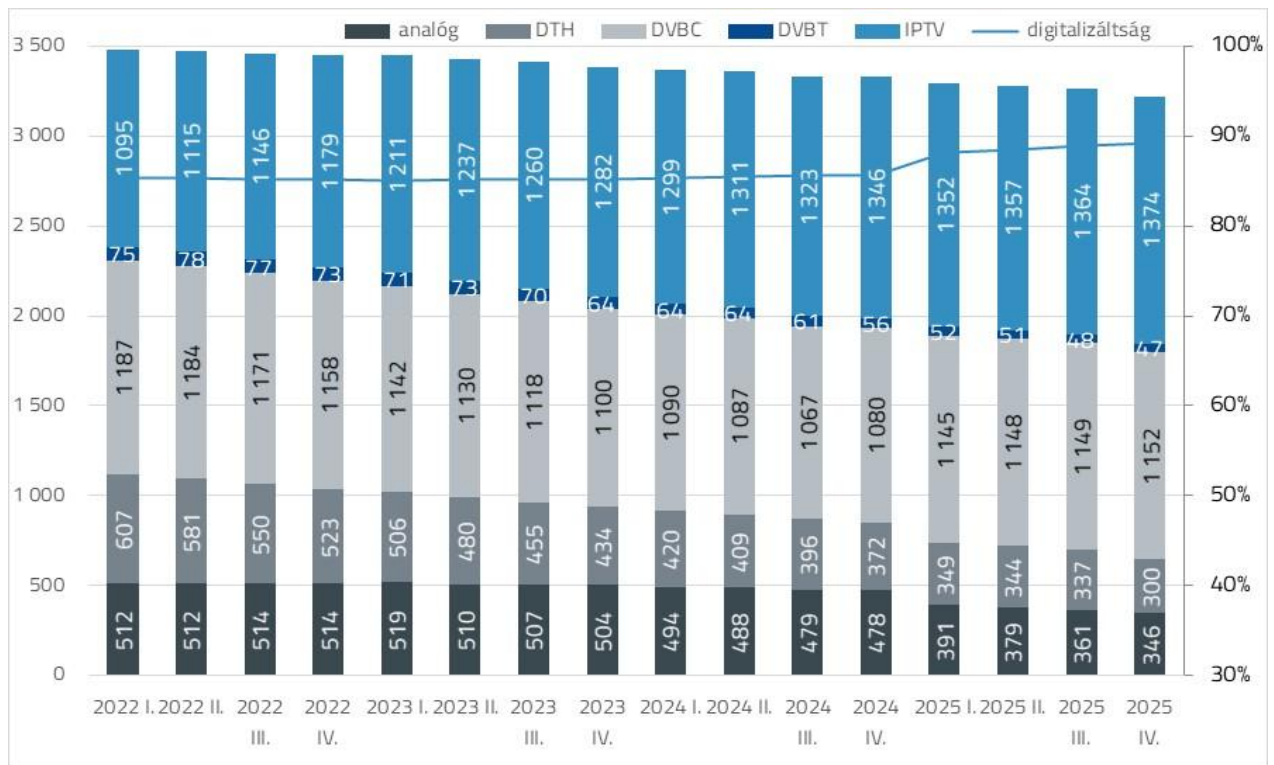
utolsó mért időszakban már egy szolgáltatóként 32%-ossal. A nem-lakossági piacon tehát összességében majdnem ugyanolyan merevek az erőviszonyok, mint a lakossági szegmensben, ugyanakkor két sajátossága is van a piacnak. Egyrészt az üzleti piacon vannak olyan nagyfelhasználók, akik képesek telefonkampányaikkal érdemben befolyásolni a szolgáltatók részesedését: az Invitech, a One és a Magyar Telekom is regisztrált olyan negyedéveket, amikor érdemben megugrott a forgalma, hogy azután vissza is essék a hosszútávú átlagra. Másrészt míg a lakossági piacon az 5 legnagyobb szolgáltatón kívül lényegében senki más nem lát üzleti potenciált a helyhez kötött telefonban, a nem-lakossági ügyfélkörben megnőtt a nagy szolgáltatókon kívüli szereplők részesedése. (Alighanem kevésbé lehet arról szó, hogy ezek a cégek magukhoz tudnának vonzani új üzleti előfizetőket a régi szolgáltatójuktól, hanem ebben az ügyfélkörben kevésbé csökken a vonalszám és a hívásforgalom, és ez okozza részesedésük növekedését.)

Helyhez kötött televízió

Mivel a másik két helyhez kötött szolgáltatással szemben a műsorterjesztési piacon elhanyagolható a nem-lakossági ügyfelek száma és az általuk generált bevétel is (az 1. és 2. ábra adatai alapján az összes tévéhozzáférés 1-2%-a tartozik üzleti előfizetőkhez), az eddig követett megoldással ellentétben ebben a fejezetben nem közlünk eredményeket a nem-lakossági piacra, hanem ennek adatait a lakossággal összevontan mutatjuk be. Az eljárást az is motiválja, hogy több szolgáltató nem kínál üzleti tévécsomagokat, és ha egy vállalkozás műsorterjesztési szolgáltatásra akar előfizetni, akkor lakossági ajánlatot adnak neki, sőt sok esetben nem is tartják nyilván, hogy egy tévéelőfizetőjük magánszemély vagy vállalkozás-e, tehát eleve az adatok konzisztenciája sem feltétlenül biztosított.

A műsorterjesztés piaca az előfizetői számokat tekintve stabil volt, illetve sokáig parányit talán nőtt is (az előző fejezetekben bemutatott módon 2021 közepéig mintegy 80 ezer darabbal növekedett a hozzáférések száma), majd 2022 eleje óta csökkenni kezdett. Ugyanakkor műszaki szempontból egyszerre figyelhetünk meg két lassú átalakulást. A 24. ábra a különféle műsorterjesztési műszaki megoldások elterjedtségének változását mutatja be az időszakban. Az egyes szabványokat a bevett rövidítésükkel jelöltük, ezek tartalma a következő:

- DTH (Direct-to-Home) = egyéni műholdas műsorvétel, geostacionárius műholdakkal biztosított műsorszórással továbbított televízióműsorok vétele
- DVBT (Digital Video Broadcasting – Terrestrial) = digitális földfelszíni televízióműsorszórással
- DVBC (Digital Video Broadcasting – Cable) = digitális kábeltelevízió
- IPTV (Internet Protocol Television) = digitális televíziós műsorterjesztés, melyet az interneten adatcsomagokként továbbított jelek segítségével nyújtanak

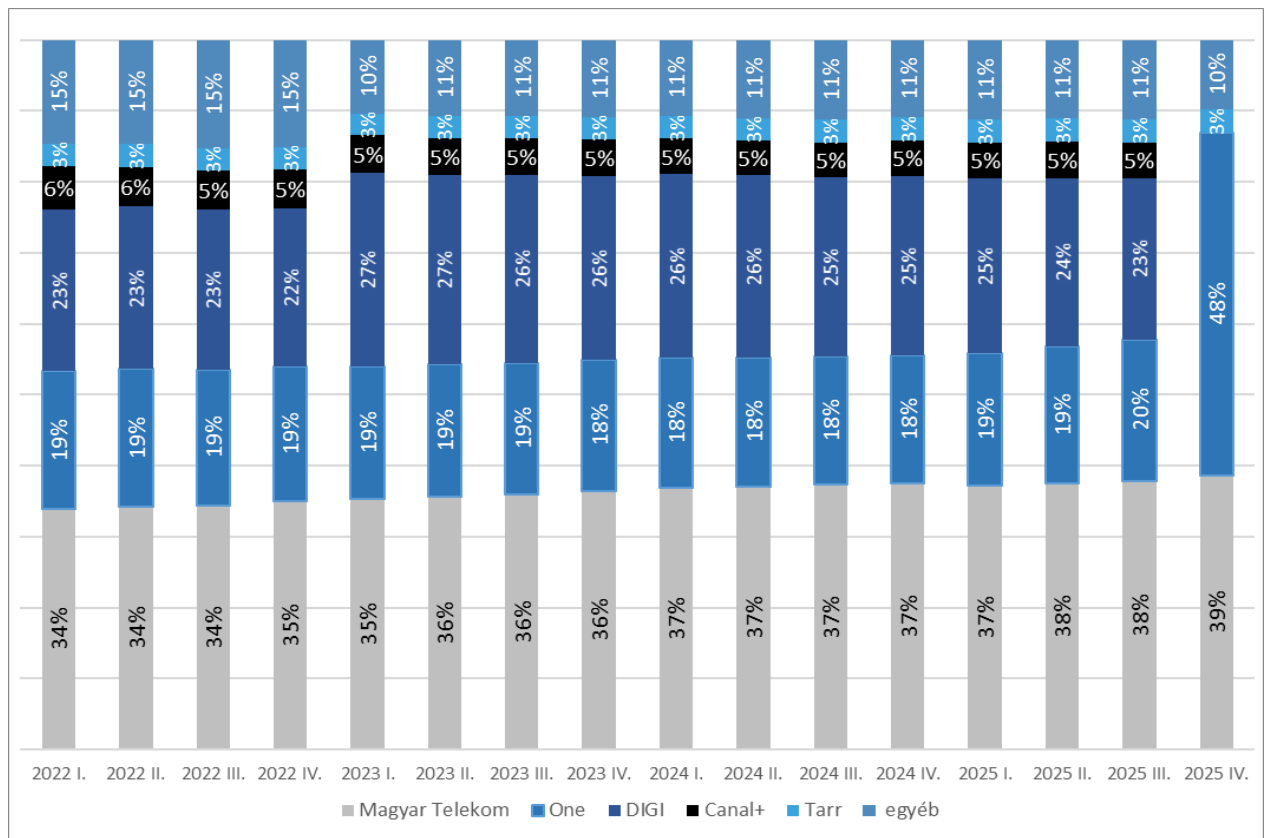


24. ábra: Televízió-előfizetések megoszlása technológiai bontásban (ezer darab) és a digitalizáltsági arány (%)
[ugrás a 24. táblázatra](#)

Az egyik technológiai változás az, hogy lassú visszaszorulásban van a hagyományos analóg kábeltelevíziós technika: míg az időszak elején az összes előfizető 15%-a kapta ily módon az adást, 2025 végén már csak 11%. A folyamat mozgatója az, hogy az analóg kábeltévével szemben a digitális többféle csatorna, többféle csomag és jobb képminőség biztosítását teszi lehetővé. A másik átalakulás a vezetéken továbbított illetve a sugárzott (vezeték nélküli) műsorterjesztés között zajlik: előbbi részesedése folyamatosan növekszik utóbbi rovására. Míg 2022 elején az összes előfizetés 80%-a szólt vezetékes tévére, négy évvel később már 89%. Ez az eltolódás elsősorban arra vezethető vissza, hogy a felhasználók keresik, az azt nyújtani képes szolgáltatók pedig erősen ösztönzik több helyhez kötött szolgáltatás csomagban történő igénybe vételét, márpedig a sugárzott műsor mellé (érkezzen az akár műholdról, akár földi adótoronyról), ha műszakilag nem is lehetetlen helyhez kötött vezeték nélküli internet- vagy telefonszolgáltatást kínálni, ezek nem igazán elterjedt kombinációk (csakúgy mint a sugárzott tévés szolgáltatás mellé más szolgáltató hálózatán nyújtott vezetékes internet vagy telefon). Mindezek miatt hosszabb távon a sugárzott műsorterjesztés előfizetői körében előbb-utóbb túlsúlyba kerülnek azok az ügyfelek, akik kizárólag tévés szolgáltatást igényelnek, ez viszont egy igencsak zsugorodó piaci szegmens.

A technológiai változásokkal kapcsolatban mondottak impliciten magukban foglalják a piacrészesedések változásának tendenciáit is: azok a szolgáltatók, amelyek kizárólag vagy elsősorban sugárzott műsorterjesztésben érdekeltek, részesedést kellett veszítsenek, csakúgy mint azok, amelyek kizárólag vagy elsősorban analóg vezetékes műsorterjesztést kínálnak, és ez így is történt. A Canal+, amely kizárólag műholdas terjesztést végzett, a One-ba olvadása előtti 15 negyedévben mintegy 40 ezer előfizetőt veszített, ügyfelei mintegy 21%-át,

hasonlóképpen az Antenna Hungáriához, amely csak földi sugárzásos szolgáltatást kínált, és a kiinduló állapothoz képest 38%-os ügyféllemorzsolódást szenvedett el. Mindezek természetesen csak példák, pusztán annak illusztrálására szolgálnak, hogy ezen a piacon főleg a szolgáltatásverseny alakítja a részesedések alakulását, amelynek haszonélvezője az eddigiekben elsősorban a Magyar Telekom volt, amely viszonylag rövid idő alatt tudta 5 százalékponttal növelni súlyát, kárvallottjai pedig azok a szolgáltatók, amelyek vezetékes analóg vagy sugárzott műsorterjesztést kínálnak. A One-ba olvadt cégek külön-külön is mérhető nagyságú szolgáltatók voltak, így az integráció domináns pozícióban lévő vállalatot eredményezett. Míg az internet, illetve a vezetékes telefon piacán a One kisebb-nagyobb lemaradással egyértelműen másodhegedős, a műsorterjesztésben 48%-os piacrészesedéssel messze a legnagyobb szolgáltató.



25. ábra: Előfizetők száma alapján számított piaci részesedések alakulása a műsorterjesztési piacon [ugrás a 25. táblázatra](#)

A fentiekből következően a vezetékes, illetve a sugárzásos műsorterjesztés nem tekinthető elkülönült részpiacoknak, amelyeken külön-külön versenyeznének egymással a szolgáltatók, ugyanakkor az erőviszonyok részletesebb elemzésére ad lehetőséget, így a táblamellékletben (25a. és 25b. táblázat néven) megadjuk a piacrészesedéseket a vezetékes és a sugárzásos technológiával nyújtott tévés szolgáltatásra elkülönítve is (hozzátéve, hogy az Antenna Hungária és a Canal+ beolvadásával a One-ba, továbbá a Magyar Telekom műholdas szolgáltatásának kivezetésével utóbbi részpiac egyszereplőssé vált, ezért a 25b. táblázatot a jövőben nem közöljük).

Adattáblák

időszak	internethozzáférések száma	telefonhozzáférések száma	tévéhozzáférések száma
2022. I.	3 022 862	2 446 946	3 483 997
2022. II.	3 043 076	2 427 692	3 480 755
2022. III.	3 064 329	2 411 312	3 466 889
2022. IV.	3 067 914	2 387 079	3 460 636
2023. I.	3 076 281	2 364 791	3 464 804
2023. II.	3 065 562	2 319 555	3 449 089
2023. III.	3 092 978	2 283 039	3 444 009
2023. IV.	3 101 419	2 251 680	3 422 106
2024 I.	3 177 874	2 211 381	3 428 005
2024 II.	3 188 369	2 174 180	3 422 164
2024 III.	3 213 368	2 141 917	3 371 439
2024 IV.	3 239 397	2 111 128	3 368 040
2025 I.	3 270 934	2 055 938	3 335 527
2025 II.	3 289 177	2 013 130	3 333 421
2025 III.	3 279 808	1 965 069	3 312 913
2025 IV.	3 294 784	1 919 696	3 264 292

1. táblázat: Helyhez kötött hírközlési szolgáltatások a lakossági piacon ([ugrás az 1. ábrára](#)).

időszak	internethozzáférések száma	telefonhozzáférések száma	tévéhozzáférések száma
2022. I.	172 503	231 341	42 166
2022. II.	174 253	230 388	43 473
2022. III.	176 333	232 312	42 824
2022. IV.	176 228	229 454	43 072
2023. I.	170 266	224 064	42 538
2023. II.	170 921	219 445	42 979
2023. III.	174 073	212 154	48 074
2023. IV.	175 546	207 640	51 041
2024 I.	180 746	197 824	52 300
2024 II.	182 632	186 585	52 961
2024 III.	184 382	176 544	54 340
2024 IV.	185 016	173 135	54 294
2025 I.	186 921	173 709	53 453
2025 II.	189 178	171 159	54 967
2025 III.	194 169	168 023	57 267
2025 IV.	195 959	164 671	59 495

2. táblázat: Helyhez kötött hírközlési szolgáltatások a nem-lakossági piacon ([ugrás a 2. ábrára](#)).

időszak	1K	1M	2K	2M	3K	3M	4K
2022. I.	257 571	1 939	212 150	7 738	815 909	10 487	200 807
2022. II.	258 807	2 005	205 220	7 609	793 410	9 876	197 497
2022. III.	260 580	5 127	199 459	7 507	774 658	10 003	194 018
2022. IV.	259 396	7 830	192 722	7 413	756 838	9 942	189 000
2023. I.	256 333	10 377	187 212	7 313	745 496	10 064	182 332
2023. II.	245 738	12 419	178 272	7 173	733 902	9 941	176 746
2023. III.	250 812	14 012	169 707	6 973	714 560	9 705	172 599
2023. IV.	262 018	15 347	165 037	6 771	700 613	9 388	167 776
2024 I.	298 279	45 263	157 025	6 306	673 100	10 467	155 764
2024 II.	305 564	49 961	152 863	6 146	672 022	9 956	154 496
2024 III.	312 239	52 792	144 123	5 820	646 046	9 475	152 565
2024 IV.	321 842	58 769	138 792	5 772	641 409	7 317	151 840
2025 I.	333 633	67 166	130 074	7 549	616 579	5 487	145 905
2025 II.	339 211	74 293	124 195	7 154	606 776	7 019	143 108
2025 III.	332 861	81 546	122 561	6 895	605 088	8 112	136 014
2025 IV.	333 569	88 703	117 618	6 627	546 725	9 380	137 473

időszak	4M	5K	5M	6K	6M	7K	7M
2022. I.	81 072	494 904	180 757	131 645	37 789	1 318 183	421 148
2022. II.	83 334	511 305	189 912	128 547	37 265	1 312 791	419 930
2022. III.	86 921	513 463	211 654	133 841	36 944	1 282 196	436 677
2022. IV.	88 963	512 300	238 019	130 151	36 392	1 248 391	459 565
2023. I.	91 675	510 918	265 663	134 795	35 940	1 211 598	481 200
2023. II.	94 266	512 747	288 724	131 360	35 640	1 166 671	496 827
2023. III.	96 852	517 246	309 281	128 108	35 113	1 138 155	503 847
2023. IV.	98 148	507 314	329 702	122 650	34 585	1 118 626	507 257
2024 I.	100 390	517 218	349 463	118 011	32 358	1 102 797	508 847
2024 II.	102 220	524 247	368 651	117 279	32 167	1 073 570	505 300
2024 III.	104 456	531 989	388 520	110 790	31 803	1 062 046	500 652
2024 IV.	108 334	539 832	409 284	108 959	30 126	1 041 684	495 606
2025 I.	113 807	552 812	433 616	93 738	27 552	1 018 048	489 429
2025 II.	115 617	558 017	460 009	89 810	27 351	986 744	489 086
2025 III.	117 238	560 258	487 775	91 342	26 873	947 396	487 042
2025 IV.	118 453	579 327	516 070	97 406	26 485	900 634	485 361

3. táblázat: Helyhez kötött hírközlési szolgáltatások kombinált igénybe vétele a lakossági ügyfélkörben ([ugrás a 3. ábrára](#))

időszak	1K	1M	2K	2M	3K	3M	4K
2022. I.	45 244	925	39 399	1 021	5 065	101	60 908
2022. II.	46 177	918	38 430	998	5 496	99	62 253
2022. III.	47 055	1 205	38 288	1 010	5 355	114	61 520
2022. IV.	47 685	1 430	38 149	1 037	5 256	132	60 078
2023. I.	48 373	1 734	37 507	1 043	5 119	144	58 518
2023. II.	48 873	1 922	36 499	1 063	4 997	169	56 892
2023. III.	52 191	2 123	36 191	1 052	4 997	170	56 075
2023. IV.	53 052	2 199	35 845	1 034	4 897	180	55 010
2024 I.	52 941	4 168	35 343	1 024	4 755	180	53 714
2024 II.	54 138	4 710	34 785	1 020	4 635	178	52 410
2024 III.	55 078	5 325	33 762	987	4 548	187	51 597
2024 IV.	55 507	5 840	32 531	919	4 370	176	50 590
2025 I.	56 580	6 196	31 917	639	3 920	190	50 680
2025 II.	57 805	6 606	31 457	391	3 849	210	50 515
2025 III.	60 004	7 226	30 764	297	4 131	239	50 265
2025 IV.	61 042	7 923	30 067	234	4 191	289	49 182

időszak	4M	5K	5M	6K	6M	7K	7M
2022. I.	4 832	7 475	488	482	62	19 333	1 684
2022. II.	3 310	7 920	517	488	60	19 984	1 068
2022. III.	3 781	8 188	643	448	59	18 624	1 487
2022. IV.	4 266	8 733	801	440	63	17 856	1 993
2023. I.	4 864	9 078	959	432	60	17 009	2 517
2023. II.	5 340	9 531	1 087	435	60	16 249	3 106
2023. III.	5 772	9 768	1 204	431	63	15 659	3 630
2023. IV.	6 109	10 112	1 322	426	61	15 037	4 130
2024 I.	6 497	10 580	1 418	426	62	14 476	4 672
2024 II.	6 754	11 114	1 512	398	61	13 911	5 016
2024 III.	6 964	11 562	1 600	393	51	13 618	5 339
2024 IV.	7 023	11 601	1 664	372	49	13 171	5 644
2025 I.	6 502	12 081	1 630	326	38	12 857	5 604
2025 II.	5 898	12 654	1 621	324	34	12 796	5 695
2025 III.	5 744	13 775	1 882	319	31	12 708	5 754
2025 IV.	5 601	14 704	2 220	336	31	12 458	5 779

4. táblázat: Helyhez kötött hírközlési szolgáltatások kombinált igénybe vétele a nem-lakossági ügyfélkörben [\(ugrás a 4. ábrára\)](#)

időszak	előfizetők száma	hozzáférések száma	egy előfizetőre jutó havi letöltés (GB)	egy előfizetőre jutó havi feltöltés (GB)
2022. I.	2 985 081	3 022 898	155,4	31,3
2022. II.	3 003 071	3 042 188	139,8	29,3
2022. III.	3 022 786	3 055 180	146,8	28,9
2022. IV.	3 036 560	3 074 572	153,6	29,4
2023. I.	3 044 067	3 086 836	164,1	29,6
2023. II.	3 032 646	3 080 332	163,3	29,4
2023. III.	3 042 495	3 092 697	164,4	29,3
2023. IV.	3 047 008	3 101 425	188,0	31,6
2024 I.	3 117 978	3 176 273	191,1	31,9
2024 II.	3 126 843	3 188 453	183,1	30,5
2024 III.	3 139 404	3 203 305	176,1	29,4
2024 IV.	3 172 323	3 239 410	188,5	31,4
2025 I.	3 200 501	3 270 944	189,6	33,1
2025 II.	3 213 591	3 289 188	184,3	33,1
2025 III.	3 199 022	3 279 712	195,5	35,0
2025 IV.	3 212 503	3 297 660	215,6	36,0

5. táblázat: Lakossági helyhez kötött internetelőfizetések és -hozzáférések száma, a fajlagos forgalom alakulása [\(ugrás az 5. ábrára\)](#)

időszak	előfizetők száma	hozzáférések száma	egy előfizetőre jutó havi letöltés (GB)	egy előfizetőre jutó havi feltöltés (GB)
2022. I.	150 392	172 725	163,9	56,5
2022. II.	151 997	174 547	154,5	54,3
2022. III.	153 135	177 023	158,0	56,6
2022. IV.	153 271	177 699	167,8	57,6
2023. I.	152 087	171 809	179,2	61,7
2023. II.	152 217	173 000	173,2	59,8
2023. III.	151 915	174 378	180,9	63,8
2023. IV.	152 000	175 992	194,5	65,8
2024 I.	156 178	180 747	193,4	65,5
2024 II.	157 251	182 618	199,6	67,9
2024 III.	157 771	183 417	203,2	68,3
2024 IV.	158 924	184 952	209,2	68,2
2025 I.	160 007	186 926	218,2	71,4
2025 II.	161 375	189 174	216,0	73,1
2025 III.	165 185	194 184	237,0	79,4
2025 IV.	163 602	193 092	247,6	77,7

6. táblázat: Nem-lakossági helyhez kötött internetelőfizetések és -hozzáférések száma, a fajlagos forgalom alakulása [\(ugrás a 6. ábrára\)](#)

időszak	lakossági letöltés (TB)	lakossági feltöltés (TB)	nemlakossági letöltés (TB)	nemlakossági feltöltés (TB)
2022. I.	1 391 707	280 697	73 930	25 470
2022. II.	1 259 577	263 943	70 447	24 751
2022. III.	1 331 448	262 158	72 601	26 024
2022. IV.	1 399 628	267 991	77 136	26 465
2023. I.	1 498 215	270 187	81 740	28 162
2023. II.	1 486 142	267 150	79 110	27 316
2023. III.	1 500 754	267 328	82 463	29 093
2023. IV.	1 718 227	288 873	88 673	30 019
2024 I.	1 787 851	298 798	90 595	30 700
2024 II.	1 717 960	285 907	94 172	32 025
2024 III.	1 658 668	277 165	96 186	32 332
2024 IV.	1 794 316	298 561	99 760	32 536
2025 I.	1 820 841	318 113	104 752	34 274
2025 II.	1 777 120	319 567	104 551	35 382
2025 III.	1 876 072	335 923	117 439	39 351
2025 IV.	2 077 781	346 712	121 518	38 150

7. táblázat: Helyhez kötött teljes internetforgalom előfizetői szegmensenként ([ugrás a 7. ábrára](#))

időszak	részvezeték	HFC	FTTX	egyéb
2022. I.	414 457	1 349 323	1 230 195	28 923
2022. II.	397 982	1 346 795	1 268 793	28 618
2022. III.	373 861	1 347 702	1 305 555	28 062
2022. IV.	355 163	1 343 124	1 348 996	27 289
2023. I.	335 322	1 340 018	1 385 410	26 086
2023. II.	314 645	1 336 302	1 404 095	25 290
2023. III.	301 056	1 333 107	1 433 848	24 686
2023. IV.	288 575	1 327 878	1 460 818	24 154
2024 I.	276 130	1 317 608	1 489 813	92 722
2024 II.	262 175	1 314 529	1 510 563	101 186
2024 III.	253 779	1 306 227	1 537 717	105 582
2024 IV.	236 375	1 319 643	1 570 554	112 838
2025 I.	222 623	1 312 340	1 614 428	121 553
2025 II.	210 634	1 303 198	1 647 147	128 209
2025 III.	194 468	1 294 764	1 657 291	133 189
2025 IV.	182 390	1 286 869	1 689 907	138 494

8. táblázat: Helyhez kötött internethozzáférések technológia szerint a lakossági ügyfélkörben ([ugrás a 8. ábrára](#))

időszak	rézvezeték	HFC	FTTX	egyéb
2022. I.	39 578	68 896	57 136	7 115
2022. II.	38 228	69 294	59 875	7 149
2022. III.	36 961	68 836	63 961	7 265
2022. IV.	35 704	68 726	65 894	7 374
2023. I.	28 958	68 571	66 593	7 687
2023. II.	27 665	68 722	68 843	7 770
2023. III.	26 805	68 787	70 995	7 791
2023. IV.	25 946	69 367	72 862	7 817
2024 I.	25 238	69 055	75 542	10 912
2024 II.	24 231	69 178	77 491	11 718
2024 III.	23 090	68 771	78 995	12 561
2024 IV.	22 077	68 901	80 770	13 204
2025 I.	21 081	68 637	83 157	14 051
2025 II.	20 180	68 361	85 757	14 869
2025 III.	19 300	70 861	87 957	16 066
2025 IV.	16 796	69 757	90 646	15 893

9. táblázat: Helyhez kötött internethozzáférések technológia szerint a nem-lakossági ügyfélkörben ([ugrás a 9. ábrára](#))

időszak	<100Mbit/s	100-500 Mbit/s	500-1000 Mbit/s	1 Gbps+ Mbit/s
2022. I.	625 964	884 329	474 945	1 037 660
2022. II.	600 096	858 379	499 760	1 083 953
2022. III.	565 135	851 004	516 808	1 122 233
2022. IV.	537 356	839 104	528 073	1 170 039
2023. I.	503 874	835 488	538 637	1 208 837
2023. II.	472 222	840 585	541 157	1 226 368
2023. III.	452 621	828 066	548 618	1 263 392
2023. IV.	431 011	813 720	553 939	1 302 755
2024 I.	410 911	867 183	556 554	1 341 625
2024 II.	389 722	876 906	554 864	1 366 802
2024 III.	346 589	889 619	560 191	1 406 906
2024 IV.	330 962	904 034	566 461	1 437 953
2025 I.	315 141	904 076	563 504	1 488 223
2025 II.	303 446	903 229	555 453	1 527 060
2025 III.	281 444	889 928	550 774	1 557 566
2025 IV.	267 923	879 004	548 260	1 602 473

10. táblázat: Helyhez kötött internethozzáférések számának alakulása névleges sávszélesség szerint a lakossági ügyfélkörben ([ugrás a 10. ábrára](#))

időszak	<100Mbit/s	100-500 Mbit/s	500-1000 Mbit/s	1 Gbps+ Mbit/s
2022. I.	77 499	45 546	21 388	28 292
2022. II.	75 767	45 188	22 462	31 130
2022. III.	75 298	45 503	22 567	33 655
2022. IV.	73 371	44 915	23 199	36 214
2023. I.	64 078	44 983	23 877	38 871
2023. II.	62 161	44 957	24 510	41 372
2023. III.	60 810	44 714	25 000	43 854
2023. IV.	59 388	44 706	25 461	46 437
2024 I.	58 443	47 187	26 037	49 080
2024 II.	56 662	48 218	26 241	51 496
2024 III.	54 391	48 318	26 711	53 997
2024 IV.	52 672	49 625	26 418	56 237
2025 I.	50 805	50 171	26 825	59 125
2025 II.	50 990	48 521	27 277	62 386
2025 III.	49 937	50 582	27 886	65 779
2025 IV.	45 391	49 841	28 061	69 799

11. táblázat: Helyhez kötött internethozzáférések számának alakulása névleges sávszélesség szerint a nem-lakossági ügyfélkörben ([ugrás a 11. ábrára](#))

időszak	Telekom	One	DIGI	Invitel	Yettel	egyéb
2022. I.	39,3%	21,6%	18,8%	4,4%		15,9%
2022. II.	39,4%	21,3%	18,8%	4,3%		16,2%
2022. III.	39,6%	21,0%	18,4%	4,1%		16,9%
2022. IV.	39,8%	20,5%	18,1%	4,0%		17,6%
2023. I.	40,7%	20,6%	21,8%	0,0%		16,9%
2023. II.	41,1%	20,5%	21,0%	0,0%		17,3%
2023. III.	41,6%	20,3%	20,8%	0,0%		17,3%
2023. IV.	41,9%	20,2%	20,5%	0,0%		17,4%
2024 I.	42,2%	20,0%	20,2%	0,0%	2,0%	15,5%
2024 II.	42,5%	19,9%	19,8%	0,0%	2,3%	15,5%
2024 III.	42,6%	19,7%	19,8%	0,0%	2,4%	15,5%
2024 IV.	42,9%	19,6%	19,6%	0,0%	2,6%	15,3%
2025 I.	42,9%	19,9%	19,2%	0,0%	2,8%	15,1%
2025 II.	42,8%	20,4%	18,3%	0,0%	3,0%	15,5%
2025 III.	43,8%	21,4%	17,0%	0,0%	3,2%	14,5%
2025 IV.	43,9%	38,2%	0,0%	0,0%	3,4%	14,6%

12. táblázat: Szolgáltatói piacrészesedések a helyhez kötött internet piacán lakossági ügyfélkörben ([ugrás a 12. ábrára](#))

időszak	Telekom	One	DIGI	Invitel	Invitech	Yettel	egyéb
2022. I.	50,4%	25,7%	2,7%	2,5%	4,4%		14,3%
2022. II.	50,7%	25,3%	2,8%	2,3%	4,3%		14,7%
2022. III.	50,0%	24,2%	4,0%	2,1%	4,2%		15,5%
2022. IV.	49,8%	23,7%	3,8%	2,1%	4,1%		16,4%
2023. I.	48,9%	24,6%	6,1%	0,0%	4,2%		16,3%
2023. II.	49,0%	24,3%	5,9%	0,0%	4,2%		16,7%
2023. III.	49,3%	24,0%	5,9%	0,0%	4,1%		16,7%
2023. IV.	49,4%	23,8%	5,7%	0,0%	4,0%		17,0%
2024 I.	49,7%	23,5%	6,1%	0,0%	4,0%	1,6%	15,2%
2024 II.	49,7%	23,3%	5,9%	0,0%	3,9%	1,9%	15,2%
2024 III.	49,9%	23,1%	5,8%	0,0%	3,8%	2,3%	15,1%
2024 IV.	50,3%	23,1%	5,8%	0,0%	3,8%	2,7%	14,3%
2025 I.	50,2%	23,2%	5,6%	0,0%	3,9%	3,1%	14,1%
2025 II.	49,8%	23,2%	5,4%	0,0%	3,8%	3,4%	14,3%
2025 III.	49,4%	23,1%	5,1%	0,0%	4,0%	3,7%	14,6%
2025 IV.	50,3%	31,1%	0,0%	0,0%	0,0%	4,0%	14,6%

13. táblázat: Szolgáltatói piacrészesedések a helyhez kötött internet piacán nem-lakossági ügyfélkörben [\(ugrás a 13. ábrára\)](#)

időszak	lakossági előfizetők száma	lakossági vonalak száma	forgalmazó vonalak száma	fajlagos forgalom
2022. I.	2 426 885	2 465 745	1 159 693	24,1
2022. II.	2 405 317	2 467 279	1 120 392	23,9
2022. III.	2 390 529	2 424 302	1 082 402	23,0
2022. IV.	2 366 130	2 401 196	1 056 727	23,1
2023. I.	2 343 561	2 373 771	1 016 237	22,3
2023. II.	2 298 227	2 334 333	992 569	21,7
2023. III.	2 262 772	2 295 151	966 968	21,1
2023. IV.	2 233 641	2 266 376	948 478	21,7
2024 I.	2 190 765	2 224 004	906 924	21,2
2024 II.	2 156 271	2 189 411	882 674	19,5
2024 III.	2 120 746	2 153 711	855 252	21,0
2024 IV.	2 091 967	2 120 391	835 000	20,3
2025 I.	2 036 703	2 065 323	798 792	19,8
2025 II.	1 993 785	2 021 434	777 308	19,3
2025 III.	1 945 504	1 973 800	758 370	18,7
2025 IV.	1 900 033	1 928 380	740 719	19,0

14. táblázat: Előfizetők, vonalak, forgalmazó vonalak, továbbá egy forgalmazó vonalra jutó havi kapcsolások száma lakossági ügyfélkörben a helyhez kötött telefonpiacon [\(ugrás a 14. ábrára\)](#)

időszak	nemlakossági előfizetők száma	nemlakossági vonalak száma	forgalmazó vonalak száma	fajlagos forgalom
2022. I.	133 504	399 940	198 284	46,9
2022. II.	132 903	396 491	195 667	40,3
2022. III.	131 214	391 489	189 170	36,6
2022. IV.	129 367	382 813	183 392	35,3
2023. I.	127 573	373 988	175 306	34,7
2023. II.	125 613	366 789	171 536	35,2
2023. III.	124 206	358 185	164 724	31,2
2023. IV.	122 762	350 869	160 929	36,6
2024 I.	121 155	336 980	154 498	30,8
2024 II.	119 188	323 552	149 356	38,9
2024 III.	117 156	310 385	147 995	34,6
2024 IV.	114 879	304 237	142 705	35,2
2025 I.	112 979	303 011	142 385	33,1
2025 II.	111 950	297 063	138 992	33,3
2025 III.	109 791	293 554	136 207	30,6
2025 IV.	107 752	284 084	132 134	35,7

15. táblázat: Előfizetők, vonalak, forgalmazó vonalak, továbbá egy forgalmazó vonalra jutó havi kapcsolások száma nemlakossági ügyfélkörben a helyhez kötött telefonpiacon ([ugrás a 15. ábrára](#))

időszak	saját vezetékes ügyfelek	más belföldi vezetékes	belföldi mobil	nemzetközi
2022. I.	33 538 451	23 749 018	26 210 281	477 582
2022. II.	30 868 221	23 654 001	25 194 453	487 837
2022. III.	28 370 980	20 443 161	25 299 384	428 333
2022. IV.	28 401 747	20 024 002	24 503 932	429 612
2023. I.	26 572 823	18 877 059	22 240 129	373 224
2023. II.	24 754 797	17 233 081	22 239 610	369 920
2023. III.	23 299 253	16 049 365	21 394 197	343 905
2023. IV.	23 824 902	16 453 701	21 190 978	344 648
2024 I.	22 150 259	15 701 121	19 451 845	292 270
2024 II.	19 203 602	13 912 242	18 337 549	259 163
2024 III.	20 077 882	14 054 656	19 355 007	266 547
2024 IV.	18 912 854	13 492 924	18 091 686	257 214
2025 I.	18 562 073	11 932 626	16 745 403	217 678
2025 II.	17 489 541	10 715 308	16 679 474	224 252
2025 III.	16 108 892	10 198 253	16 001 148	204 425
2025 IV.	16 776 896	9 505 649	15 629 023	204 119

16. táblázat: Kapcsolások száma hívásirányonként lakossági ügyfélkörben a helyhez kötött telefonpiacon ([ugrás a 16. ábrára](#))

időszak	saját vezetékes ügyfelek	más belföldi vezetékes	belföldi mobil	nemzetközi
2022. I.	8 016 829	6 097 611	13 434 360	358 686
2022. II.	7 412 726	5 939 026	9 960 692	370 778
2022. III.	6 672 688	4 936 107	8 798 925	384 985
2022. IV.	6 525 847	4 648 062	7 887 550	356 150
2023. I.	6 251 689	4 415 669	7 239 918	320 790
2023. II.	6 240 925	4 318 598	7 241 153	316 154
2023. III.	5 295 959	3 483 520	6 370 099	254 095
2023. IV.	5 671 216	3 897 628	7 835 575	266 299
2024 I.	4 571 800	3 275 673	6 194 718	224 176
2024 II.	4 362 852	3 140 039	9 743 716	198 816
2024 III.	5 143 128	3 404 575	6 566 704	238 809
2024 IV.	4 672 892	3 045 974	7 091 778	242 237
2025 I.	4 344 155	2 753 577	6 845 060	196 443
2025 II.	4 001 226	2 954 051	6 728 859	206 037
2025 III.	3 632 227	2 763 849	5 887 324	207 052
2025 IV.	3 387 593	4 250 404	6 322 160	205 915

17. táblázat: Kapcsolások száma hívásirányonként nem-lakossági ügyfélkörben a helyhez kötött telefonpiacon ([ugrás a 17. ábrára](#))

időszak	saját vezetékes ügyfelek	más belföldi vezetékes	belföldi mobil	nemzetközi
2022. I.	9,1	7,8	6,5	7,2
2022. II.	8,7	7,5	6,1	6,8
2022. III.	8,9	7,5	6,2	6,6
2022. IV.	8,9	7,7	6,3	6,9
2023. I.	9,2	7,7	6,6	6,9
2023. II.	8,9	7,5	6,2	6,6
2023. III.	8,8	7,5	6,2	6,5
2023. IV.	9,0	7,7	6,5	6,2
2024 I.	8,9	8,4	6,7	6,3
2024 II.	8,5	8,1	6,3	6,1
2024 III.	8,7	8,2	6,5	6,0
2024 IV.	8,8	8,3	6,6	6,2
2025 I.	9,5	7,8	7,0	6,2
2025 II.	9,1	7,4	6,4	5,8
2025 III.	9,2	7,6	6,6	5,8
2025 IV.	9,3	7,8	6,7	6,1

18. táblázat: Az átlagos híváshossz (perc) alakulása hívásirányonként a lakossági ügyfélkörben ([ugrás a 18. ábrára](#))

időszak	saját vezetékes ügyfelek	más belföldi vezetékes	belföldi mobil	nemzetközi
2022. I.	1,7	2,0	1,7	3,2
2022. II.	1,7	2,0	2,0	3,0
2022. III.	1,7	2,1	2,2	2,7
2022. IV.	1,7	2,1	2,2	2,7
2023. I.	1,7	2,1	2,1	2,9
2023. II.	1,6	2,0	2,0	2,8
2023. III.	1,4	2,0	2,1	3,0
2023. IV.	1,6	2,0	2,1	2,9
2024 I.	1,6	2,0	2,0	3,1
2024 II.	1,4	1,9	1,4	2,8
2024 III.	1,4	1,9	2,0	2,7
2024 IV.	1,6	2,0	1,9	2,7
2025 I.	1,4	2,0	1,9	2,9
2025 II.	1,5	1,8	1,9	2,6
2025 III.	1,5	1,8	2,1	2,6
2025 IV.	1,6	1,6	2,0	2,6

19. táblázat: Az átlagos híváshossz (perc) alakulása hívásirányonként a nem-lakossági ügyfélkörben ([ugrás a 19. ábrára](#))

időszak	analóg	ISDN	VoIP	egyéb
2022. I.	79 692	589	900 357	179 055
2022. II.	75 533	559	872 663	171 637
2022. III.	73 149	523	834 260	162 580
2022. IV.	71 304	482	832 273	152 668
2023. I.	67 930	446	807 021	140 840
2023. II.	65 501	414	795 158	131 496
2023. III.	62 987	383	779 772	123 826
2023. IV.	60 864	267	770 353	116 994
2024 I.	57 237	33	750 037	99 617
2024 II.	57 054	32	734 273	90 420
2024 III.	52 209	33	716 954	86 056
2024 IV.	49 769	33	710 268	74 930
2025 I.	47 107	25	686 992	64 668
2025 II.	45 113	29	673 547	58 619
2025 III.	44 660	29	660 820	52 861
2025 IV.	43 536	27	648 589	48 567

20. táblázat: Forgalmat bonyolított helyhez kötött telefonvonalak technológiák szerinti megoszlásának alakulása a lakossági ügyfélkörben ([ugrás a 20. ábrára](#))

időszak	analóg	ISDN	VoIP	egyéb
2022. I.	39 418	96 485	61 490	891
2022. II.	38 343	94 047	62 403	874
2022. III.	37 059	90 901	60 356	854
2022. IV.	35 290	86 477	60 792	833
2023. I.	33 437	80943	60 178	748
2023. II.	32 607	78489	59 677	763
2023. III.	31 256	74281	58 434	753
2023. IV.	30 043	72303	57 855	728
2024 I.	28 789	69685	55 304	720
2024 II.	26 652	66171	55 808	725
2024 III.	26 709	65524	55 376	386
2024 IV.	25 430	62641	54 250	384
2025 I.	24 544	59705	54 010	4 126
2025 II.	23 364	57191	54 720	3 717
2025 III.	22 213	55144	55 326	3 524
2025 IV.	21 384	53576	53 696	3 478

21. táblázat: Forgalmat bonyolított helyhez kötött telefonvonalak technológiák szerinti megoszlásának alakulása a nem-lakossági ügyfélkörben ([ugrás a 21. ábrára](#))

időszak	Magyar Telekom	One	DIGI	Invitel	egyéb
2022. I.	61,1%	14,0%	13,3%	5,9%	5,7%
2022. II.	58,3%	18,3%	12,8%	5,0%	5,6%
2022. III.	61,6%	13,9%	13,4%	5,2%	5,8%
2022. IV.	61,2%	14,0%	13,6%	5,3%	5,8%
2023. I.	60,8%	13,9%	19,5%	0,0%	5,8%
2023. II.	61,2%	13,5%	19,4%	0,0%	5,9%
2023. III.	61,2%	13,4%	19,3%	0,0%	6,1%
2023. IV.	61,1%	13,5%	19,3%	0,0%	6,2%
2024 I.	60,5%	13,6%	19,7%	0,0%	6,2%
2024 II.	58,6%	14,2%	20,4%	0,0%	6,8%
2024 III.	62,2%	12,9%	18,7%	0,0%	6,2%
2024 IV.	60,5%	13,8%	18,9%	0,0%	6,7%
2025 I.	60,8%	13,9%	18,6%	0,0%	6,8%
2025 II.	59,9%	14,2%	17,9%	0,0%	8,0%
2025 III.	60,9%	17,9%	14,3%	0,0%	7,0%
2025 IV.	60,8%	32,7%	0,0%	0,0%	6,6%

22. táblázat: Kezdeményezett hívásforgalom alapján számított piaci részesedések alakulása a lakossági ügyfélkörben ([ugrás a 22. ábrára](#))

időszak	Magyar Telekom	One	DIGI	Invitel	egyéb
2022. I.	52,1%	16,1%	18,1%	6,9%	6,9%
2022. II.	51,2%	16,9%	18,4%	6,7%	6,7%
2022. III.	51,9%	15,9%	18,6%	6,7%	6,8%
2022. IV.	51,6%	16,1%	18,8%	6,7%	6,8%
2023. I.	51,7%	15,9%	25,7%	0,0%	6,7%
2023. II.	51,8%	15,7%	25,7%	0,0%	6,8%
2023. III.	51,8%	15,6%	25,5%	0,0%	7,2%
2023. IV.	51,5%	15,5%	25,5%	0,0%	7,4%
2024. I.	51,3%	15,6%	25,8%	0,0%	7,3%
2024. II.	51,1%	15,5%	26,1%	0,0%	7,3%
2024. III.	51,5%	15,5%	25,7%	0,0%	7,2%
2024. IV.	51,0%	15,6%	25,9%	0,0%	7,5%
2025. I.	51,1%	15,6%	25,8%	0,0%	7,5%
2025. II.	51,0%	16,2%	25,2%	0,0%	7,6%
2025. III.	50,8%	16,5%	24,5%	0,0%	8,3%
2025. IV.	50,6%	41,2%	0,0%	0,0%	8,2%

22a. táblázat: Forgalmazó vonalak száma alapján számított piaci részesedések alakulása a lakossági ügyfélkörben

időszak	Telekom	One	DIGI	Invitel	Invitech	egyéb
2022. I.	60,8%	9,4%	2,1%	2,2%	12,5%	13,1%
2022. II.	53,7%	13,3%	2,2%	2,1%	15,5%	13,2%
2022. III.	53,7%	11,8%	2,5%	2,3%	16,1%	13,6%
2022. IV.	53,2%	10,8%	2,3%	2,3%	17,7%	13,7%
2023. I.	55,3%	8,2%	6,1%	0,0%	16,8%	13,6%
2023. II.	55,8%	8,0%	5,9%	0,0%	16,7%	13,5%
2023. III.	61,8%	8,7%	6,8%	0,0%	8,9%	13,8%
2023. IV.	54,3%	10,8%	5,1%	0,0%	16,4%	13,4%
2024. I.	60,8%	8,7%	5,7%	0,0%	8,9%	15,9%
2024. II.	64,5%	7,4%	4,5%	0,0%	7,2%	16,4%
2024. III.	61,6%	8,0%	5,0%	0,0%	8,0%	17,5%
2024. IV.	54,8%	6,8%	4,1%	0,0%	15,7%	18,5%
2025. I.	61,7%	7,3%	3,6%	0,0%	8,8%	18,6%
2025. II.	60,1%	7,6%	4,3%	0,0%	9,9%	18,1%
2025. III.	59,0%	8,4%	3,7%	0,0%	11,2%	17,8%
2025. IV.	51,1%	31,6%	0,0%	0,0%	0,0%	17,3%

23. táblázat: Kezdeményezett hívásforgalom alapján számított piaci részesedések alakulása a nem-lakossági ügyfélkörben [\(ugrás a 23. ábrára\)](#)

időszak	Telekom	One	DIGI	Invitel	Invitech	egyéb
2022. I.	56,1%	5,8%	2,1%	2,0%	20,2%	13,7%
2022. II.	55,7%	6,1%	2,1%	2,0%	20,4%	13,8%
2022. III.	55,8%	6,2%	2,2%	2,0%	20,3%	13,5%
2022. IV.	55,1%	6,5%	2,2%	2,0%	20,8%	13,4%
2023. I.	55,1%	6,6%	4,2%	0,0%	20,4%	13,6%
2023. II.	55,1%	6,4%	4,2%	0,0%	20,6%	13,7%
2023. III.	55,9%	6,4%	4,3%	0,0%	19,6%	13,9%
2023. IV.	55,5%	6,4%	4,2%	0,0%	20,4%	13,4%
2024. I.	56,6%	6,3%	4,3%	0,0%	19,5%	13,3%
2024. II.	56,2%	6,4%	4,4%	0,0%	19,9%	13,1%
2024. III.	56,7%	6,2%	4,3%	0,0%	19,7%	13,1%
2024. IV.	56,0%	6,2%	4,5%	0,0%	20,1%	13,2%
2025. I.	57,1%	5,9%	4,3%	0,0%	19,1%	13,6%
2025. II.	56,1%	6,0%	4,3%	0,0%	20,0%	13,6%
2025. III.	55,4%	6,0%	4,2%	0,0%	20,2%	14,1%
2025. IV.	56,0%	31,3%	0,0%	0,0%	0,0%	12,8%

23a. táblázat: Forgalmazó vonalak száma alapján számított piaci részesedések alakulása a nem-lakossági ügyfélkörben

időszak	analóg	DTH	DVBC	DVBT	IPTV	digitalizáltsági arány
2022. I.	512 070	606 676	1 186 885	75 007	1 095 226	85,3%
2022. II.	512 196	581 409	1 184 069	77 883	1 114 844	85,2%
2022. III.	514 465	550 210	1 170 942	76 843	1 145 819	85,1%
2022. IV.	513 926	522 555	1 157 529	73 003	1 179 396	85,1%
2023. I.	518 770	505 944	1 141 856	71 308	1 210 551	85,0%
2023. II.	509 537	480 413	1 129 913	72 656	1 237 424	85,1%
2023. III.	507 449	454 807	1 118 023	69 511	1 260 251	85,1%
2023. IV.	504 006	434 129	1 100 052	64 316	1 281 851	85,1%
2024. I.	493 747	419 913	1 090 406	63 647	1 298 837	85,3%
2024. II.	488 357	409 044	1 086 769	63 681	1 310 986	85,5%
2024. III.	479 179	395 753	1 067 032	61 100	1 322 792	85,6%
2024. IV.	477 718	372 025	1 080 103	56 382	1 346 194	85,7%
2025. I.	391 451	349 220	1 144 882	52 012	1 352 342	88,1%
2025. II.	379 071	343 895	1 147 788	50 697	1 357 034	88,4%
2025. III.	361 289	337 117	1 149 341	48 445	1 363 924	88,9%
2025. IV.	345 896	300 022	1 152 443	46 787	1 373 987	89,3%

24. táblázat: Televízióelőfizetések megoszlása technológiai bontásban és a digitalizáltsági arány (%) [\(ugrás a 24. ábrára\)](#)

időszak	Telekom	One	DIGI	Canal+	Tarr	egyéb
2022. I.	33,9%	19,5%	22,8%	6,1%	3,2%	14,6%
2022. II.	34,2%	19,4%	22,9%	5,6%	3,2%	14,6%
2022. III.	34,4%	19,1%	22,6%	5,4%	3,2%	15,2%
2022. IV.	35,5%	19,3%	22,7%	5,5%	3,2%	13,7%
2023. I.	35,2%	18,8%	27,2%	5,3%	3,0%	10,5%
2023. II.	35,6%	18,6%	26,6%	5,3%	3,1%	10,9%
2023. III.	36,0%	18,5%	26,5%	5,1%	3,1%	10,8%
2023. IV.	36,5%	18,5%	26,0%	5,1%	3,1%	10,8%
2024 I.	36,9%	18,4%	25,8%	5,0%	3,1%	10,8%
2024 II.	37,0%	18,3%	25,6%	5,0%	3,1%	11,0%
2024 III.	37,3%	18,1%	25,2%	4,9%	3,3%	11,2%
2024 IV.	37,5%	18,1%	25,3%	5,0%	3,3%	10,9%
2025 I.	37,2%	18,7%	24,5%	5,1%	3,3%	11,1%
2025 II.	37,5%	19,3%	23,7%	5,1%	3,3%	11,0%
2025 III.	37,9%	22,7%	19,9%	5,0%	3,3%	11,1%
2025 IV.	38,6%	48,3%	0,0%	0,0%	3,3%	9,8%

25. táblázat: Előfizetők száma alapján számított piaci részesedések alakulása a műsorterjesztési piacon (%) [\(ugrás a 25. ábrára\)](#)

időszak	Telekom	One	DIGI	Tarr	egyéb
2022. I.	36,0%	24,1%	20,4%	4,0%	15,5%
2022. II.	36,6%	23,9%	20,3%	4,0%	15,3%
2022. III.	37,0%	23,2%	20,0%	3,9%	15,9%
2022. IV.	38,6%	23,2%	20,2%	3,9%	14,0%
2023. I.	38,4%	22,4%	25,6%	3,6%	10,0%
2023. II.	39,1%	22,1%	24,9%	3,7%	10,3%
2023. III.	39,6%	21,7%	24,7%	3,6%	10,4%
2023. IV.	40,2%	21,5%	24,2%	3,6%	10,5%
2024. I.	40,7%	21,4%	23,9%	3,6%	10,4%
2024. II.	40,9%	21,1%	23,7%	3,6%	10,6%
2024. III.	41,2%	20,9%	23,3%	3,8%	10,9%
2024. IV.	41,8%	20,7%	23,3%	3,7%	10,5%
2025 I.	42,1%	21,0%	22,2%	3,7%	10,9%
2025 II.	42,4%	21,5%	21,5%	3,7%	10,8%
2025 III.	42,7%	22,1%	20,5%	3,7%	10,9%
2025 IV.	43,1%	42,3%	0,0%	3,7%	10,9%

25a. táblázat: Előfizetők száma alapján számított piaci részesedések alakulása a vezetékes műsorterjesztési piacon (%)

időszak	Telekom	One	DIGI	Canal+	egyéb
2022. I.	24,7%	0,0%	32,8%	31,4%	11,0%
2022. II.	24,0%	0,0%	34,2%	30,0%	11,8%
2022. III.	22,3%	0,0%	34,8%	30,6%	12,3%
2022. IV.	20,8%	0,0%	34,9%	32,1%	12,3%
2023. I.	19,5%	0,0%	35,5%	32,7%	12,4%
2023. II.	17,1%	0,0%	36,1%	33,7%	13,1%
2023. III.	15,6%	0,0%	36,8%	34,2%	13,3%
2023. IV.	14,1%	0,0%	37,0%	36,0%	12,9%
2024. I.	13,2%	0,0%	37,2%	36,4%	13,2%
2024. II.	12,3%	0,0%	37,6%	36,6%	13,5%
2024. III.	11,4%	0,0%	37,7%	37,5%	13,4%
2024. IV.	7,1%	0,0%	39,4%	40,3%	13,2%
2025 I.	0,0%	1,5%	42,0%	43,6%	13,0%
2025 II.	0,0%	2,4%	41,0%	43,8%	12,8%
2025 III.	0,0%	3,0%	40,3%	44,1%	12,6%
2025 IV.	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%

25b. táblázat: Előfizetők száma alapján számított piaci részesedések alakulása a sugárzásos műsorterjesztési piacon (%)