



KUTATÁSI JELENTÉS

Online platformok üzleti modelljeinek érzékelése

2025.

Készítette: Impetus Research Kft.
Dátum: 2025. március

Tartalomjegyzék

1.	Vezetői összefoglaló.....	4
2.	A kérdőíves kutatás.....	10
2.1.	Háttér.....	10
2.2.	Módszertan.....	11
3.	Online információkeresés, internetes vásárlás.....	12
3.1.	Online nézelődés, információkeresés, illetve internetes vásárlás.....	12
3.2.	Online platformok használata.....	13
4.	Az online vásárlás megítélése.....	14
4.1.	Az online vásárlás biztonságossága.....	14
4.2.	Az online vásárlás veszélyei.....	14
4.3.	Az online vásárlást befolyásoló tényezők.....	15
4.4.	Az online kereskedő ismerete.....	16
5.	Az online piacterek értékelése.....	17
5.1.	Az „online piactér” fogalom ismerete.....	17
5.2.	Online piactér brandek ismerete.....	17
5.3.	A szolgáltatások besorolása – online piactér?.....	19
5.4.	Online vásárlás – az oldal üzemeltetőjétől vagy mindegy honnan?.....	21
5.5.	Egyértelmű volt, hogy kitől vásárolja a terméket/szolgáltatást?.....	22
5.6.	Elégedetlenség a vásárlással és panasztétel.....	23
5.7.	Egyértelmű volt, ki felé tehet panaszt?.....	24
5.8.	Információgyűjtés az online piactér kereskedőjéről.....	25
5.9.	Az online piacterek előnyei és veszélyei.....	26
5.10.	Jogérvényesítés online piactéren – kivel szemben lehet?.....	29
5.11.	Jogérvényesítés online piactéren – kivel szemben lehet?.....	30
5.12.	Megbízhatóság: webáruház, dropshipping, online piactér.....	31
6.	Egyéb platformok.....	32
6.1.	Online apróhirdetési oldalak.....	32
6.2.	Ár-összehasonlító oldalak.....	34
6.3.	Ajánlórendszer online oldalakon.....	36
7.	Objektív vizsgálat.....	37
7.1.	Háttér.....	37
7.2.	Vizsgált oldalak.....	38
7.3.	Főbb megállapítások.....	39
7.4.	Részletes bemutatók.....	40

7.4.1.	Biztosítás.hu	40
7.4.2.	CLB	42
7.4.3.	Insura	44
7.4.4.	Netrisk.....	47
7.4.5.	Árukereső.....	49
7.4.6.	Allegro	52
7.4.7.	Decathlon	55
7.4.8.	eMAG.....	58
7.4.9.	Fizz.....	61
7.4.10.	Jófogas	64
7.4.11.	Pepita	70
7.4.12.	Szallas.hu	74
7.4.13.	Vatera	77
7.4.14.	Foodora.....	81
7.4.15.	Wolt.....	84
7.4.16.	Profession.hu	87
7.4.17.	Ingatlan.com	92
7.4.18.	Zenga.hu.....	95
7.4.19.	Duna House	97
7.4.20.	Indavideoó	98
7.4.21.	Videa	99
7.4.22.	Startlap.hu	100
I. Melléklet – A lakossági kutatás kérdőíve		102
II. Melléklet – Táblázatjegyzék		118
III. Melléklet – Ábrajegyzék.....		118

1. Vezetői összefoglaló

Az e-kereskedelmi cégek és online platformok többféle üzleti modellt alkalmaznak, akár egy-egy weboldalon többféle verzió is előfordulhat párhuzamosan. Ezen oldalak vásárlói számára megnehezíti a tájékozódást, valamint az érdekeik érvényesítését, amennyiben nincsenek tisztában a kereskedő üzleti modelljével. A DSA¹ rendelkezései az online platformok számára számos kötelezettséget írnak elő, melyek fontos, hogy a fogyasztók számára is ismertek legyenek – ha nem is jogszabályi, de tapasztalati szinten.

A Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság (a továbbiakban: NMHH; Megbízó) felkérte az Impetus Research piackutatót, hogy készítsen el egy kérdőíves kutatást a hazai lakosság körében, amely vizsgálja a legismertebb online platformok és e-kereskedelmi szereplők üzleti modelljeit, illetve felméri, ezek mennyire ismertek a fogyasztók számára, mennyire vannak tisztában azzal, hogy kitől vásárolnak, illetve problémáik, panaszai kapcsán hova kell, hogy forduljanak, honnan várhatnak megoldást és esetleg jogorvoslatot a problémáikra. Ezen túl a Megbízóval közösen összeállított lista alapján vizsgáltuk a legfontosabb online platformokat, e-kereskedelmi megoldásokat. A vizsgálatot a fogyasztók szemszögéből végeztük. Ebben a fázisban egyrészt az üzleti modelleknek a fogyasztók számára történő bemutatását, az általános szerződési feltételeket, valamint az oldalon a termékmegjelenítéseknek a DSA szerinti megfelelőségét is vizsgáltuk.

A kérdőíves kutatás módszere

Az online kutatás során 1000 fő 18 éves vagy idősebb magyarországi internethasználót kérdeztünk meg online kérdőíves felmérés során 2025. február 12-18. között. A mintába került válaszadók demográfiai összetétele megegyezik a 18 évesnél idősebb lakosság hasonló jellemzőivel.

A vizsgált üzleti modellek

A kérdőívben, annak érdekében, hogy a válaszadók számára egyértelművé tegyük, a következő meghatározásokat használtuk az egyes vizsgált üzleti modellek esetén:

- *Webáruház*: a saját oldalán a saját árukészletét értékesíti, maga állítja ki számlát és szállítja is
- *Dropshipping*: a weboldal maga értékesíti, ő állítja ki a számlát, de csak akkor vásárolja meg a terméket, ha azt tőle megvette valaki, így nem tart árukészletet
- *Online piactér*: olyan oldal, ahol az oldalra regisztrált kereskedő értékesíti a saját áruját és ő maga végzi az összes ezzel kapcsolatos teendőt

Információkeresés, vásárlás

A felmérésbe bevont válaszadók döntő része (82%) legalább havonta nézelődik vagy keres információt online. Ez nem is oly meglepő (talán még alacsony is az arány), hiszen az adatfelvétel online módon készült. A célcsoport tizede (10%) akár hetente is rendel online, de további bő kétötöde (44%) legalább havonta tesz így. A felmérésbe bevont, részletesen vizsgált platformok közül az eMAG-ot keresték fel legtöbbször a közelmúltban (35%), de ebből a szempontból népszerű volt az Árkereső (29%), a Pepita (18%), a

¹ Az Európai Parlament és a Tanács 2022. október 19-i (EU) 2022/2065 rendelete a digitális szolgáltatások egységes piacáról és a 2000/31/EK irányelv módosításáról (digitális szolgáltatásokról szóló rendelet)

Decathlon.hu (16%), a Szallas.hu (14%), a Jófogás (15%), a jegy.hu (15%), a Profession.hu (13%), illetve a két online rendelés-közvetítő, a Foodora (21%) és a Wolt (17%).

Az online vásárlás biztonságossága

A 18 éves vagy idősebb magyar internetezők közel ötöde (18%) szerint az online vásárlás teljesen, minden második szerint (51%) nagyjából, míg további ötöde (22%) részben tartja biztonságosnak. A célcsoport mindössze 6 százaléka ítélte meg az online vásárlást (elégge) rizikósnek. Minél magasabb valakinek az iskolai végzettsége, illetve (a 30 éven felüliek esetén) minél idősebb valaki, annál kevésbé tartja biztonságosnak a vásárlás ezen módját. Nagyjából egyforma arányban vélik (inkább) komoly veszélynek a válaszadók, hogy az online vásárlás esetén nem tudják elintézni az esetleges garanciális problémákat (39%), nem azt vagy nem olyan terméket kapnak, mint amit megrendeltek (38%), ha visszaküldenek egy terméket vagy elállnak a vásárlástól, akkor nem kapják vissza a pénzüket (37%), nem tudják, hogy pontosan kitől vásárolnak (36%), illetve nem kapják meg egyáltalán a megrendelt terméket vagy szolgáltatást (33%). Ezzel szemben a fenti szempontok sorrendjében egyre magasabb azoknak az aránya, akik szerint nem vagy kevésbé jelentenek ezek veszélyt az online rendelés esetén (23-36%).

Az online vásárlást befolyásoló tényezők

Leginkább a megvásárolni kívánt termék (vagy szolgáltatás) ára befolyásolja a fogyasztókat (78%), amelyet a fizetési lehetőségek köre (67%), a kereskedő ismertsége (61%), az oldal nyelve (magyar) (60%) követ. Legkevesebbé az számít, hogy Magyarországról vagy külföldről érkezik-e a megvásárolt termék (43%).

A vásárlók döntő része nem mindig tudja, hogy pontosan kitől vásárol. Míg minden hatodik-hetedik (15%) biztos abban, hogy ki a kereskedő, addig háromból négy (73%) csak általában tudja ezt, míg minden nyolcadik (12%) nem tudná megmondani.

Az online piacterek meghatározása

Saját bevallásuk alapján a válaszadók fele (48%) hallotta és pontosan tudja, hogy mit jelent az, hogy „online piactér”. További kétötödük (38%) hallotta a kifejezést, de bizonytalan a jelentésében, kevesebb, mint tizede (8%) hallotta, de nem ismeri a jelentését, 6% pedig nem is hallotta még. Vagyis a fogalom közismertnek tekinthető, de a mögötte lévő tartalom még nem biztos, hogy hasonlóképpen széleskörben egyértelmű.

Ha online piactereket kell felsorolni spontán módon, akkor legtöbbszörnek (31%) a Facebook Marketplace jut eszébe, aminek a nevében is benne van a piactér kifejezés angol megfelelője. Ezeket a Jófogás (23%), a Vatera (22%) és a Vinted (18%) követi, még ha ezek közül szorosan véve csak a Jófogás és a Vatera tekinthető a DSA szabályozás szempontjából online piactérnek. Támogatottan a legtöbbször a Jófogást (76%) és a Vatera-t (75%) gondolják ilyen típusú platformnak, amelyeket az eMAG (57%), az Árukereső (52%) és a Szallas.hu (49%) követ. A Decathlon.hu esetén kimagasló azok aránya, akik szerint az oldal nem működik online piactérként is (50%).

A Használtautó.hu-t 62%, az Ingatlan.com-ot 49%, az Alzát 41% tartja online piactérnek, annak ellenére, hogy előbbi két szolgáltatás esetén maga az adásvételi ügylet nem az oldalon köttetik meg, az Alza

esetében pedig maga a cég az eladó. Ez alapján talán mégsem egyértelmű a válaszadók számára, hogy mit jelent ez a fogalom, mit kell(ene) a DSA alapján online piactérnek tekinteni.²

Az online rendelés-közvetítő platformok esetén jelezték legmagasabb arányban a válaszadók, hogy teljesen egyértelmű volt számukra, hogy kitől rendelik az ételt (Foodora: 85%, Wolt: 81%). A Decathlon.hu esetén a vásárlók háromnegyede (73%) jelezte, hogy pontosan tudta, kitől vásárol, azonban ezt árnyalja, hogy – mint láttuk – a vásárlók jelentős része nem érzékelte, hogy ez az oldal online piactérként (is) működik. Legmagasabb arányban a fizz (13%), a Vatera (12%), az Allegro (11%) és a Jófogás (10%) esetén jelezték a fogyasztók, hogy egyáltalán nem tudták, kitől rendelnek.

Jogérvényesítés online piactereken

Valamelyik, a kérdőívben felsorolt online piactéren, a felmérést megelőző fél évben összességében a magyarok bő kétharmada (69%) vásárolt legalább egyszer. Közülük tízből négyenél (42%) fordult elő olyan alkalom, amikor nem volt elégedett a vásárlással, s közülük tízből hat (60%) panaszt tett vagy más jogi eljárást kezdeményezett. Ez összességében a felsorolt felületekről online rendelők negyedét (25%) érintette.

A legtöbben (43%) a teszvesz.hu-n voltak elégedetlenek, míg a Foodora, az eMAG és az Allegro vásárlóinak harmada (36%, 35%, illetve 33%) szintén nem volt elégedett. Legkevésbé az Árukereső és a Decathlon.hu vásárlói számoltak be elégedetlenségről (20-20%). Az összes, a felmérést megelőző fél évben az oldalon vásárlóhoz képest a teszvesz.hu fogyasztói tettek legtöbbször panaszt (23%), de majdnem hasonló mértékben jártak el így az eMAG (22%), az Allegro (21%), a Wolt (20%) és a Pepita (20%) vásárlói. Általánosságban elmondható, hogy az elégedetlen fogyasztók legalább harmada, de akár kétharmada is (platformtól függően) panaszt is tett vagy jogi eljárást kezdeményezett. Az esetek döntő részében egyértelmű volt a vásárlók számára, hogy ki felé tehet panaszt.

A válaszadók harmada (37%) tudja vagy gondolja úgy, hogy egy online piactér esetén csak a kereskedővel szemben érvényesítheti a jogait, míg minden negyedik (24%) azt, hogy csak az online piactérrel szemben. A többiek, vagyis tízből négy válaszadó (39%) szerint mindkét féllel szemben felléphetnek jogilag probléma esetén.

A válaszadók harmada (32%) hallott arról, hogy ha egy online piactér nem teszi egyértelművé, hogy kitől vásárol a fogyasztó, akkor a platformmal szemben is felléphet jogérvényesítéssel.

Az online piactéren regisztrált kereskedő ellenőrzése

A kérdőívben felsorolt online piactereken vásárlók fele (53%) jelezte, hogy nem közvetlenül az oldal tulajdonosától, működtetőjétől, hanem egy, az oldalon regisztrált kereskedőtől vásárolt. Jelentős részük (82%) igyekezett utánanézni a kereskedőnek: összességében az online piactéren vásárlók fele (48%) magán a platformon keresett, negyede (23%) egyéb oldalon gyűjtött információt, kilencede (11%) pedig

² A DSA nem definiál „online piactér” kategóriát és nem is használja ezt a kifejezést, a DSA 30-32. cikkei azonban csak azokra az online platformokra vonatkoznak, amelyek „lehetővé teszi[k] a fogyasztók számára, hogy távollevők közötti szerződéseket kössenek a kereskedőkkel”. A hosszadalmas körülírás elkerülése végett itt és a továbbiakban ezeket a szolgáltatásokat tekintjük „DSA szerinti”, „valódi” piactérnek. (Az Európai Bizottság is használja az online piactér kifejezést rövid megnevezésként.)

mindkét forrást megnézte. Az adatokat online piactéren ellenőrzők mindössze 7%-a nem találta egyértelműen elegendőnek az információkat, de teljes körűnek is csak minden negyedik (26%).

Az online piacterek előnyei és veszélyei

A válaszadók döntő része (77%) szerint az online piacterek működése a fogyasztók szemszögéből nézve inkább előnyös. Leginkább amiatt, hogy így jobban összehasonlíthatóvá válnak a kereskedők által kínált termékek és ezek árai (63%), illetve szélesebb termékpalettából választhat a vásárló (63%). Szintén (jelentősebb) előnynek vélik, hogy a fogyasztó számára leegyszerűsödik a vásárlás folyamata, hiszen közvetlenül az online piactéren történik az értékesítés, nem kell felkeresni a kereskedők honlapját (48%), garanciát nyújt az, hogy ha egy kereskedő az online piactéren árulhatja a termékeit, akkor a regisztrációnál az oldal fenntartója már ellenőrizte a kereskedőt (45%), illetve a kereskedőnek nem kell saját webáruházat alapítani, ezeken a platformokon olcsóbban tudják a terméket árulni, ami a kedvező árakban is megjelenik (43%). Ezzel szemben (jelentősebb) veszélyként érzékelik a fogyasztók, hogy nem igazán tudják, kitől vásárolnak, azt hihetik, hogy maga az online piactér az eladó és így nem tudják hatékonyan érvényesíteni a jogaikat szükség esetén (36%), a kereskedő általános szerződési feltételei eltérhetnek az online piactér hasonló jogi dokumentumától, s ez félreértésekhez, jogi problémákhoz vezethet (31%), egy megbízhatónak tartott online piactér esetében kevésbé néznek utána a fogyasztók a valódi kereskedő hátterének, megbízhatóságának (29%), elképzelhető, hogy külföldi, vagyis nem Magyarországon bejegyzett cégtől vásárol a fogyasztó a szándéka ellenére (28%), illetve az online platformok befolyásolhatják, hogy mely termékeket jelenítik meg a vásárlók számára, amikor azok keresnek valamit (26%).

Az online piacterek megbízhatósága a saját webáruházhoz és a dropshippinghez képest

A klasszikus webáruházban bíznak meg leginkább a válaszadók (egy ötfokú skálán – ahol az 1 azt jelenti, hogy egyáltalán nem, míg az 5 azt, hogy teljes mértékben – 3,9-s pontszámot adva), míg az online piacterekben közepes mértékben (3,3 pont). Utóbbi esetén 40% jelezte, hogy inkább vagy teljes mértékben megbízhatónak tűnik az online piacterek üzleti modellje, míg 14% azt, hogy inkább vagy egyáltalán nem az számára. A dropshipping üzleti modellre átlagosan 2,8 pontot adtak a válaszadók, (inkább) megbízhatónak 25%, (inkább) megbízhatatlannak pedig 34% tartja. Tegyük hozzá, hogy ez az üzleti modell általában a fogyasztók számára nem nyilvános, ők csak azzal találkoznak, hogy az oldalon megvásárolják a terméket, amely valamilyen módon megérkezik hozzájuk.

Apróhirdetési oldalak

Általában online apróhirdetési oldalt a válaszadók harmada (33%) használ legalább havonta, míg kétötöde (40%) nagyon ritkán vagy sohasem. Utóbbi különösen a 60 évesekre vagy idősebbekre jellemző (61%).

Az ezeken az oldalakon megjelenő hirdetések rangsorolása nem feltétlenül egyértelműen jelenik meg a fogyasztók számára, legalábbis a kérdőív eredményei alapján. A Jófogás esetén az oldalt a felmérést megelőző fél évben használók 60%-a számára teljesen egyértelmű volt, hogy mely hirdetéseket emelték ki, míg a Hasznáلتautó.hu esetén 56% nyilatkozott így, de a Profession.hu esetén is az oldalt használók több, mint fele (52%). Az Ingatlan.com rangsorolása már kevésbé volt egyértelmű, mindössze 40% jelezte, hogy tudta, melyik hirdetés a kiemelt, a Zenga esetén pedig mindössze 24%.

Ár-összehasonlító oldalak

Tízből négy (44%) válaszadó szokott árakat ellenőrizni legalább havonta ár-összehasonlító oldalon. A legnépszerűbb az eredmények alapján az Árgép.hu (amelyet a felmérést megelőző fél évben a válaszadók 36%-a használt), amelyet az Árukereső (29%) és az Olcsóbbat.hu (16%) követett. A hirdetések kiemelése az Árukeresőn volt a legegységelműbb (63%), de az Árgép.hu használóinak is bő fele (54%), míg az Olcsóbbat.hu esetén szűk fele (45%) jelezte, hogy pontosan tudta, melyik hirdetés az előrébb rangsorolt.

Ajánlórendszerek

Tízből három válaszadó (29%) hallott arról, hogy azok az online szolgáltatók, akik ajánlórendszert alkalmaznak oldalaikon (pl. hirdetések megjelenítése közötti rangsorolás) nyilvánossá és könnyen elérhetővé kell tenniük a felhasználók számára, hogy mi alapján végzik az ajánlások rangsorolásait. Azon válaszadók közül, akik értesültek arról, hogy a rangsorolási rendszert nyilvánosan elérhetővé kell tenniük a weboldalaknak, minden harmadik (35%) már legalább egyszer utánanézett a kiemelés pontos módszerének. Közülük csak minden negyedik (25%) jelezte azt, hogy egyszerűen értelmezhetőek voltak a rangsorolás paraméterei, további kétötödük (42%) is viszonylag könnyen tudta értelmezni. Ezzel szemben minden ötödik (22%) nehezen látta át, minden tizedik (10%) pedig egyáltalán nem értette ezeket.

A szolgáltatói oldalak objektív elemzése

A vizsgált szolgáltatók jellemzően valamilyen módon közérthetően próbálják definiálni magukat a felületeikre látogatók számára. Ez történhet egyszerűen az oldal funkciójának definiálásával (pl. biztosításközvetítő) vagy akár részletesebb leírással is (jellemzően a „Rólunk” részben). Találtunk azért olyan szolgáltatást is, mely nem írta le az üzleti modelljét.

Az általános szerződési feltételek az oldalak döntő többségénél nagyon alaposan kidolgozott és megírt dokumentumok. Ezek már tartalmazzák az üzleti modellek leírását. Ennek fő oka, hogy tisztázzák, az oldal használatával és az ott végrehajtott tranzakciókkal kik között jön létre szerződéses kapcsolat. Döntő többségében itt definiálják a felelősségi köröket is.

Az üzleti modellek a szolgáltatók számára több forrásból biztosítanak bevételt. Ezek jellemzően az értékesítések utáni jutalékokból, valamint a különféle kiemelések és rangsorolások után fizetendő díjakból származnak. Ezek részletezése is általában az ÁSZF-ben jelenik meg. A jutalékok rendszerét sokszor a partnerek/kereskedők számára készülő dokumentumban közlik, míg a rangsorolásokra vonatkozóan az ÁSZF is legtöbbször tartalmaz információt.

A DSA 30. cikkben szereplő információkat a kereskedőkről a szolgáltatók többnyire biztosítják. Ezek alól kivételt jelentenek olyan oldalak, ahol például biztosítják az eladók számára, hogy annyi információt adjanak meg magukról, amennyit ők maguk gondolnak, vagy pedig maga a működés alapja, hogy eladó és vevő csak a tranzakció után ismerheti meg a másik szereplőt. A DSA 30. cikk (1) e. pontjában előírt tanúsítványt viszont nem nagyon találtuk az egyes szolgáltatóknál.

Javaslatok

Az online vásárlás széleskörben elterjedt tevékenység. A webáruházak esetén egyértelmű a fogyasztók számára, hogy ki a megvásárolt termék/szolgáltatás eladója, de az online piacterek esetén ez már nem mindig van így. Bár a válaszadók jelentős része szerint az online piacterek működése a fogyasztók szemszögéből nézve inkább előnyös, ugyanakkor a fogyasztói jogok érvényesítése nehéz lehet, ha a fogyasztók nincsenek teljes mértékben tisztában a jogi lehetőségekkel.

Az online piacterek (és egyéb online platformok – apróhirdetési, ár-összehasonlító stb.) a jelenlegi gyakorlatuk szerint igyekeznek egyértelműen közzétenni, hogy ki az eladója a hirdetett terméknek/szolgáltatásnak. Ennek ellenére csak a kérdőíves felmérés válaszadóinak 15 százaléka véli úgy, hogy minden esetben tisztában van vele, hogy ki a termék/szolgáltatás értékesítője.

Érdemes lehet a kevés számú érintett piaci szereplő számára visszajelzést adni, illetve esetlegesen egy „legjobb gyakorlat” módszerével javaslatot tenni, hogy hogyan tudnák az eladók kilétét és előírt adatait a fogyasztók számára elérhetőbben megjeleníteni.

Bár a válaszadók saját bevallása szerint az esetek döntő részében egyértelmű volt számukra, hogy egy-egy vásárlás kapcsán esetlegesen ki felé tehetnek panaszt, illetve fordulhatnak jogaik érvényesítése céljából, talán érdemes a rendelkezésre álló felületeken felhívni a lakosság figyelmét a következő 3 dologra:

- Minden online vásárlás esetén győződjenek meg arról, hogy az oldal/applikáció üzemeltetőjétől vásárolnak-e vagy pedig egy ott regisztrált kereskedőtől.
- Ismerjék, hogy alapvetően a kereskedő felelős az értékesített termék, szolgáltatás jogszabályi megfeleléseért, elsősorban őt kell ilyen jellegű igényekkel megkeresni.
- De fontos, hogy amennyiben az oldal üzemeltetője nem tette egyértelmű módon közzé, hogy ki az eladó, akkor ebben az esetben vele szemben is érvényesíthetők a vásárlói jogok.

Tízből nagyjából három válaszadó hallott arról, hogy azok az online szolgáltatók, akik ajánlórendszert alkalmaznak oldalaikon (pl. hirdetések megjelenítése közötti rangsorolás) nyilvánossá és könnyen elérhetővé kell tenniük a felhasználók számára, hogy mi alapján végzik az ajánlások rangsorolásait. A többség tehát nem tud erről a jogszabályi rendelkezésről. A fogyasztók egyébként saját megítélésük szerint jól be tudják azonosítani a kiemelt hirdetéseket. Ugyanakkor a rangsorolások logikája nem nagyon foglalkoztatja a fogyasztókat. Még azoknak is csak alig harmada (az összes felhasználó nagyjából tizede) nézett valaha utána ilyennek, akik tudják, hogy az oldalaknak közzé kell tenniük a rangsorolási rendszerüket.

Edukációs szempontból itt is fontosnak tartanánk a fogyasztók tájékoztatását. Amit minden felhasználónak tudni kellene, hogy az ajánlórendszert alkalmazó oldalakon a megjelenítések nem véletlenszerűen vagy kizárólag a vásárló szempontjából vizsgált relevancia alapján kerülnek meghatározásra, hanem más szempontokat is figyelembe vehet a szolgáltató.

2. A kérdőíves kutatás

2.1. Háttér

A 2024-ben élesedett³ DSA számos ponton szabályozza az online platformokat. Ezek közül van olyan is, amely közvetlenül érinti a fogyasztókat. Kérdés azonban, hogy ezeket a terméket vagy szolgáltatást vásárlók mennyire érzékelik-e, s ha igen, tesznek-e lépéseket aszerint, hogy egy-egy oldal más üzleti modell alapján működik.

A felmérés során a következő kérdésekre kerestük a választ:

- **Az online vásárlás biztonságossága:** Mennyire biztonságosnak ítélik meg az online vásárlást? Milyen veszélyei lehetnek az online vásárlásnak?
- **Az online vásárlást befolyásoló tényezők:** Milyen szempontok befolyásolják az online vásárlását? Pontosan tudja, hogy kitől (melyik kereskedőtől) vásárol ilyenkor?
- **Az online piacterek meghatározása:** Ismeri, hallotta már az „online piactér” fogalmát? Milyen online piactereket ismer? Meg tudja határozni, hogy egyes platformok online piactérként vagy webáruházként működnek? Tudja, hogy a közelmúltban kitől vásárolt az egyes platformokon?
- **Jogérvényesítés online piactereken:** Ismeretei szerint kivel szemben tehet jogi lépéseket, ha problémája merül fel online piactéren történt vásárlás kapcsán? Előfordult, hogy online vásárlásával elégedetlen volt, s emiatt panaszt tett vagy jogi lépéseket indított? Mennyire volt egyértelmű az Ön számára, hogy ki felé tehet panaszt? az adott vásárlási kérdésben az egyes online piactereken?
- **Az online piactéren regisztrált kereskedő ellenőrzése:** Ha vásárolt online piactéren regisztrált kereskedőtől, utánanézett ennek a kereskedőnek (pl. megbízható-e stb.)? Hol nézett utána a kereskedőnek? Az online piactéren található információkat elegendőnek találta?
- **Az online piacterek előnyei és veszélyei:** Miért lehetnek előnyök az online piacterek a fogyasztó szempontjából? Milyen veszélyei lehetnek az online piactéren történő vásárlásnak?
- **Az online piacterek megbízhatósága a saját webáruházhoz és a dropshippinghez képest:** Mennyire tartja megbízhatónak a háromféle üzleti értékesítési modellt: webáruház, dropshipping, online piactér?
- **Apróhirdetési oldalak:** Szokott használni online apróhirdetési oldalt? Mennyire egyértelműen jelenítik meg ezek az oldalak, ha egy hirdetést kiemelnek, előrébb sorolnak?
- **Ár-összehasonlító oldalak:** Szokott használni ár-összehasonlító oldalt? Mennyire egyértelműen jelenítik meg ezek az oldalak, ha egy hirdetést kiemelnek, előrébb sorolnak?
- **Ajánlórendszerek:** Tudja-e, hogy az ajánlórendszerek esetén nyilvánossá kell tenni, mi alapján végzik az adott oldal a rangsorolást? Nézett már utána ilyen leírásnak? Mennyire egyszerű megtalálni az oldalon ezt a leírást?

³ A DSA 93. cikk (2) bekezdése szerint a rendeletet 2024. február 17-től kell (minden közvetítő szolgáltató esetében) alkalmazni, de bizonyos rendelkezéseit már ezt megelőzően is alkalmazni kellett.

2.2. Módszertan

A felmérés online önkitöltős kérdőív segítségével, online válaszadói panel tagjainak körében készült. Ezen közösséget kifejezetten kutatási célra rekrutált válaszadók alkotják, akik heterogén módon biztosítják, hogy a magyarországi lakosság minden demográfiai csoportja elérhető legyen. A kérdőíves kutatás paramétereit az NMHH-val egyeztetve dolgoztuk ki. A kutatás kérdőíve a Mellékletben található.

A kutatás fő paramétereit:

- **A kutatás célcsoportja:** 18 éves és idősebb magyar lakosság
- **A kutatás módszere:** online kérdőíves megkérdezés (CAWI)
- **A kérdőív hossza:** 15 perc
- **Minta mérete:** 1000 fő
- **Mintavétel:** kvótás mintavétel, amely során a célcsoport demográfiai összetételének megfelelő mintát kérdeztünk le. A minta 5 fő demográfiai ismerv: a nem, az életkor, az iskolai végzettség, a településtípus és a régió szerint arányos a célcsoport összetételével.
- **Az adatfelvétel ideje:** 2025. február 12-18.

A mintavételi hiba

A minta méretéhez tartozó mintavételi hiba – 95 százalékos megbízhatóság mellett – dichotóm változók esetén legfeljebb +/- 3,1 százalék a teljes, 1000 fős minta elemzése esetén. Kisebb elemszámú célcsoportok vizsgálata esetén a mintahiba mértéke a célcsoport méretétől függően ennél magasabb is lehet.

3. Online információkeresés, internetes vásárlás

3.1. Online nézelődés, információkeresés, illetve internetes vásárlás

A 18 éves vagy idősebb magyar internetezők fele (52%) legalább heti rendszerességgel „nézelődik” online, keres információt, míg további közel harmada (30%) ritkábban ugyan, de legalább havonta tesz ugyanígy. Demográfiai szempontból nincs jelentős különbség a nők és a férfiak között e téren, de életkor tekintetében is mindössze a 35-44 évesek azok, akik kiugróan magas arányban (61%) keresnek legalább heti rendszerességgel online információt. Iskolai végzettség esetén a legfeljebb alapképzés végzettségűek körében szignifikánsan magasabb azok aránya (14%), akik még évente se (vagy soha) nem nézelődnek online. A gazdasági aktivitás is meghatározó, az aktívak jelentősen magasabb arányban keresnek információt gyakrabban, mint az inaktívak. Településtípus tekintetében is látható különbség: a fővárosiak közel kétharmada (62%) legalább heti rendszerességgel nézelődik online, míg a többi településen nagyjából minden második lakos.

Online minden tizedik (10%) 18 éves vagy idősebb magyar internetező szokott vásárolni legalább heti rendszerességgel, míg bő kétötödük (44%) legalább havonta egyszer. A felnőtt magyarok mindössze 7 százaléka évente legfeljebb egyszer vagy sohasem szerez be terméket vagy szolgáltatást online módon. A ritkább vásárlás különösen a 60 évesekre vagy idősebbekre, az általános iskolai vagy az érettségi nélküli középiskolai végzettségűekre, a gazdaságilag inaktívakra és a napi legfeljebb fél órát internetezőkre jellemző.

Az online nézelődés és az internetes vásárlás természetesen összefügg: minél gyakrabban keres valaki információt online, annál valószínűbb, hogy gyakran vásárol is interneten keresztül.

	Online nézelődés, információkeresés (Összes válaszadó, n=1000)	Internetes vásárlás (Összes válaszadó, n=1000)
Legalább heti rendszerességgel	52%	10%
Havonta vagy havonta többször	30%	44%
Negyedévente egy-két alkalommal	8%	25%
Évente néhányszor	4%	14%
Ritkábban vagy soha	5%	7%

1. táblázat: Online nézelődés, információkeresés, illetve internetes vásárlás

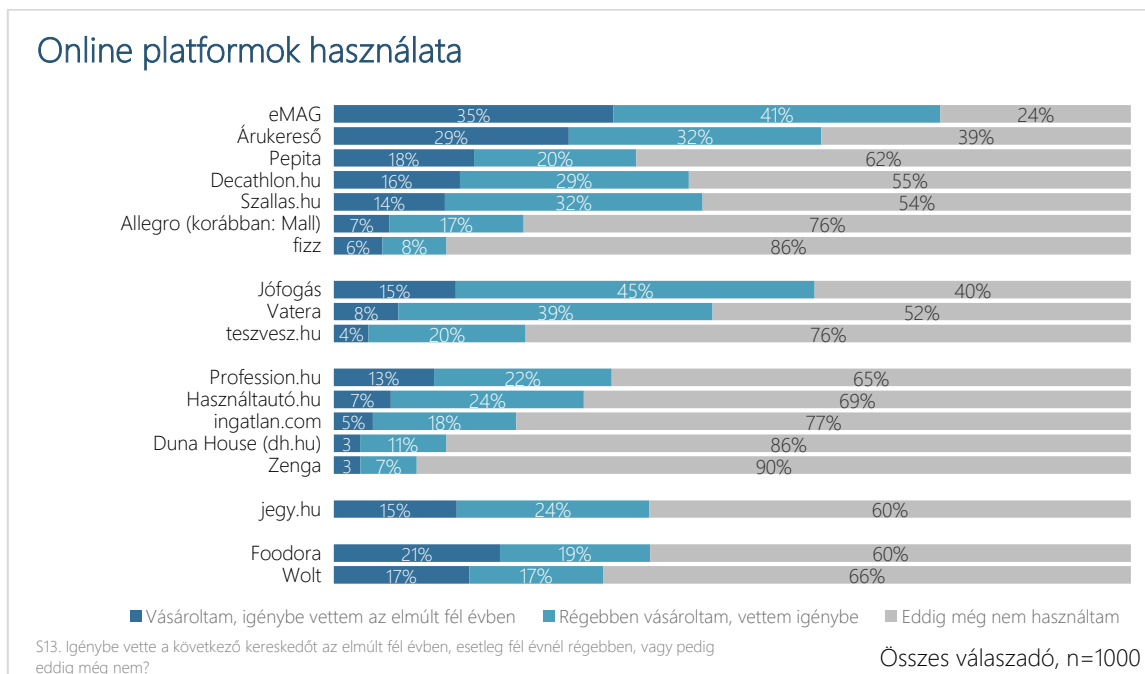
3.2. Online platformok használata

Az online piactérként (is) működő szolgáltatások közül az eMAG-ot használják leginkább a 18 éves vagy idősebb magyar internetezők: harmaduk (35%) a felmérést megelőző fél évben is járt az oldalon, míg további kétötödük (41%) korábban. Kiemelkedik a felsorolt platformok közül az Árukereső is – tízből három (29%) felkereste az oldalt az említett időszakban, míg további ennyien (32%) korábban –, illetve a Jófogás. Ez utóbbi esetében azonban a fél éven belüli felkeresés jelentősen alacsonyabb, 15%-os, de további majdnem minden második felnőtt magyar (45%) járt már korábban az oldalon, esetleg vásárolt is ott.

A kifejezetten hirdetési oldalak közül legtöbben a Profession.hu-t keresték fel (13% a felmérést megelőző fél évben, 22% régebben), de a Használtautó.hu (összes felkeresés: 31%) és az Ingatlan.com (összes felkeresés: 23%) is az ismertebb oldalak közé tartozik. Kevésbé használják az emberek az Duna House oldalát (hét felnőttből egy) vagy a Zenga.hu-t (tízből egy magyar), de előbbi kifejezetten egy szolgáltatóhoz tartozik, míg utóbbi név még új, hiszen csak 2024 augusztusában vezette be az OTP Otthonmegoldások Kft. a korábban használt otpotthon.hu helyett.

A jegy.hu-t tízből négy (40%) 18 éves vagy idősebb magyar internetező kereste már fel valaha, minden hetedik (15%) a felmérést megelőző fél évben is.

Az online rendelés-közvetítő platformok közül a Foodorát tízből négy (40%) magyar használta már valaha, minden ötödik (21%) a felmérést megelőző fél évben. Ennél némileg kevesebben látogatták meg a Wolt oldalát, hiszen minden harmadik (34%) magyar vette már igénybe valaha, minden hatodik (17%) a felmérést megelőző fél évben. E két cég jelentősen magasabb arányban használt a fiatalabbak, különösen a 18-24 évesek körében, mint a 45 éves vagy idősebbek között.



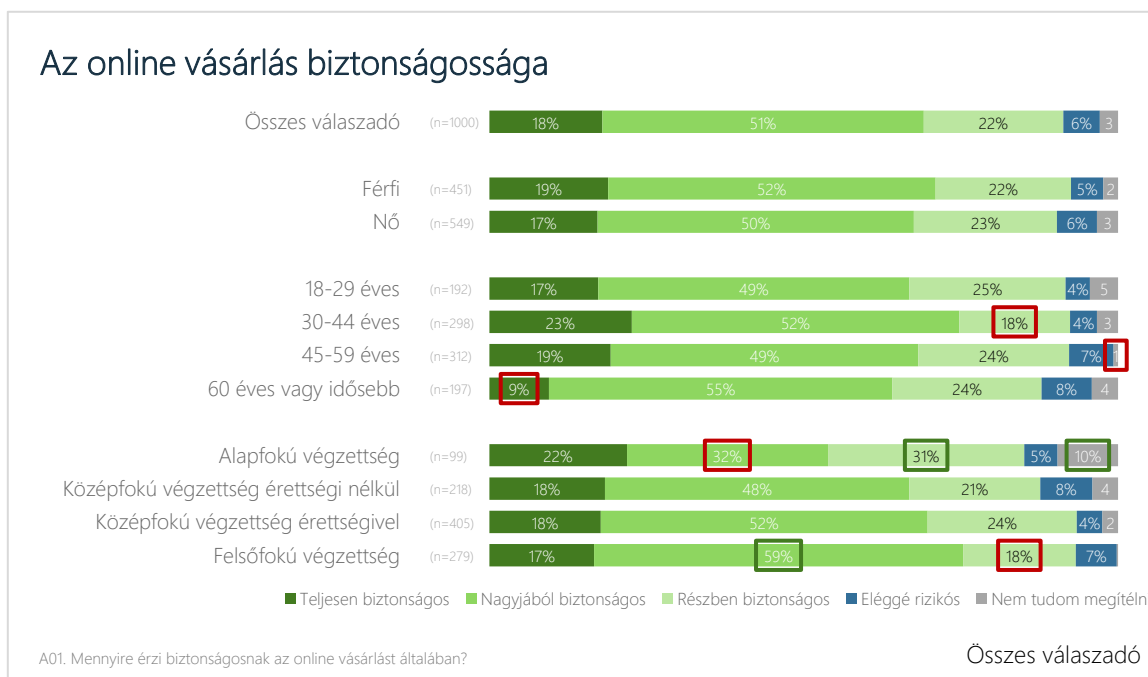
1. ábra: Online platformok használata

Összességében a 18 éves vagy idősebb magyar internetezők háromnegyede (72%) a felsorolt oldalak legalább egyikén vásárolt (vagy vette igénybe a szolgáltatást) a felmérést megelőző fél évben. Minden ötödik felnőtt (19%), csak egyet, minden hatodik (16%) kettőt, minden kilencedik (11%-11%) hármat, illetve négyet, ennél többet pedig kevesebb, mint tizedük (9%).

4. Az online vásárlás megítélése

4.1. Az online vásárlás biztonságossága

A 18 éves vagy idősebb magyar internetezők közel ötöde (18%) szerint az online vásárlás teljesen, minden második szerint (51%) nagyjából, míg további ötöde (22%) szerint részben biztonságos. A célcsoport 6 százaléka ítélte meg az online vásárlást (elégge) rizikósnak. A férfiak és a nők között nincs jelentős különbség a megítélés tekintetében, míg életkor szempontjából a 60 éves vagy idősebbek kevésbé tartják biztonságosnak a webes vásárlást, mint a fiatalabb korosztály tagjai. Az iskolai végzettség esetén elmondható, hogy bár a „teljesen biztonságos” válaszlehetőséget az alapfokú végzettségűek említették legmagasabb arányban, összességében mégis ők tartják kevésbé biztonságosnak az online vásárlást (37 százalékuk részben biztonságosnak vagy eléggé rizikósnak véli, míg a felsőfokú végzettségűek esetén ez az arány 24%).



(Zöld jelölés: a teljes mintához képest szignifikánsan magasabb érték, piros jelölés: a teljes mintához képest szignifikánsan alacsonyabb érték)

2. ábra: Az online vásárlás biztonságossága

4.2. Az online vásárlás veszélyei

A kérdőívben felsorolt öt potenciális veszélyforrást meglehetősen hasonlóan ítélték meg a válaszadók: egy ötfokú skálán mindegyik átlagosan 3,0 és 3,3 pontot ért el, ahol az egy azt jelentette, hogy egyáltalán nem jelent veszélyt, míg az öt azt, hogy komoly veszélyt jelent.

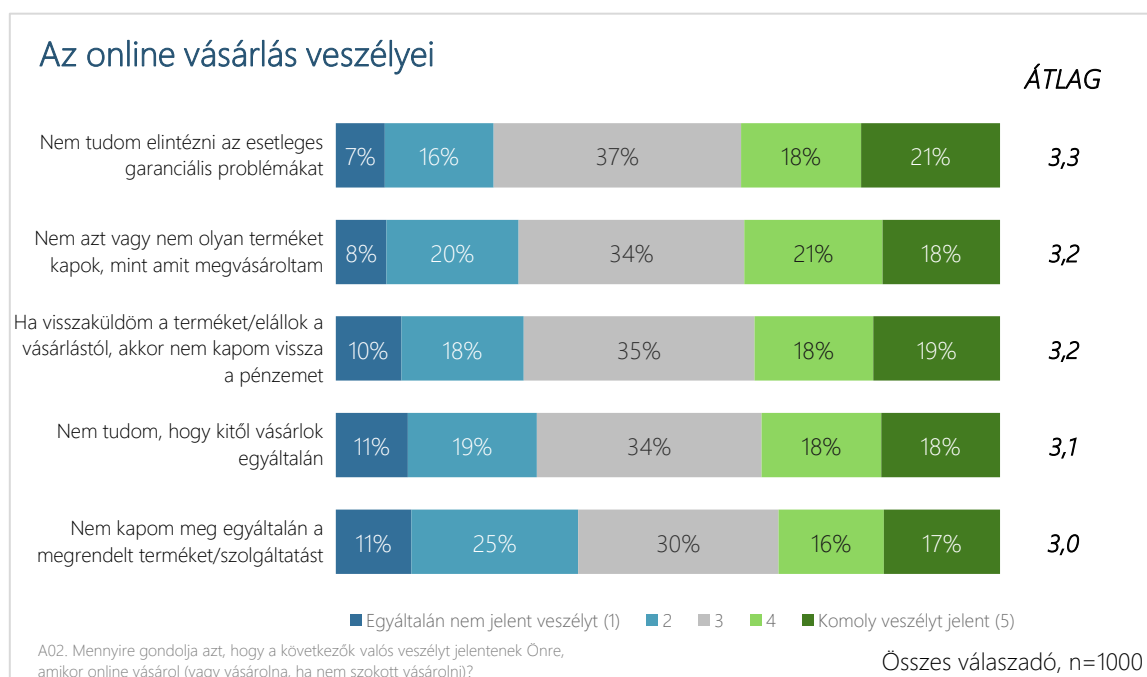
A potenciális veszélyforrások közül az első helyre a garanciális problémák elintézésének gondja került, amely esetén a válaszadók kétötöde (39%) jelezte, hogy számára az online vásárlás emiatt veszélyt jelent, míg mindössze negyede (24%) azt, hogy számára ez nem vagy alig kockázat.

A válaszadók szintén kétötöde (38%) tart attól – s ezért rizikóforrásként éli meg –, hogy nem azt vagy nem olyan terméket kap, mint amit megvásárolt. Eközben ettől a magyarok bő negyede (28%) nem (nagyon) fél.

A fentieknél alig valamivel kevesebb online vásárló (a válaszadók 37%-a) gondolja (komoly) veszélynek, hogy ha visszaküldi a megvásárolt terméket vagy eláll a vásárlástól, akkor nem kapja vissza a pénzét. Ettől a magyar internetezők negyede (28%) azonban nem tart.

A válaszadók bő harmada (36%) szerint (komoly) veszély az online vásárlás során, hogy nem tudják, kitől vásárolnak, eközben ez szűk harmaduknak (30%) nem okoz (jelentősebb) problémát.

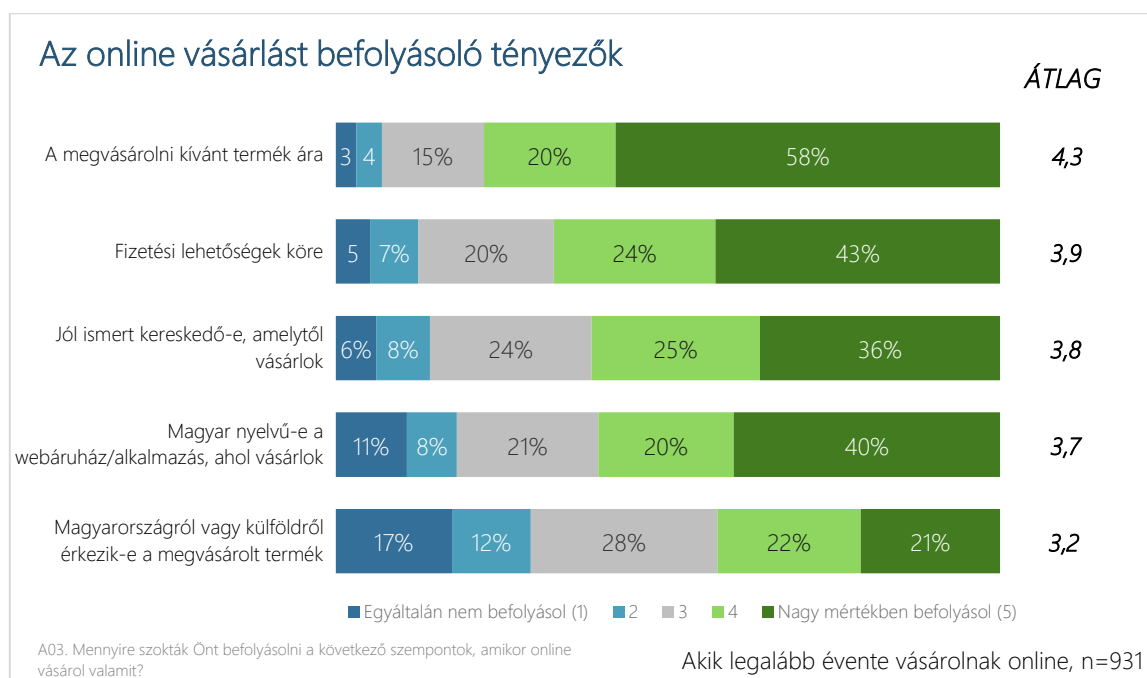
Minden harmadik válaszadó (33%) gondolja úgy, hogy az online vásárlás egyik veszélye lehet, hogy nem kapja meg egyáltalán a megrendelt terméket/szolgáltatást, míg bő harmaduk (36%) ettől nem tart.



3. ábra: Az online vásárlás veszélyei

4.3. Az online vásárlást befolyásoló tényezők

Az online vásárlást leginkább a megvásárolni kívánt termék ára befolyásolja, tízből nyolc válaszadó (78%) jelezte ezt. Kiemelt számukra a fizetési lehetőségek köre is, kétharmaduk (67%) jelezte, hogy inkább vagy nagy mértékben van így. Közel ennyien (61%) jelezték, hogy (jelentősen) befolyásolja őket az online vásárlás esetén, hogy jól ismert-e a kereskedő, de a magyar nyelvűség is ugyanilyen jelentőségű (60%). Legkevesbé az befolyásoló tényező, hogy a termék bel- vagy külföldről érkezik (43%).



4. ábra: Az online vásárlást befolyásoló tényezők

4.4. Az online kereskedő ismerete

A legalább évente egyszer online vásárlók hatoda-hetede (15%) állította, hogy mindig biztosan tudja, hogy kitől vásárol. A legtöbben (73%) azonban jelezték, hogy általában tudják ezt, míg minden nyolcadik (12%) legtöbbször nincs pontosan tudatában, kitől szerzi be a terméket vagy szolgáltatást.

Talán meglepő módon, de az alapfokú végzettségűek jelezték legmagasabb arányban, hogy mindig tudják, kitől vásárolnak online. Ennek oka az lehet, ők viszonylag ritkábban szereznek be terméket vagy szolgáltatást ilyen módon, s ilyen esetben talán inkább preferálják az ismertebb kereskedőket.

	Az online kereskedő ismerete		
	Mindig biztosan tudom, hogy kitől vásárlók	Általában tudom, hogy kitől vásárlók	Általában nem tudom, hogy kitől vásárlók
Akik legalább évente vásárol online (n=931)	15%	73%	12%
Férfi (n=422)	15%	73%	11%
Nő (n=509)	15%	72%	13%
18-29 éves (n=180)	14%	73%	13%
30-44 éves (n=281)	15%	75%	10%
45-59 éves (n=295)	17%	70%	13%
60 éves vagy idősebb (n=174)	14%	72%	13%
Alapfokú (n=84)	27%	61%	12%
Középfokú érettségi nélkül (n=195)	13%	72%	15%
Középfokú érettséggel (n=386)	15%	72%	13%
Felsőfokú (n=265)	14%	78%	8%

(Zöld jelölés: a teljes mintához képest szignifikánsan magasabb érték, piros jelölés: a teljes mintához képest szignifikánsan alacsonyabb érték)

2. táblázat: Az online kereskedő ismerete

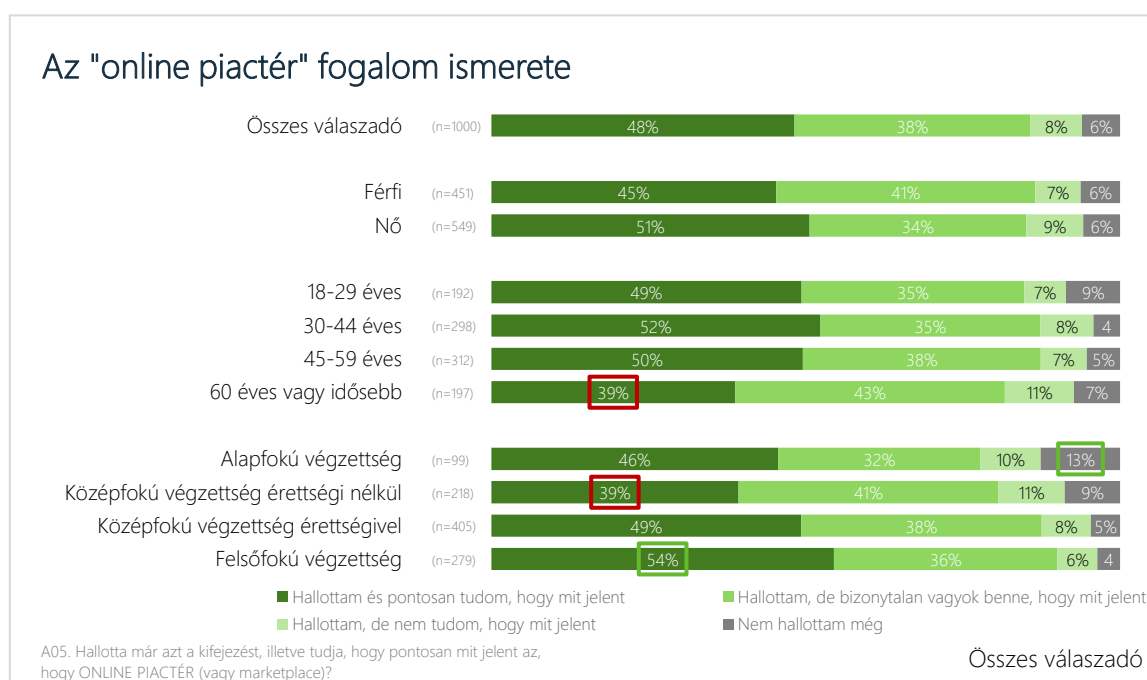
5. Az online piacterek értékelése

5.1. Az „online piactér” fogalom ismerete

Alig-alig van olyan internetező magyar, aki ne hallotta volna az „online piactér” kifejezést. Összességében a válaszadók 6%-a jelezte ezt. Elmondható, hogy minél alacsonyabb valakinek a végzettsége, annál valószínűbb, hogy nem találkozott még ezzel a fogalommal.

A válaszadók közel fele (48%) jelezte, hogy nem csak hallotta a kifejezést, hanem (saját bevallása alapján) tudja is, hogy mit jelent (igaz, mint a következő kérdés alapján kiderült, közülük minden ötödik (19%) egy piacteret sem tud megnevezni), míg kétötödük (38%) bár hallotta a fogalmat, de bizonytalan a jelentésében, s további közel tizedük (8%), bár hallott róla, de egyáltalán nem tudja, mit takar a kifejezés.

A nemek tekintetében nincs különbség a fogalom ismerete terén, míg a 60 éves vagy idősebbek a fiatalabbaknál jelentősen kevésbé tudják pontosan, mit jelent az, hogy online piactér. Végzettség szempontjából az érettségi nélküli középfokú végzettségűek a legkevésbé tájékozottak (legalábbis, ha a kifejezés pontos ismeretét vizsgáljuk).



(Zöld jelölés: a teljes mintához képest szignifikánsan magasabb érték, piros jelölés: a teljes mintához képest szignifikánsan alacsonyabb érték)

5. ábra: Az „online piactér” fogalom ismerete

5.2. Online piactér brandek ismerete

A legtöbben a Facebook és a Marketplace neveket említették spontán, amikor arra kértük a válaszadókat, hogy írjanak általuk ismert online piactereket. Ehhez segítségképpen a következő definíciót adtuk meg: „Az online piactér egy olyan webes felület, ahova az eladók fel tudják tölteni a termékeiket és azokat így a vevők számára értékesíthetik. Egy-egy online piactéren számos eladó értékesítheti a termékeit. Az értékesítők között lehet az online piactér tulajdonosa is.”

A (Facebook) Marketplace-t tízből hárman (31%) említették, míg közel minden negyedik válaszadónak (23%) a Jófogás, minden ötödiknek (22%) a Vatera, s közel ennyinek (18%) a Vinted jutott eszébe. Ezen

oldalak talán inkább apróhirdetési oldalként számontartottak, mint a DSA szempontjából „valódi” online piactérként,⁴ bár mind a Jófogás, mind a Vaterán már találhatunk számos olyan hirdetést, amely révén az oldalon magán köttetik meg az üzlet.

Az eMAG oldalát minden nyolcadik válaszadó (13%) tudta magától is megnevezni, míg közel minden tizediknek (9%) a Temu jutott eszébe. Ezeken túl felsoroltak még a válaszadók számos hazai és nemzetközi, valóban online piactér oldalt (pl. Amazon, AliExpress, Shein, Allegro, Árukereső, Wish, Fizz, Pepita, Meska), illetve néhány olyat, amely a DSA szempontjából nem számít piactérnek (pl. Alza, Hasznáلتautó.hu).



6. ábra: Online piactér brandek ismerete (spontán válaszok)

Azok, akik korábban azt állították, hogy ismerik az „online piactér” fogalmát legalább hallomásból, valóban a többieknél (jelentősen) magasabb arányban neveztek meg legalább egy oldalt (legalábbis olyat, amit ők online piactérnek véltek). Míg akik a fogalmat egyáltalán nem ismerték, azok 91%-a egyáltalán nem írt márkanevet, akik bár hallották már a kifejezést, de nem tudták mit jelent, azok 67%-ának nem jutott eszébe egy oldal sem. Ehhez képest, akik ismerték a fogalmat, de jelentésben voltak bizonytalanok, azok fele írt legalább egy (általában online piactérnek gondolt) oldalnevet, míg akik biztosak voltak a kifejezésben és annak hátterében, azoknak a bő háromnegyede (78%) nevezett meg legalább egy oldalt. Igaz, utóbbiak is döntően olyat írtak, amelyek a DSA szerint nem online piacterek (pl. Facebook Marketplace 47%, Vinted 24%) vagy átalakulóban vannak online piactérre (Jófogás 35%, Vatera 33%).

A fentiek alapján az „online piactér” jelentéstartalma nem egyértelmű a fogyasztók körében: sokkal inkább apróhirdetési oldalra gondolnak, mintsem olyanra, ahol számos kereskedő által forgalmazott termékek (vagy szolgáltatások) közül az oldalon magán lehet vásárolni.

⁴ Azaz olyan online platform, „amely lehetővé teszi a fogyasztók számára, hogy távollevők közötti szerződéseket kössenek a kereskedőkkel”.

5.3. A szolgáltatások besorolása – online piactér?

A Jófogást és a Vaterát egyértelműen online piactérnek gondolják a magyarok: előbbi esetén 76%, utóbbi esetén pedig 75% jelezte ezt. Mindkettő széleskörűen ismert, mindössze a válaszadók 5, illetve 7% jelezte, hogy nem hallott még az oldalról. Ezen oldalakat a felmérést megelőző fél évben használók hasonlóképpen vélekednek: a Jófogást 77, a Vaterát 75 százalékuk sorolná az online piacterek közé.

Szintén jól ismert oldalaknak számítanak az eMAG.hu, az Árukereső és a Szallas.hu, azonban ezeket már jelentősen alacsonyabb arányban vélik online piactérnek a magyarok. Bő felük (57%) szerint az eMAG.hu annak számít, de minden negyedik (25%) szerint nem, míg minden hetedik (14%) nem tudta eldönteni. (Az oldalt a felmérést megelőző fél évben használók jelentős része (72%) szerint a felület online piactér (is).) Az Árukeresőt minden második válaszadó (52%) az online piacterek közé sorolta, míg minden ötödik (21%) szerint nem az, s szintén ennyien voltak (21%), akik bizonytalanok voltak. (Az oldalt a felmérést megelőző fél évben használók közel kétharmada (63%) szerint online piactérként (is) működik a felület.) A Szallas.hu esetén szintén nagyjából minden második (49%) válaszadó vélte úgy, hogy online piactérnek számít, míg bő ötödük (22%) szerint nem az, szűk ötödük (18%) pedig nem tudta megmondani (minden kilencedik (11%) nem ismerte az oldalt). Az oldalt a felmérést megelőző fél évben használók az általános vélekedésnél magasabb arányban gondolják online piactérnek (56%).

A két online rendelés-közvetítő platform közül a Foodora az ismertebb, a válaszadók hatoda-hetede (15%) nem hallott róla, míg a Woltról minden ötödik (19%). Ennek ellenére nagyjából hasonló arányban gondolják mindkettőről a válaszadók, hogy online piacterek (Foodora: 37%, Wolt: 35%), s szintén hasonló arányban azt, hogy nem azok (Foodora: 26%, Wolt: 27%). Az oldalakat a felmérést megelőző fél évben használók közül a Foodorát 52, míg a Woltot 48% sorolná az online piacterek közé.

A Pepita.hu-t a magyarok háromnegyede (75%) ismeri. Minden harmadik (36%) szerint ez egy olyan oldal, ahol számos kereskedő terméke megtalálható, míg minden ötödik (18%) szerint nem tekinthető online piactérnek. Az oldalt a felmérés előtt használók az összes válaszadóhoz képest magasabb arányban sorolják az online piacterekhez (59%).

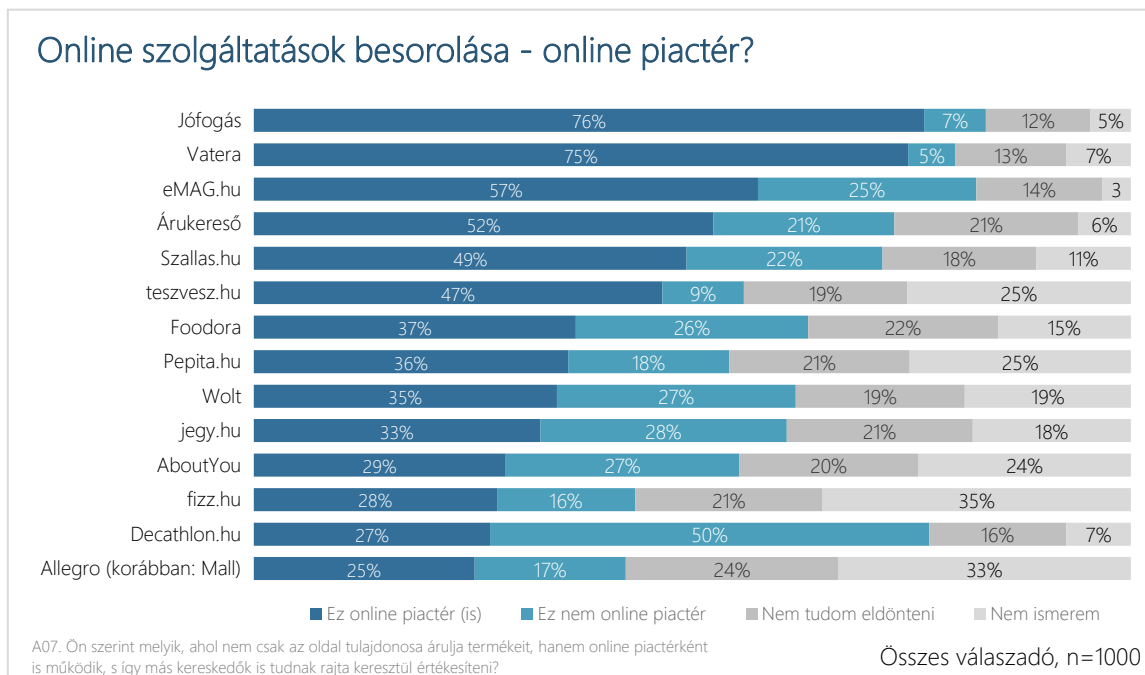
A jegy.hu oldal minden harmadik magyar (33%) szerint online piactér, bő negyedük (28%) szerint nem az, míg minden ötödik (21%) bizonytalan (közel minden ötödik válaszadó (18%) nem ismerte az oldalt). A felmérés előtt fél évvel a jegy.hu-t használók 51% szerint online piactérnek lehet tekinteni az oldalt.

Az AboutYou oldalt tízből három válaszadó (29%) gondolja online piactérnek, minden negyedik (27%) nem, míg minden ötödik bizonytalan (20%) (minden negyedik (24%) pedig nem ismeri a felületet).

A fizz.hu viszonylag új oldaláról a magyarok kétharmada (65%) hallott. Minden negyedik válaszadó (28%) szerint a felület online piactérnek (is) számít, minden hatodik (16%) szerint viszont nem az, míg minden ötödik (21%) nem tudta eldönteni. Az oldalt a felmérést megelőző fél évben használók is bizonytalanok: minden második (49%) szerint az oldal online piactér, míg minden harmadik (32%) szerint nem az.

A Decathlon egy széleskörűen, majdnem minden válaszadó által ismert márka. Viszont a webáruházukról a relatív többség (50%) úgy véli, hogy az nem számít definíció szerint online piactérnek, míg mindössze minden negyedik (27%) magyar szerint viszont az (16% bizonytalan a megítélést illetően). Az oldalt a felmérést megelőző fél évben használók körében abszolút többségben (56%) vannak, akik szerint működik online piactérként (is) a webáruház, míg minden harmadik (36%) azonban úgy gondolja, hogy az.)

Az Allegro, mint márkanév új az online térben. Összességében a magyarok harmada (33%) nem hallott még erről az oldalról, negyede (25%) tekinti online piactérnek, hatoda (17%) nem, míg minden negyedik (24%) nem tudta eldönteni.

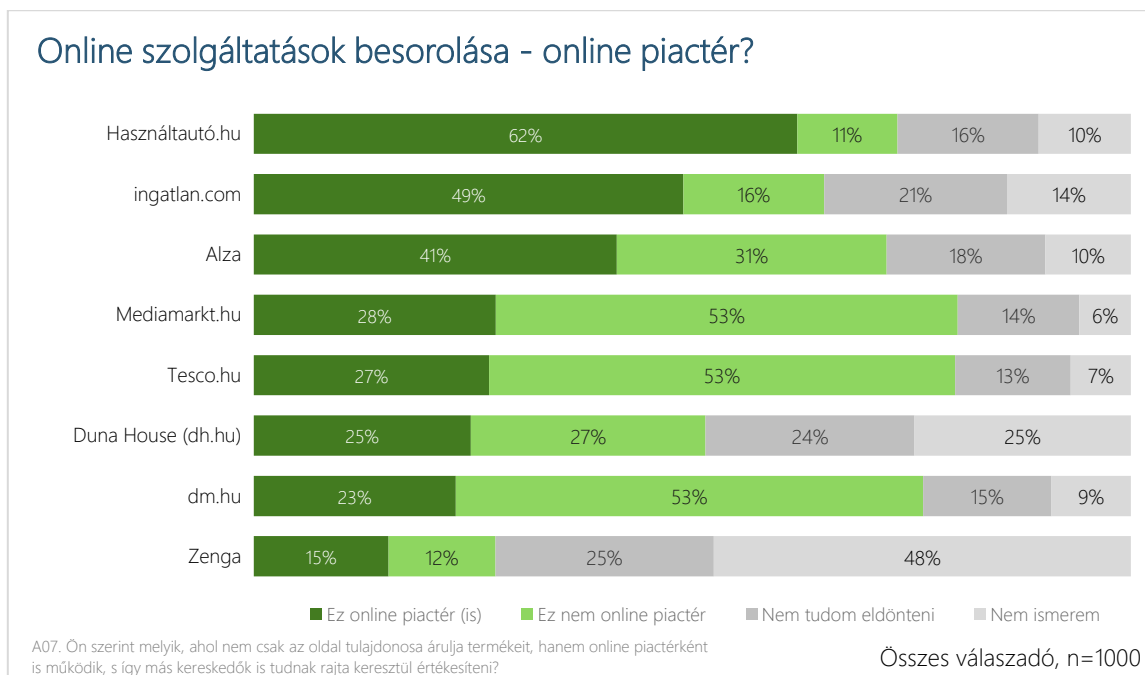


7. ábra: Online szolgáltatások besorolása – online piactér? (A DSA szerint online piactérnek tekinthető oldalak)

Érdekes megvizsgálni olyan, általában széleskörűen ismert néhány oldalt is, mely a DSA szerint nem tekinthető online piactérnek.

A legtöbben (62%) a Használtautó.hu esetén vélték úgy, hogy az online piactér, míg az Ingatlan.com-ról minden második válaszadó (49%) gondolta ugyanezt. Az OTP csoport új ingatlanoldala, a Zenga kevésbé ismert, így összességében csak a válaszadók hatoda-hetede (15%) sorolta az online piacterek közé.

Az Alzát tízből négy (41%) magyar tartja online piactérnek. A MediaMarkt.hu, a Tesco.hu, a Duna House (dh.hu) és a dm.hu besorolása hasonló, nagyjából minden negyedik válaszadó (23-28% között) tartja online piactérnek, míg minden második (53%) nem (utóbbi esetén a DH kivétel, mert csak minden negyedik válaszadó (27%) szerint nem online piactér, de ez az alacsonyabb ismertségnek köszönhető valószínűleg).



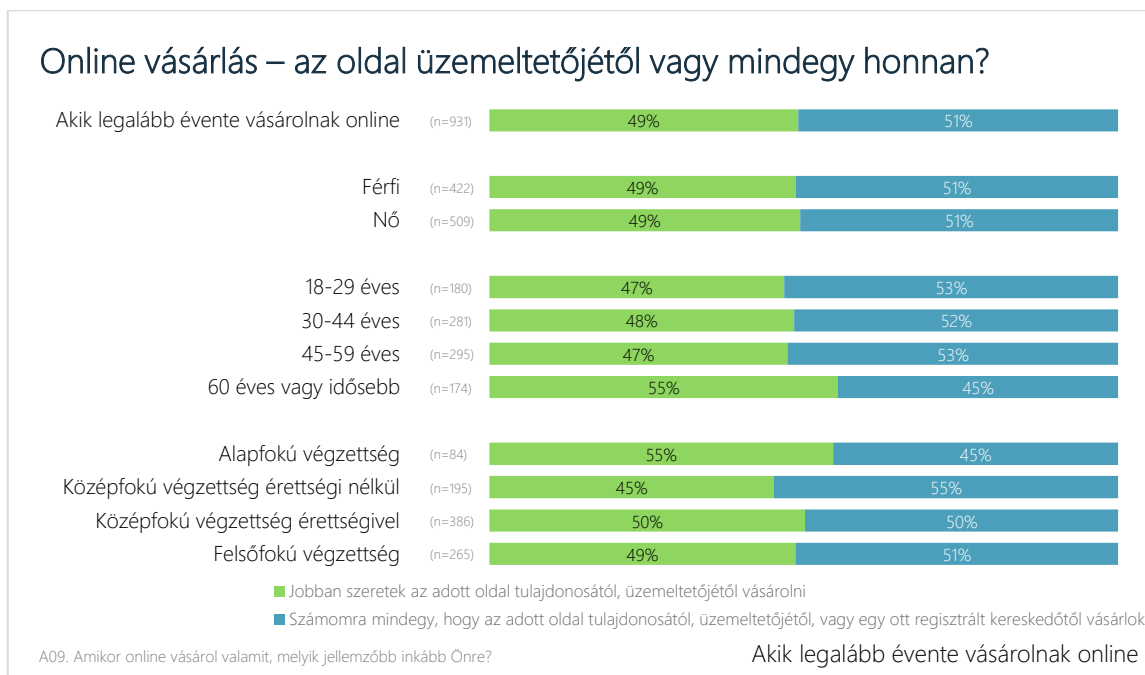
8. ábra: Online szolgáltatások besorolása – online piactér? (A DSA szerint nem online piactérnek tekinthető oldalak)

A fentiek alapján szintén megállapítható, hogy a jellemzően apróhirdetési oldalakat online piactérként azonosítják a válaszadók, tévesen. Vélelmezhetően épp emiatt magas a Jófogás és a Vatera pontos besorolása is, s nem annak köszönhető, hogy a fogyasztók tisztában lennének a kifejezés pontos részleteivel.

5.4. Online vásárlás – az oldal üzemeltetőjétől vagy mindegy honnan?

Az internetező magyarok fele (49%) jobban szeret az adott oldal tulajdonosától, üzemeltetőjétől vásárolni, míg a többiek (51%) számára mindegy, hogy a tulajdonostól/üzemeltetőtől vagy egy, az oldalon regisztrált kereskedőtől vásárol. Ebben nincs érdemi (statsztikai) különbség sem nem, sem iskolai végzettség alapján. Életkor esetén a 65 éves vagy idősebbeknél látunk némi eltérést: e korcsoportban a fiatalabbakhoz képest jelentős mértékben többségben vannak a webáruház tulajdonosát/üzemeltetőjét preferálók (58%).

Az interneten eltöltött idő összefüggésben van e kérdés megítélésével: míg a naponta legfeljebb fél órát online töltők 59%-a a tulajdonostól/üzemeltetőtől vásárolna inkább, addig az akár négy óránál is többet internetezőknél ez az arány már csak 39%. Hasonló megállapítást az online vásárlás gyakoriságával kapcsolatban nem tehetünk: vagyis nem preferálja érdemileg másként a tulajdonostól/üzemeltetőtől vásárlást az, aki akár hetente is beszerez valamit online, mint aki ritkábban tesz így.



(Zöld jelölés: a teljes mintához képest szignifikánsan magasabb érték, piros jelölés: a teljes mintához képest szignifikánsan alacsonyabb érték)

9. ábra: Online vásárlás – az oldal üzemeltetőjétől vagy mindegy honnan?

5.5. Egyértelmű volt, hogy kitől vásárolja a terméket/szolgáltatást?

A kérdőívben szereplő 12 online piactér közül a legtöbb esetén a piactér vásárlóinak többsége számára teljesen egyértelmű volt, hogy kitől vásárolja a terméket/szolgáltatást.

Legmagasabb arányban az online rendelés-közvetítők esetén volt egyértelmű a valós kereskedő kiléte, a Foodora esetén a vásárlóinak 85, míg a Wolt esetén 81% jelezte ezt.

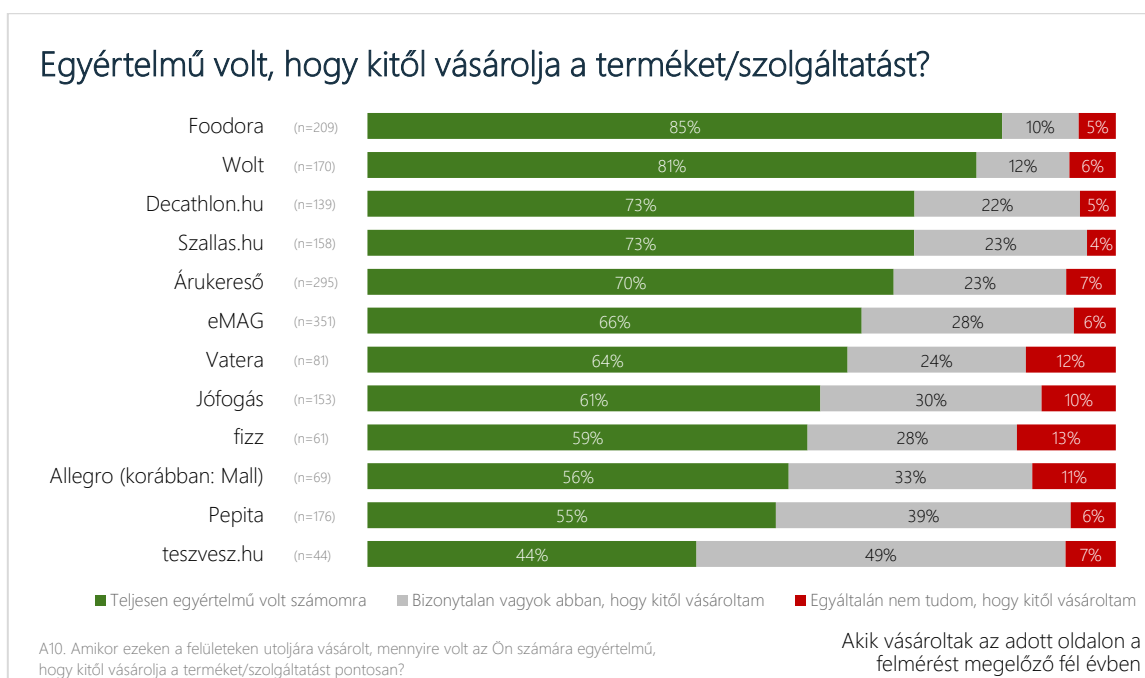
A Decathlon.hu-ról rendelők 73%-a azt jelezte, hogy tudta, hogy kitől vásárolta a terméket, de ezt árnyalja, hogy közülük tízből hat szerint ez a webáruház nem online piactérként működik, vagyis az oldalon csak a saját termékeket értékesítik.

A Szallas.hu-n a felmérést megelőző fél évben szállást foglalók szintén 73% jelezte azt, hogy a vásárláskor pontosan tudták, hogy ki a szolgáltató. Majdnem ennyien (70%) az Árukereső esetén is tudták a tényleges kereskedőt, s az eMAG esetén is háromból két vásárló (66%) jelezte ezt.

A két nagy volt apróhirdetési oldal esetén bár a vásárlók közel kétharmada (Vatera: 64%, Jófogás: 61%) tudta kitől vásárol, de ezen oldalaknál mértük az egyik legmagasabb arányt azokról, akik egyáltalán nem tudták, kitől szereztek be a terméket (Vatera: 12%, Jófogás: 10%).

Utóbbi, vagyis azok aránya, akik nem tudták, hogy kitől vásároltak valójában a fízznél és az Allegronál szintén relatívan magas (13, illetve 11%), amelyhez hozzáadódik a vásárlók további nagyjából harmada, akik bizonytalanok a kereskedő kilétét illetően (fízz: 28%, Allegro: 33%).

E négy előző online piactérhez képest a többi, a felsorolásban szereplő oldal esetén a vásárlók 4-7 százaléka nem tudta, hogy pontosan kitől szerezte be a terméket vagy a szolgáltatást.



10. ábra: Egyértelmű volt, hogy kitől vásárolja a terméket/szolgáltatást?

5.6. Elégedetlenség a vásárlással és panasztétel

Valamelyik, a kérdőívben felsorolt online piacon, a felmérést megelőző fél évben összességében a magyarok bő kétharmada (69%) vásárolt legalább egyszer. Közülük tízből négyenél (42%) fordult elő olyan alkalom, amikor nem volt elégedett a vásárlással, s közülük tízből hat (60%) panaszt tett vagy más jogi eljárást kezdeményezett.

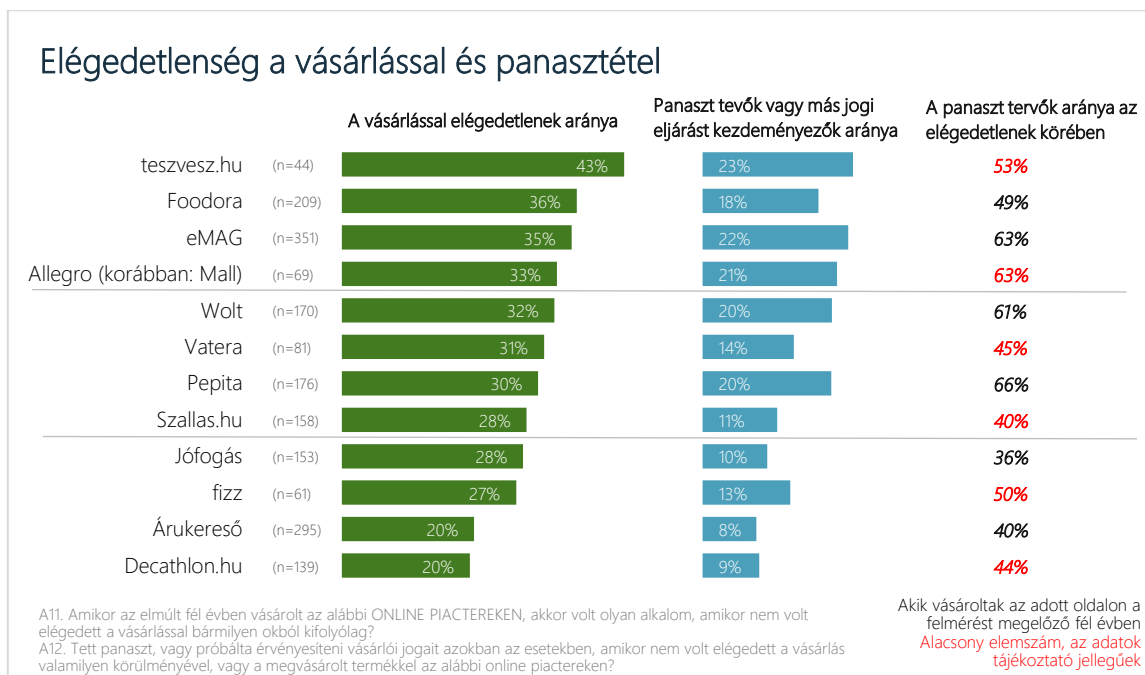
Az egyes piacok közül a *teszvesz.hu* vásárlóinál fordult elő legmagasabb arányban (43%), hogy nem voltak elégedettek a vásárlással, közülük minden második (53%) tett valamilyen lépést a probléma megoldása érdekében.

A *Foodora* vásárlóinak bő harmada (36%) volt elégedetlen, s közülük szintén minden második (49%) panaszt tett vagy más jogi eljárást kezdeményezett.

Az *eMAG*, az *Allegro*, a *Wolt*, a *Vatera* és a *Pepita* esetén nagyjából minden harmadik vásárló esetén fordult elő elégedetlenség legalább egy alkalommal, közülük általában háromból kettő lépéseket tett ennek orvoslására, kivéve a *Vatera*-t, amelyiknél csak minden második (az *Allegro* és a *Vatera* esetén a panasztételi arány tájékoztató jellegű az alacsony elemszám miatt).

A *Szallas.hu*, a *Jófogás* és a *fizz* esetén minden negyedik vásárló találkozott problémával, bő harmaduk, illetve (közel) felük tett lépéseket, hogy megoldást találjanak (az alacsony elemszámok miatt a *Szallas.hu* és a *fizz* esetén utóbbi arányok tájékoztató jellegűek).

Az *Árukereső* és a *Decathlon.hu* vásárlóinak ötöde (20-20%) volt elégedetlen valamelyik, a felmérést megelőző vásárlásával, közülük nagyjából tízből négyen (40, illetve 44%) tettek panaszt vagy más jogi eljárást kezdeményeztek (a *Decathlon* esetén az alacsony elemszám miatt utóbbi arány tájékoztató jellegű).



11. ábra: Elégedetlenség a vásárlással és panasztétel

5.7. Egyértelmű volt, ki felé tehet panaszt?

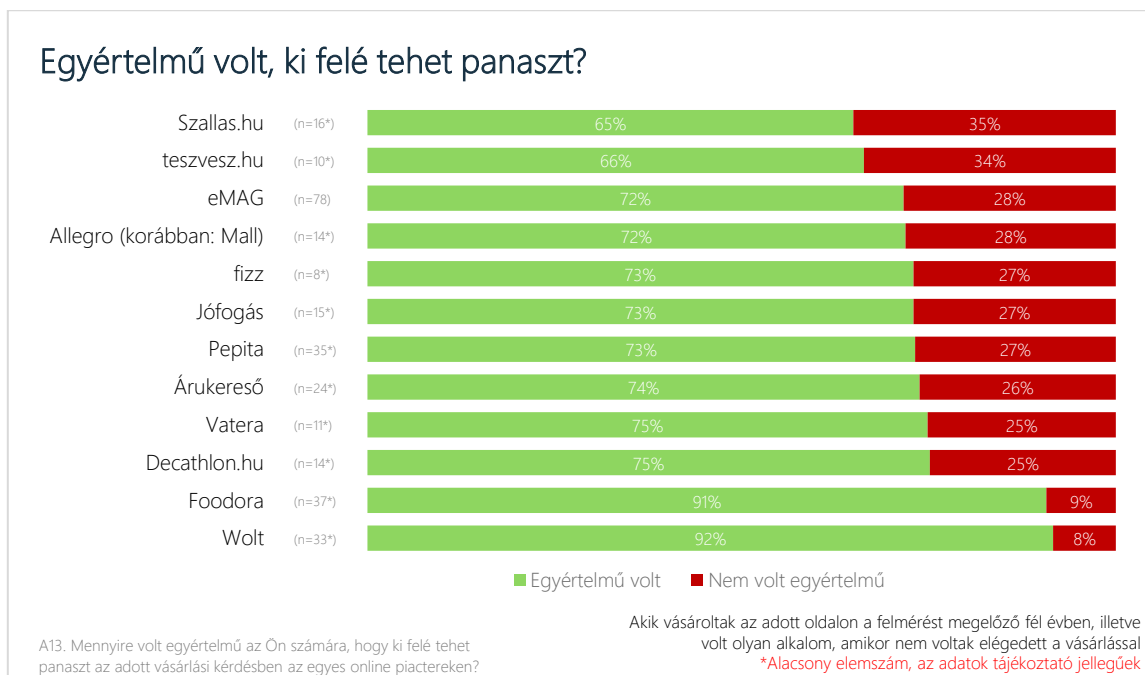
Mint láttuk, tíz felhasználóból három (29%) esetén előfordult olyan alkalom, hogy nem volt elégedett a vásárlással. Közülük 60% tett lépéseket a problémája orvoslására (ez a 18 éves vagy idősebb magyarok hatodát (17%) érintette a felmérést megelőző fél évben. A panasszal élők vagy más jogi eljárást kezdeményezők közel harmada (30%) számára egy vagy akár több platform esetén nem volt egyértelmű, hogy ki felé tehet panaszt.

A panasztétellel kapcsolatos problémák esetén általában alacsonyak az elemszámok, emiatt a következő adatok egy része csak tájékoztató jellegű.

A *Szallas.hu* esetén jelezték a legtöbben (35%), hogy nem volt egyértelmű ki felé tehetnek panaszt, de szinte hasonló arányt láthatunk a *teszvesz* esetén is (34%) (mindkét szolgáltatás esetén alacsonyak az elemszámok!).

Az *eMAG*, az *Allegro*, a *fizz*, a *Jófogás*, a *Pepita*, az *Árukereső*, a *Vatera* és a *Decathlon* esetén minden negyedik panasszal élő számára (25-28%) nem volt egyértelmű, hogy ki felé élhet a kifogásával.

A legalacsonyabb arányt a két online rendelés-közvetítő esetén láthatunk, mindkettőnél jóval kedvezőbbet, mint a korábban felsorolt piactereknél. Ez azt jelenti, hogy a két cégnél a végül panasszal vagy jogi lépéssel élők kevesebb, mint tizede (*Foodora*: 9%, *Wolt*: 8%) számára nem volt egyértelmű, hogy ki felé teheti meg a panaszt.



12. ábra: Egyértelmű volt, ki felé tehet panaszt?

5.8. Információgyűjtés az online piactér kereskedőjéről

A felmérésben felsorolt, kifejezetten online piactereken (eMAG, Pepita, fizz, Allegro, Árukereső, Vatera, Teszvesz, Szallas.hu, Decathlon.hu, jegy.hu, Foodora, Wolt, Jófogás) tízből hét válaszadó (71%) vásárolt a felmérést megelőző fél évben. Közülük minden második (53%) állította, hogy olyan kereskedőtől szerzett be terméket, amely az online piactéren regisztrált értékesítő volt, de nem maga az oldal üzemeltetője. További minden ötödik (21%) úgy emlékezett, hogy nem vásárolt ilyen kereskedőtől, míg minden negyedik (25%) nem tudta ezt megmondani.

	Vásárlás online piactéren regisztrált kereskedőtől (Akik vásároltak az elmúlt fél évben (a kérdőívben felsorolt) online piactéren, n=706)
Előfordult	53%
Nem fordult elő	21%
Nem tudom	25%

3. táblázat: Vásárlás online piactéren regisztrált kereskedőtől

A regisztrált kereskedőtől vásárlók döntő többsége (82%) igyekezett valamilyen információt megtudni arról a cégről, amelytől a terméket vagy szolgáltatást beszerzi. Demográfiai jellemzők mentén, mint például, nem, életkor, iskolai végzettség vagy lakóhely, nincs közöttük érdemi különbség, a vásárlók igyekeznek beszerezni a megfelelő információkat és meggyőződni a kereskedő hátteréről.

Minden második, regisztrált kereskedőtől vásárló (48%) csak az online piactéren megtalálható adatokra hagyatkozott, míg minden negyedik (23%) más weboldalon igyekezett utánanézni a kereskedőnek. Minden kilencedik vásárló (11%) volt az, aki alaposan utánajárt annak, hogy kitől vásárol: nem csak az online piactéren megtalálható információkra hagyatkozott, hanem más weboldalakon is keresett a kereskedőről.

	Információgyűjtés az online piactér kereskedőjéről (Akik vásároltak az elmúlt fél évben (a kérdőívben felsorolt) online piactéren regisztrált kereskedőtől, n=377)
Egyáltalán nem néztem utána	18%
Csak az adott online piactéren megtalálható adatokat néztem meg	48%
Az online piactéren kívül máshol (pl. más weboldalon) próbáltam információt gyűjteni	23%
Az online piactéren és máshol (pl. más weboldalon) is próbáltam információt gyűjteni	11%

4. táblázat: Információgyűjtés az online piactér kereskedőjéről

Az online piactéren a kereskedőről talált információkat csak minden negyedik (26%) vásárló találta teljes mértékben elegendőnek, míg kétharmaduk (67%) csak többé-kevésbé, 7 százalékuk pedig egyáltalán nem találta elegendőnek. Kiemelendő, hogy ezek szerint a vásárlók háromnegyede (74%) úgy vélte, nem tud mindent arról a cégről, amelytől a terméket/szolgáltatást megveszi, végül mégis a vásárlás mellett döntött.

	Az online piactéren talált információk elegendősége (Akik vásároltak az elmúlt fél évben (a kérdőívben felsorolt) online piactéren ott regisztrált kereskedőtől és az online piactéren ellenőrizték a kereskedő adatait, n=222)
Egyáltalán nem találtam elegendőnek	7%
Többé-kevésbé elegendőnek találtam	67%
Teljes mértékben elegendőnek találtam	26%

5. táblázat: Az online piactéren talált információk elegendősége

5.9. Az online piacterek előnyei és veszélyei

A válaszadók döntő többsége (77%) szerint az online piacterek inkább előnyöket nyújtanak a fogyasztóknak, mint sem. Ezzel némileg kevésbé értenek egyet a 18-29 évesek (71%), illetve a Kelet-Magyarországon élők (72%). Minél gyakrabban vásárol valaki online, annál valószínűbb, hogy úgy véli, a piacterek előnyösek a vásárlók számára (legalább heti rendszerességgel rendel online: 87%, ritkábban, mint évente vagy soha nem rendel: 61%).

	Az online piacterek előnyösek vagy nem a fogyasztóknak?	
	A fogyasztók szemszögéből inkább előnyösek	A fogyasztók szemszögéből inkább kevésbé előnyösek
Összes válaszadó (n=1000)	77%	23%
Férfi (n=451)	80%	20%
Nő (n=549)	75%	25%
18-29 éves (n=192)	71%	29%
30-44 éves (n=298)	79%	21%
45-59 éves (n=312)	79%	21%
60 éves vagy idősebb (n=197)	77%	23%
Alapfokú (n=99)	71%	29%
Középfokú érettségi nélkül (n=218)	78%	22%
Középfokú érettséggel (n=405)	77%	23%
Felsőfokú (n=279)	78%	22%

(Zöld jelölés: a teljes mintához képest szignifikánsan magasabb érték, piros jelölés: a teljes mintához képest szignifikánsan alacsonyabb érték)

6. táblázat: Az online piacterek előnyösek vagy nem a fogyasztóknak?

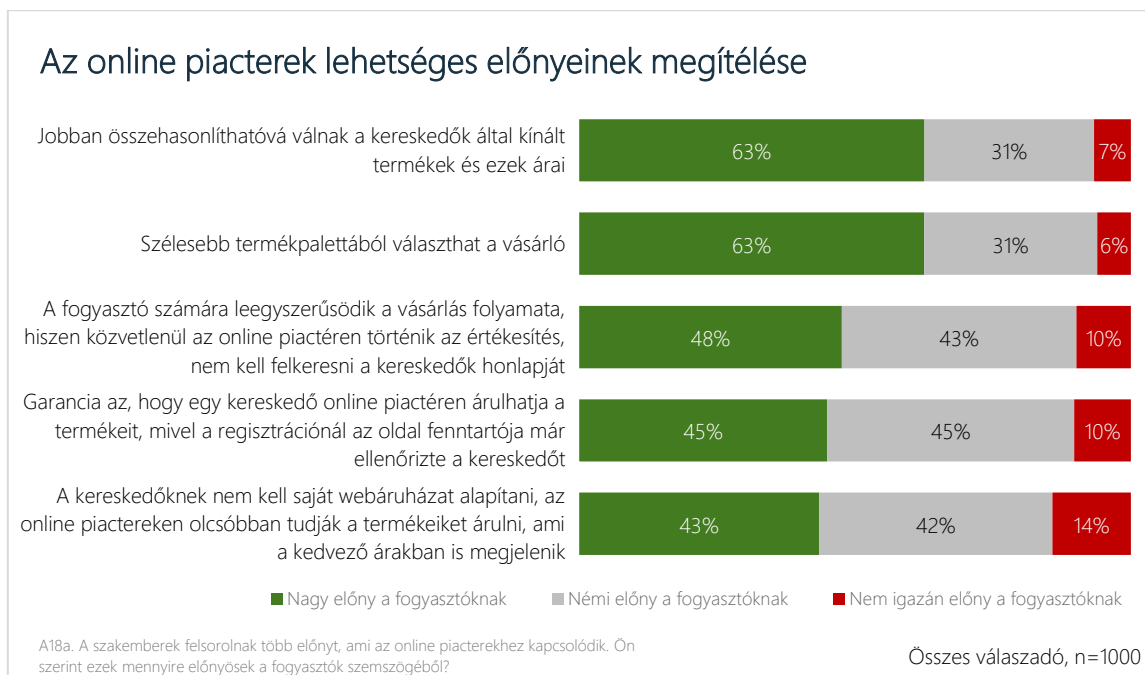
A válaszadók szerint jelentősebb előny a fogyasztók, a vásárlók számára, hogy ezáltal jobban összehasonlíthatóvá válnak a kereskedők által kínált termékek és ezek árai. Ezt a válaszadók közel kétharmada (63%) nagy, míg további szűk harmada (31%) némi előnynek látja.

Ugyanilyen véleményen vannak arról is a válaszadók, hogy az online piactereknek köszönhetően szélesebb termék- és szolgáltatáspalettről választhat a vásárló. Ez a magyarok közel kétharmada (63%) szerint nagy, míg további szűk harmada (31%) szerint némi előnyt jelent a fogyasztó számára.

A válaszadók közel fele (48%) szerint nagy, míg további közel ennyi (43%) szerint némi előnyt jelent a vásárlók számára, hogy az online piacon leegyszerűsödik a vásárlás folyamata, hiszen közvetlenül ezen a platformon történik az értékesítés, így nem kell felkeresni a kereskedő honlapját. Minden tizedik válaszadó (10%) szerint azonban ez nem igazán előny a vásárlónak.

Közel hasonló arányban gondolkodtak a válaszadók arról, hogy a fogyasztó számára garancia az, hogy egy kereskedő online piacon árulhatja a termékeit vagy szolgáltatásait, mivel a regisztrációnál az oldal fenntartója már ellenőrzi a kereskedőt. Ez a válaszadók 45 százaléka szerint nagy, míg szintén ugyanennyi (45%) szerint némi előnyt jelent a fogyasztó számára, viszont minden tizedik (10%) nem ért ezzel egyet.

Szintén hasonló arányban vélik úgy a válaszadók, hogy (inkább) előnyt jelent a fogyasztó számára az, hogy a kereskedőknek nem kell saját webáruházat alapítani, viselni az ezzel járó költségeket, így az online piacokon kínált termékeket kedvezőbb áron tudják kínálni. Ezt a fogyasztók szempontjából a válaszadók 43 százaléka nagy, míg 42 százaléka némi előnynek ítélte meg, de minden hetedik (14%) szerint nem igazán hasznos a vásárló számára.



13. ábra: Az online piacterek lehetséges előnyeinek megítélése

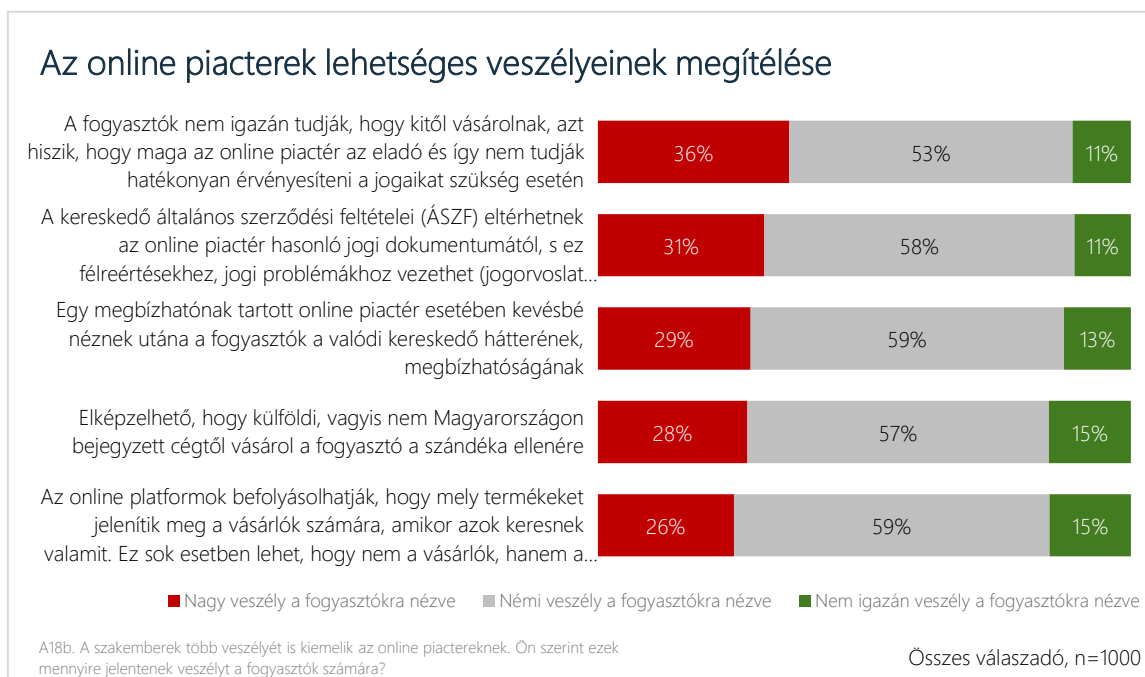
A válaszadók leginkább abban látják az online piacterek veszélyeit, hogy a fogyasztók nem igazán tudják, hogy kitől vásárolnak, azt hiszik, hogy maga az oldal az eladó és így nem tudják hatékonyan érvényesíteni a jogukat szükség esetén. Ez bő harmaduk (36%) szerint nagy, míg felük (53%) szerint némi veszélyt jelent a fogyasztóra nézve és csak kilencedük (11%) szerint nem az.

A válaszadók szűk harmada (31%) szerint nagy, míg további háromötöde (58%) szerint némi veszélyt jelent a fogyasztóra nézve az, hogy a kereskedő általános szerződési feltételei eltérhetnek az online piactér hasonló jogi dokumentumától, s ez félreértésekhez, jogi problémákhoz vezethet (jogorvoslat esetén).

Tízből három válaszadó (29%) szerint nagy, míg további hat (59%) szerint némi veszéllyel jár, ha egy megbízhatónak tartott online piactér esetében kevésbé néznek utána a fogyasztók a valódi kereskedő hátterének, megbízhatóságának. Mint korábban láttuk, közel minden ötödik, a felmérést megelőző fél évben online piactéren regisztrált kereskedőtől vásárló válaszadó (18%) nem nézett utána a kereskedő hátterének (pl. megbízható-e). Bár statisztikailag még épp hibahatáron belüli, de jelzésértékű, hogy azon válaszadók, akik szerint nem igazán veszély a fogyasztóra nézve az, hogy nem néznek utána a kereskedőknek valóban az átlagosnál magasabb arányban nem is tettek így (28%).

A válaszadók bő negyede (28%) szerint az, hogy egy külföldi, vagyis nem Magyarországon bejegyzett cégtől vásárol a fogyasztó a szándéka ellenére, egy online piactéren nagy veszélyt jelent, de további ötből három (57%) szerint is némi veszélyforrást jelent. Eközben minden hatodik-hetedik válaszadó (15%) nem így gondolkodik. Itt is érdemes összevetni ezt a szempontot a korábbi kérdéssel, miszerint a kereskedő hátterét ellenőrizte-e a vásárló. Akik szerint nagy veszélyt jelent a külföldi kereskedő ebben a formában, azok az átlagosnál némileg magasabb (de hibahatáron belüli) aránya alaposan igyekezett utánanézni a kereskedőnek, nem csak az online piactéren, hanem más forrásból is. Ezzel szemben, akik szerint a potenciális külföldi kereskedő nem igazán veszély a fogyasztóra nézve, azok a többiekénél szignifikánsan magasabb arányban nem is ellenőrizték a kereskedőt semmilyen formában.

A fentivel majdnem hasonló arányban gondolják a válaszadók nagy (26%), illetve némi veszélyforrásnak (59%), hogy az online platformok, így a piacterek is befolyásolhatják, hogy mely termékeket jelenítik meg a vásárlók számára, amikor azok keresnek valamit. Ez pedig sok esetben lehet, hogy nem a vásárlók, hanem a jutalékokon keresztül az online piactér számára kedvező rangsorolást jelent.



14. ábra: Az online piacterek lehetséges veszélyeinek megítélése

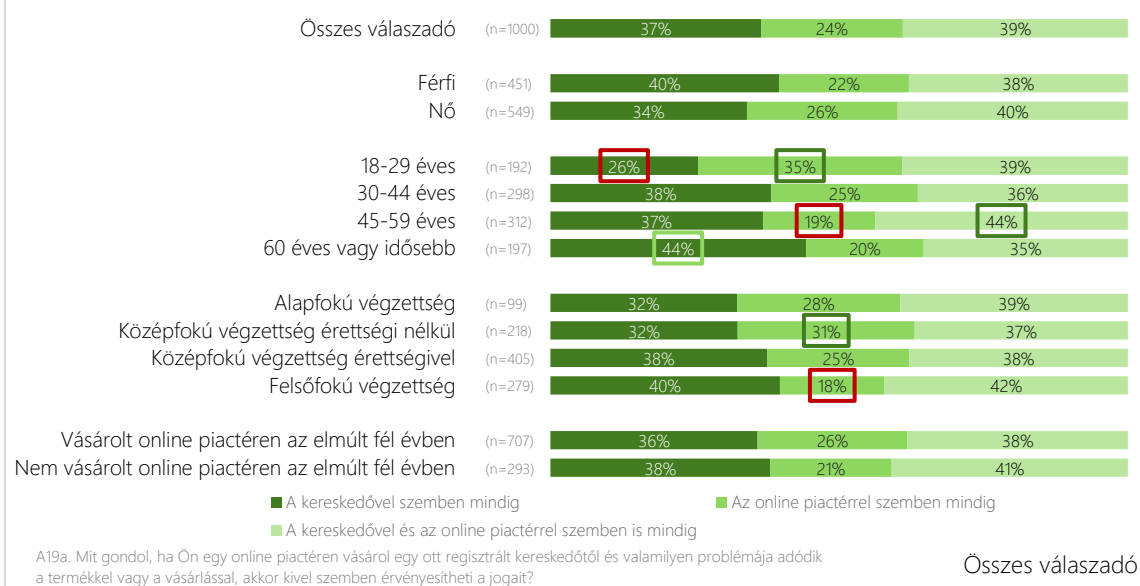
5.10. Jogérvényesítés online piactéren – kivel szemben lehet?

A válaszadók határozatlanok abban, hogy kivel szemben érvényesíthetik jogaikat, ha online piactéren vásárolnak. S ezt nem befolyásolja az sem, hogy vásároltak-e a felmérést megelőző fél évben ilyen oldalakon vagy sem.

Összességében a válaszadók bő harmada (37%) szerint csak a kereskedővel, negyede (24%) szerint csak az online piactérrel, míg tízből négy (39%) szerint mindkettővel szemben.

A valamelyik online piactéren a felmérést megelőző fél évben vásárlók bő harmada (36%) szerint a kereskedővel, bő negyede (26%) szerint az online piactérrel, míg szűk kétötöde (38%) szerint mindkettővel szemben van jogorvoslati lehetőség.

Jogérvényesítés online piactéren – kívül szemben lehet?



(Zöld jelölés: a teljes mintához képest szignifikánsan magasabb érték, piros jelölés: a teljes mintához képest szignifikánsan alacsonyabb érték)

15. ábra: Jogérvényesítés online piactéren – kívül szemben lehet?

5.11. Jogérvényesítés online piactéren – kívül szemben lehet?

A válaszadók harmada (32%) hallott arról, hogy az online piactérrel szemben is lehetséges a jogérvényesítés, amennyiben az oldal nem teszi egyértelművé, hogy kitől vásárol valójában a fogyasztó.

Minél többször nézelődik valaki, minél gyakrabban vásárol online, annál valószínűbb, hogy hallott arról, mikor lehet az online piactérrel szemben érvényesíteni a jogokat.

	Az online piactérrel szemben jogérvényesítés (ha nem teszi egyértelművé, hogy kitől vásárol a fogyasztó az oldalon)	
	Hallott erről	Nem hallott erről
Összes válaszadó (n=1000)	32%	68%
Online nézelődés: legalább hetente (n=523)	38%	62%
Online nézelődés: havonta (többször) (n=303)	30%	70%
Online nézelődés: negyedévente (n=82)	23%	77%
Online nézelődés: évente néhányszor (n=44)	16%	84%
Online nézelődés: ritkábban vagy soha (n=49)	12%	88%
Online vásárlás: legalább hetente (n=99)	49%	51%
Online vásárlás: havonta (többször) (n=436)	34%	66%
Online vásárlás: negyedévente (n=253)	33%	67%
Online vásárlás: évente néhányszor (n=142)	20%	80%
Online vásárlás: ritkábban vagy soha (n=69)	11%	89%
Vásárolt online piactéren (n=707)	36%	64%
Nem vásárolt online piactéren (n=293)	23%	77%

(Zöld jelölés: a teljes mintához képest szignifikánsan magasabb érték, piros jelölés: a teljes mintához képest szignifikánsan alacsonyabb érték)

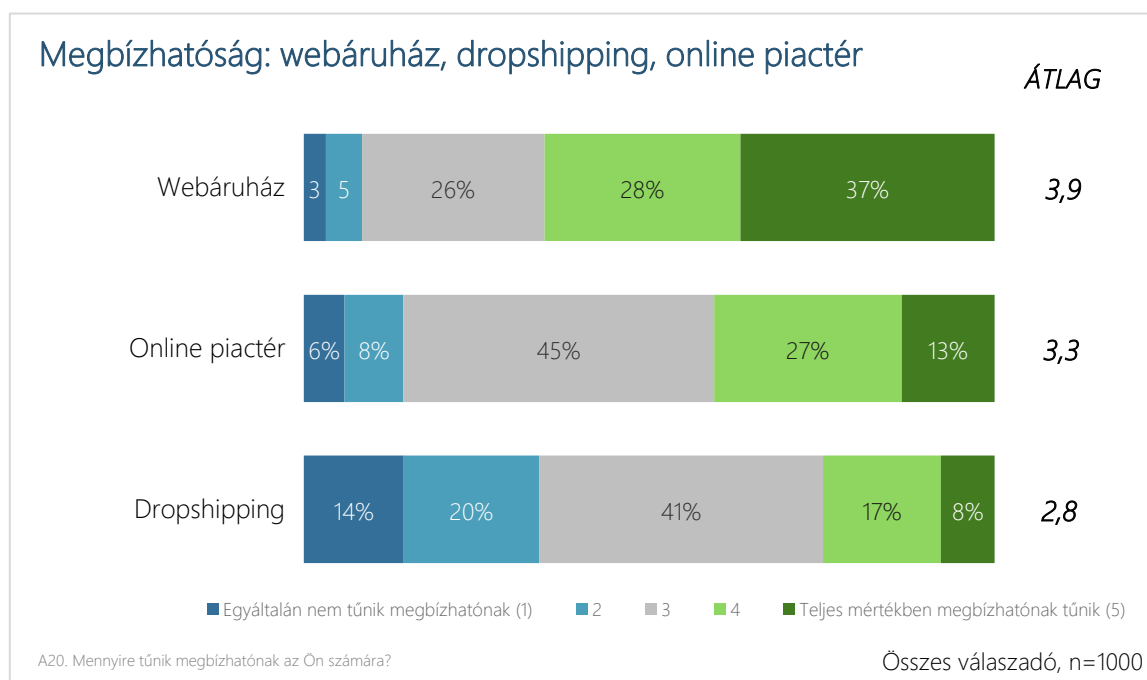
7. táblázat: Az online piactérrel szemben jogérvényesítés

5.12. Megbízhatóság: webáruház, dropshipping, online piactér

A válaszadók egyértelműen a webáruházat tartják leginkább megbízhatónak: kétharmaduk (65%) jelölte inkább vagy teljesen megbízhatónak, miközben csak 8% inkább vagy egyáltalán nem annak. Minél magasabb valakinek az iskolai végzettsége, annál magasabb értékelést adott. Az átlagos értékelés az online nézelődéssel, információkereséssel is összefügg, minél többször tesz így valaki, annál valószínűbb, hogy jobban bízik a webáruházakban. Érdekes módon maga a vásárlás esetén már ilyen megállapítást nem tehetünk, bár természetesen, aki gyakrabban rendel online, az magasabb értékelést is adott, mint aki ritkán vagy sohasem.

Az online piacterekkel kapcsolatban tízből négy (41%) válaszadó jelezte, hogy inkább vagy teljesen megbízik bennük, szemben azzal a heteddel (14%), akik inkább vagy egyáltalán nem tekintenek bizalommal e platformokra (vagyis majdnem minden második válaszadó (45%) bizonytalan, nem tudta eldönteni, hogy megbízhatónak tartja-e vagy sem). Az online piacterek valamelyikén a felmérést megelőző fél évben vásárlók inkább adnak bizalmat e platformoknak, mint akik nem rendeltek innen online (3,4 vs. 3,1). Elmondható továbbá, minél gyakrabban vásárol valaki online (általában), annál valószínűbb, hogy inkább megbízik az ilyen piacterekben (most az online nézelődés, információszerzés befolyásol kevésbé).

A dropshippinggel a leginkább bizalmatlanok a magyarok: minden harmadik (34%) jelezte, hogy számukra ez a lehetőség inkább vagy egyáltalán nem megbízható, míg minden negyedik (25%) azt, hogy inkább vagy teljesen megbízható. Minél gyakrabban vásárol valaki online, annál inkább tekint bizalommal ezen értékesítési forma iránt.



16. ábra: Megbízhatóság: webáruház, dropshipping, online piactér

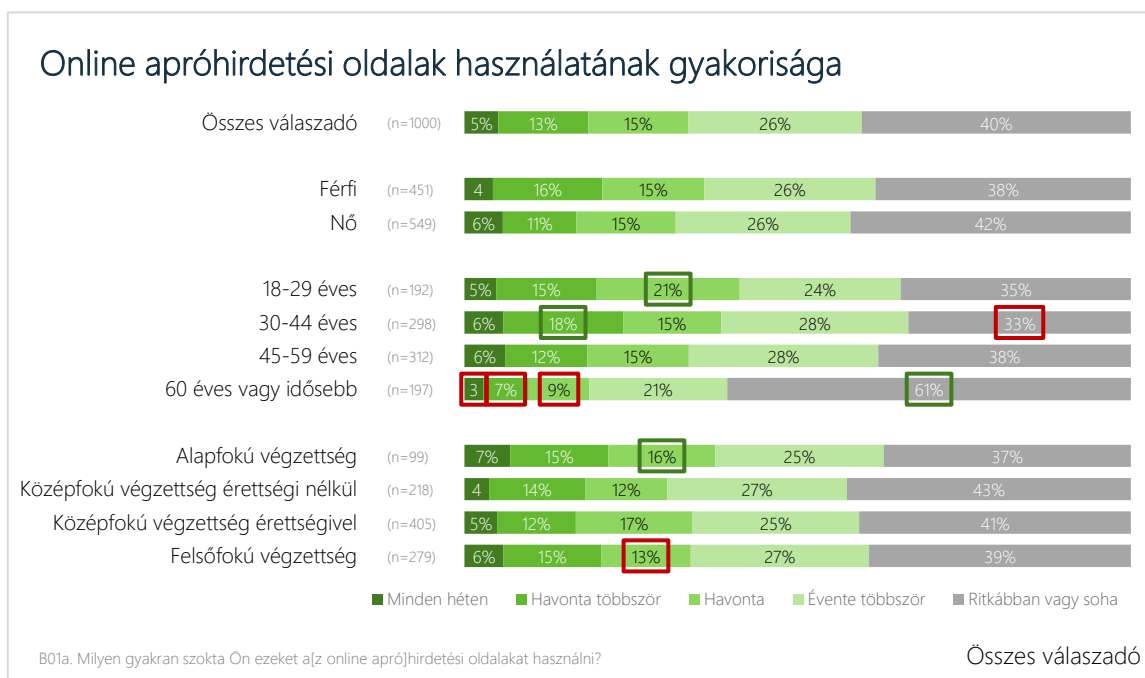
6. Egyéb platformok

6.1. Online apróhirdetési oldalak

Az online térben számos olyan weboldal van, amelyeken nem lehet vásárolni (vagy nem ez a jellemző funkciójuk), hanem csak megpróbálják összekapcsolni az eladókat a vevőkkel, de az adás-vétel már nem az oldalon jön létre. Ezekre jellemző példák a különféle hirdetési oldalak. Ezek között lehetnek ingatlan, gépjármű vagy általános témájú oldalak is. Ezeket a 18 éves vagy idősebb magyar internetezők háromötöde (60%) használja kisebb vagy nagyobb gyakorisággal. Összességében 5 százalékuk akár minden héten kattint valamelyik ilyen oldalra, nyolcaduk (13%) havonta többször, hatodik-hetedük (15%) havonta egyszer, míg negyedük (26%) évente többször.

A 60 éves vagy idősebb korosztály körében a náluk fiatalabbaknál jelentősen magasabb azok aránya (61%), akik legfeljebb évente egyszer vagy sohasem néznek meg ilyen oldalakat. A heti használat minden korcsoportban hasonló (3-6%), míg a havi kattintás leginkább a 30-44 évesekre jellemző. Összességében elmondható, minél idősebb valaki, annál valószínűbb, hogy nem néz online apróhirdetési oldalt havonta legalább egyszer.

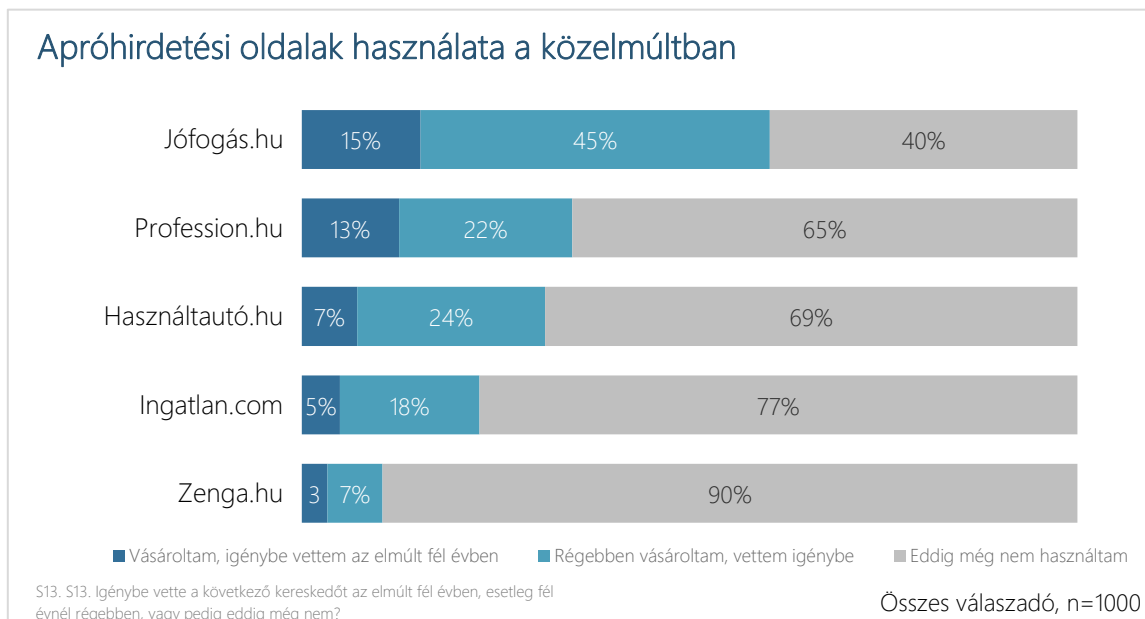
Az iskolai végzettség nem befolyásolja ezen oldalak használatát, ellenben az internetes nézelődés, információgyűjtés, illetve vásárlás igen: minél gyakrabban teszik ezt, annál valószínűbb, hogy az online apróhirdetési oldalakra is kattintanak.



(Zöld jelölés: a teljes mintához képest szignifikánsan magasabb érték, piros jelölés: a teljes mintához képest szignifikánsan alacsonyabb érték)

17. ábra: Online apróhirdetési oldalak használatának gyakorisága

Mint korábban láttuk, az apróhirdetési oldalak közül a Jófogást használták leginkább a válaszadók, minden hatodik-hetedik a felmérést megelőző fél évben. Ezt a Profession.hu követi (13%), majd a Hasznáلتautó.hu (8%), az Ingatlan.com (5%) és a Zenga.hu (3%) következik.

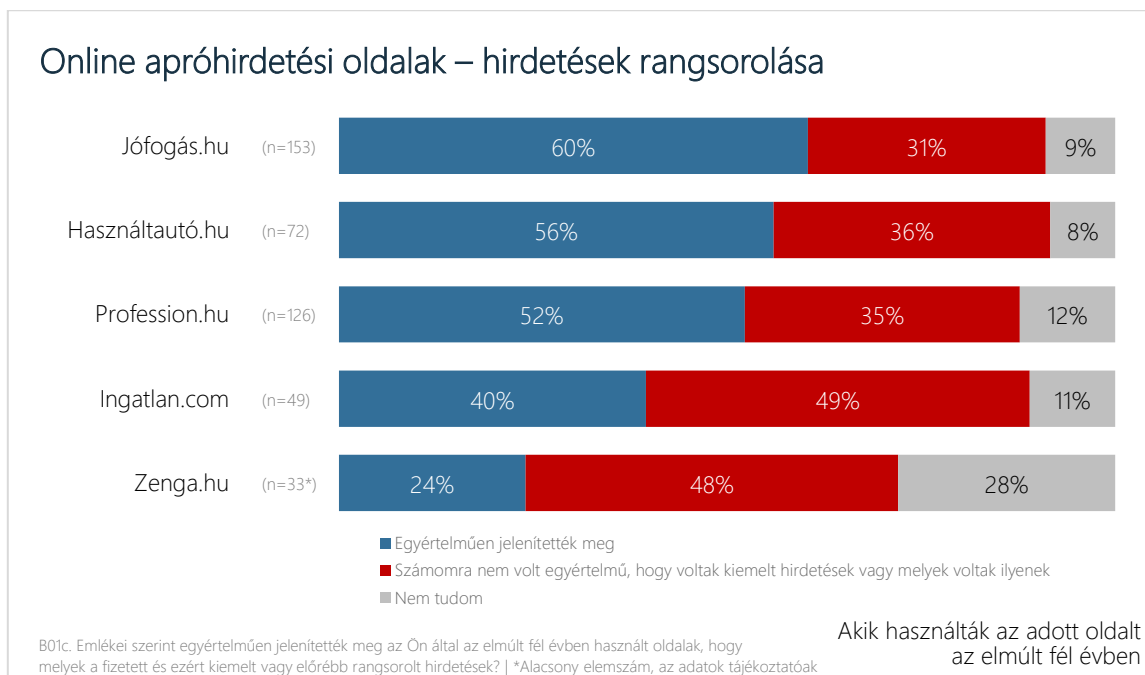


18. ábra: Apróhirdetési használata a közelmúltban

A legmagasabb arányban a Jófogás oldalát használók jelezték, hogy számukra egyértelmű volt, mikor jelent meg kiemeltként egy-egy hirdetés. Ezt az oldalt a felmérést megelőző fél évben használók háromötöde (60%) jelezte, míg harmada (31%) azt, hogy számára ez nem volt egyértelmű.

A Hasznáلتautó.hu-t használók bő fele (56%) számára egyértelmű volt a kiemelés, bő harmada (36%) számára nem. Közel hasonló arányt jeleztek a Profession.hu használói is: minden második (52%) számolt be arról, hogy ő pontosan tudta, melyik hirdetés a kiemelt, míg minden harmadik (35%) számára ez nem volt világosan látható.

A két ingatlanhirdetési oldal közül az Ingatlan.com némiképp világosabban jeleníti meg a kiemelt hirdetéseket, de így is kevesebben vannak azok (40%), akik számára egyértelmű volt egy-egy kiemelés, mint akik számára nem (49%). A Zenga esetén még rosszabb az arány, hiszen a használóknak csak a negyede (24%) látta pontosan, melyik hirdetés van előrébb sorolva, míg minden második (48%) nem. (Utóbbi oldal esetén a minta elemszáma alacsony, ezért a fenti arányok tájékoztató jellegűek, illetve a többi oldalhoz képest kiemelkedően magas azok aránya, akik nem emlékeztek valószínűleg, s ezért nem tudtak érdemben válaszolni a kérdésre.)



19. ábra: Online apróhirdetési oldalak – hirdetések rangsorolása

6.2. Ár-összehasonlító oldalak

A 18 éves vagy idősebb magyar internetezők bő kétötöde (44%) legalább havonta egyszer használja valamelyik online ár-összehasonlító oldalt, míg további harmada (33%) évente néhányszor. Vagyis összességében négyből egy (23%) sosem, vagy csak ritkán kattint ilyen oldalakra.

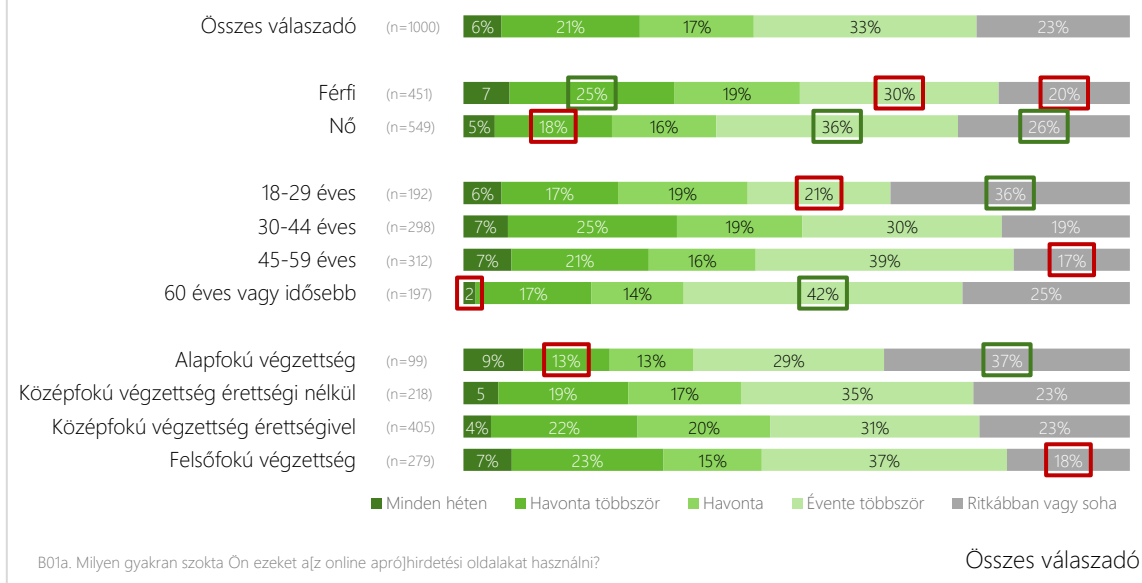
A férfiak sokkal aktívabbak az ilyen oldalakon, hiszen felük (50%) legalább havonta megnézi valamelyiket, míg a nőknek csak a szűk kétötöde (38%).

A fiatalokat, különösen a 18-24 éveseket érdeklik legkevésbé ezek az oldalak: 40 százalékuk jelezte, hogy nagyon ritkán vagy sosem kattint ezek egyikére. A legaktívabbak a 30-44 évesek, hiszen harmaduk (32%) havonta akár többször, sőt akár minden héten megnézi valamelyik ár-összehasonlító oldalt.

Minél magasabb valakinek a végzettsége, annál valószínűbb, hogy legalább évente néhányszor kattint egy-egy ilyen oldalra.

Az ár-összehasonlító oldalak használata egyértelmű összefüggésben van az online nézelődéssel, információkereséssel és az internetes vásárlással is. Minél gyakrabban teszi ezt valaki, annál valószínűbb, hogy többször használja az ár-összehasonlító oldalakat is.

Ár-összehasonlító oldalak használatának gyakorisága

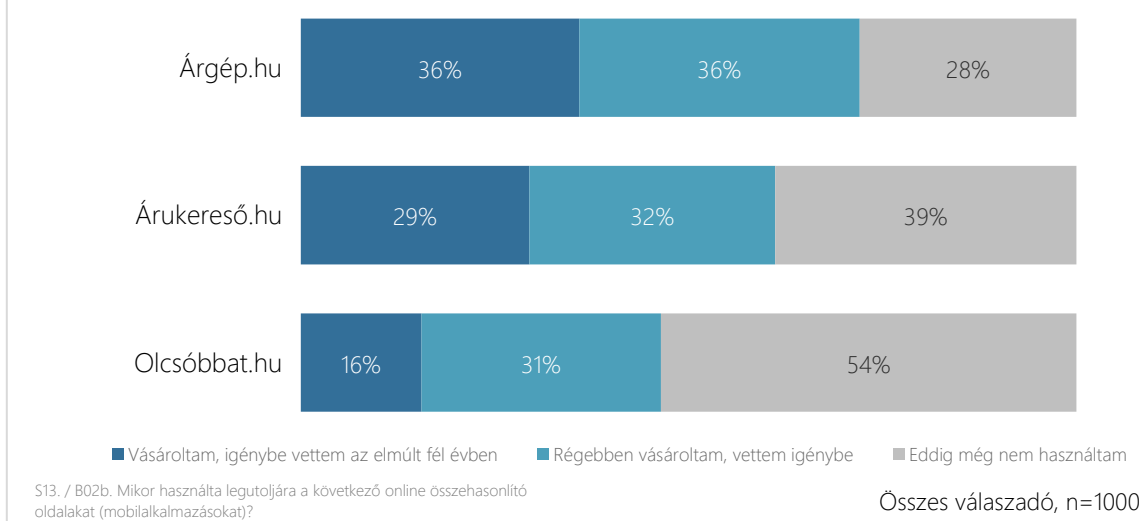


(Zöld jelölés: a teljes mintához képest szignifikánsan magasabb érték, piros jelölés: a teljes mintához képest szignifikánsan alacsonyabb érték)

20. ábra: Ár-összehasonlító oldalak használatának gyakorisága

A három, a kérdőívben felsorolt ár-összehasonlító oldal közül a közelmúltban, a felmérést megelőző fél évben legmagasabb arányban az Árgép.hu-t használták a válaszadók. Ezt hátról egy (36%) látogatta meg ebben az időszakban, míg további ugyanennyien (36%) régebben használták. Az Árukereső.hu-t tízből három (29%) látogatta meg a felmérést megelőző fél évben, míg további három (32%) régebben. Az Olcsóbbat.hu-t a válaszadók hatoda (16%) használta a közelmúltban, további harmada (31%) pedig régebben.

Ár-összehasonlító oldalak használata a közelmúltban

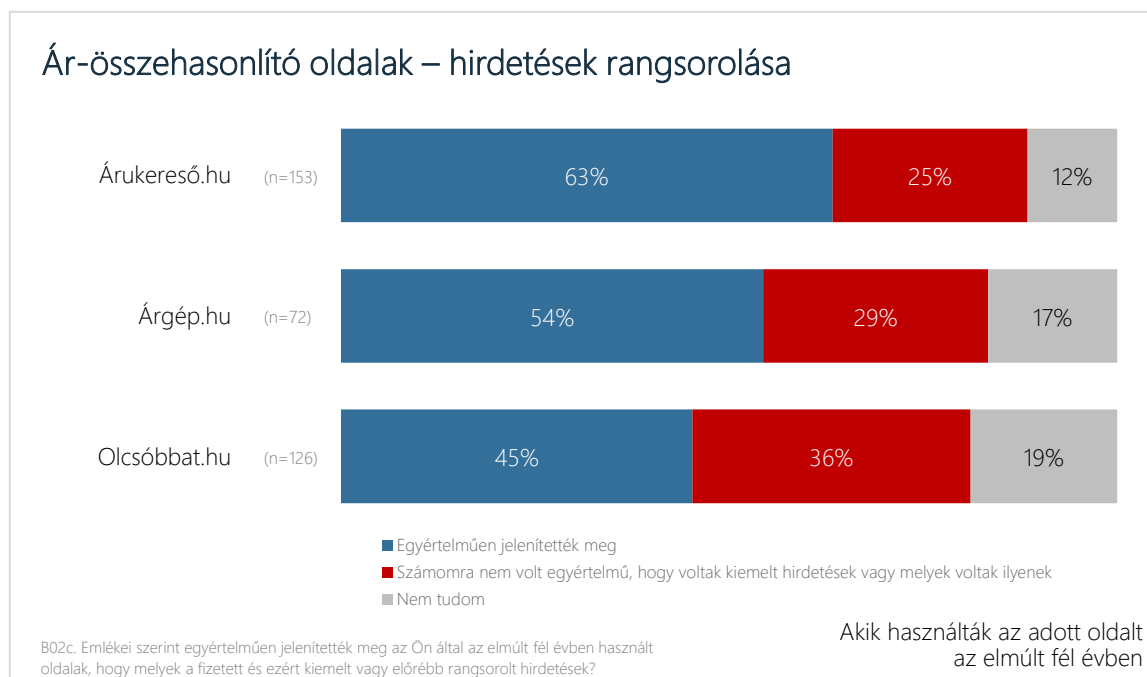


21. ábra: Ár-összehasonlító oldalak használata a közelmúltban

Az Árukereső.hu esetén érezték a leginkább úgy a válaszadók, hogy a kiemelt hirdetések egyértelműen meg voltak jelölve: az oldalt a közelmúltban felkeresők kétharmada (63%) ezt jelezte, s csak negyede (25%) jelölte azt, hogy számára nem volt világos, hogy előrébb sorolást lát-e.

Az Árgép esetén minden második használó (54%) számára egyértelmű volt a kiemelés, bő negyedük (29%) számára nem.

Az Olcsóbbat.hu esetén a használók szűk fele (45%) számolta be arról, hogy ő pontosan tudta, melyik hirdetés az előrébb sorolt, míg minden harmadik (36%) nem érzékelte így.



22. ábra: Ár-összehasonlító oldalak – hirdetések rangsorolása

6.3. Ajánlórendszer online oldalakon

Tízből három válaszadó (29%) hallott arról, hogy azoknak az online szolgáltatóknak, akik ajánlórendszert alkalmaznak oldalaikon (pl. hirdetések megjelenítése közötti rangsorolás) nyilvánossá és könnyen elérhetővé kell tenniük a felhasználók számára, hogy mi alapján végzik az ajánlások rangsorolásait. A leginkább jól értesültek a legfiatalabb korosztály tagjai számítanak, hiszen kétötödük (41%) tudott erről az előírásról. Elmondható, hogy minél idősebb valaki, annál valószínűbb, hogy nem értesült erről a közzétételi szabályról.

Azon válaszadók közül, akik értesültek arról, hogy a rangsorolási rendszert nyilvánosan elérhetővé kell tenniük az online platformoknak, minden harmadik (35%) már legalább egyszer utánanézett a kiemelés pontos módszerének. Közülük csak minden negyedik (25%) jelezte azt, hogy egyszerűen értelmezhetőek voltak a rangsorolás paraméterei, további kétötödük (42%) is viszonylag könnyen tudta értelmezni. Ezzel szemben minden ötödik (22%) nehezen látta át, minden tizedik (10%) pedig egyáltalán nem értette.

	Az ajánlórendszer elérhetőség tétele az online oldalakon	
	Hallott róla	Nem hallott róla
Összes válaszadó (n=1000)	29%	71%
Férfi (n=451)	29%	71%
Nő (n=549)	29%	71%
18-29 éves (n=192)	41%	59%
30-44 éves (n=298)	31%	69%
45-59 éves (n=312)	26%	74%
60 éves vagy idősebb (n=197)	18%	82%
Alapfokú (n=99)	35%	65%
Középfokú érettségi nélkül (n=218)	24%	76%
Középfokú érettséggel (n=405)	29%	71%
Felsőfokú (n=279)	31%	69%

(Zöld jelölés: a teljes mintához képest szignifikánsan magasabb érték, piros jelölés: a teljes mintához képest szignifikánsan alacsonyabb érték)

8. táblázat: Az ajánlórendszer elérhetőség tétele az online oldalakon

7. Objektív vizsgálat

7.1. Háttér

A kutatás objektív fázisában a Megbízóval közösen összeállított témakörök alapján vizsgáltuk, hogy a legfontosabb online platformok milyen módon ismertetik felhasználóikkal az általuk alkalmazott üzleti modellt. Ennek érdekében egyrészt áttekintettük az oldal tartalmát, hogy abban felhasználóbarát módon megosztják-e az üzleti modellel kapcsolatos információkat a látogatókkal. Emellett azt is vizsgáltuk, hogy azok a felhasználók, akik veszik a fáradságot, hogy az oldal felhasználási/szerződési feltételeit áttanulmányozzák, milyen információkat kaphatnak az üzleti modellre vonatkozóan.

A vizsgált szempontok között volt többek között, hogy mennyire teszik egyértelművé az oldalak, hogy vásárlás esetén ki pontosan a termék/szolgáltatás értékesítője, az online piacterek elérhetőség teszik-e azokat az információkat, amiket a DSA rendelet 30. cikke a kereskedő nyomon követhetőségéről előír, illetve, hogy közzéteszik-e, hogy különböző vásárlói jogokat (például jótállás, szavatosság) kivel szemben gyakorolhatnak a felületen vásárlók.

Emellett a kiválasztott platformokon elindítottunk egy eladói regisztrációs folyamatot, hogy megvizsgáljuk, milyen információt kérnek el a felületen értékesíteni szándékozó partnerektől az oldalak. Ezeket a folyamatokat addig vittük végig, míg valamilyen konkrét akadály, akár saját webshop megléte (pl. Árukereső) vagy valamilyen konkrét hatósági bizonyítvány (pl. Szállás.hu) hiánya nem akadályozza meg a továbblépést).

7.2. Vizsgált oldalak

Az objektív vizsgálatunkban a következő szolgáltatók felületeit vizsgáltuk. (A teszvesz.hu az oldal tájékoztatása szerint március 17-től nem folytatja tevékenységét, így esetükben a vizsgálat eredményét már nem tesszük közzé).

Oldalak	Ár-összehasonlító	Piactér	Apróhirdetési oldal	Egyéb	Ugrás az oldalhoz
Biztosítás.hu	✓				7.4.1
CLB	✓				7.4.2
Insura	✓				7.4.3
Netrisk	✓				7.4.4
Árukereső	✓	✓			7.4.5
Allegro		✓			7.4.6
Decathlon		✓			7.4.7
eMAG		✓			7.4.8
Fizz.hu		✓			7.4.9
Jófogás		✓	✓		7.4.10
Pepita		✓			7.4.11
Szallas.hu		✓			7.4.12
Vatera		✓			7.4.13
Foodora		✓			7.4.14
Wolt		✓			7.4.15
Profession.hu			✓		7.4.16
Ingatlan.com			✓		7.4.17
Zenga.hu			✓		7.4.18
Duna House (dh.hu)			✓		7.4.19
Indavideo				✓	7.4.20
Videa				✓	7.4.21
Startlap.hu				✓	7.4.22

A vizsgált szolgáltatók kapcsán találtakat külön-külön, egyesével mutatjuk be.

7.3. Főbb megállapítások

A vizsgált szolgáltatók jellemzően valamilyen módon közérthetően definiálják magukat a felületeikre látogatók számára. Ugyanakkor azért található olyan szolgáltató is, mely ennek nem látja szükségességét. Az egyes szolgáltatók ismertségéből fakadó eltérések is okozhatják ezeket a különbségeket. A vizsgált szolgáltatók között vannak olyanok, melyek az utóbbi egy évben indultak, de olyanok is, melyek több évtizede nyújtják szolgáltatásaikat, és a nevük akár már annyira beleívódott a köznyelvbe (pl.: vaterázik), hogy vélelmezhetik az üzemeltetők, hogy a fogyasztók számára nem szükséges az üzleti modell részletes kifejtése.

Az általános szerződési feltételek az oldalak döntő többségénél nagyon alaposan kidolgozott és megírt dokumentumok. Ezek tartalmazzák az üzleti modellek leírását. Ez többnyire persze nem öncélú és nem magának az üzleti modellnek a bemutatása okán kerültek be az ÁSZF-ekbe, de egyrészt definiálják a szolgáltatás nyújtása és igénybevétele által érintett szereplőket (ezek általában a szolgáltató, a partner/kereskedő/eladó és az igénybe vevő/felhasználó/vásárló), majd pedig vagy a fogalommeghatározások között, vagy pedig a tranzakciókkal létrejövő szerződések feleinek ismertetésével teszik világossá a működési modellt.

Az ÁSZF-ek az esetek döntő többségében kitérnek a felelősségi körök meghatározására. Ebben a szolgáltató általában kivonja magát a felelősség alól és azt a partnerre/kereskedőre hárítja.

Általában az üzleti modellek alapján a jutalékok, valamint a különféle kiemelések és rangsorolások révén is bevételhez jutnak a szolgáltatók. Ezeket a felhasználók számára készült ÁSZF-ekben kevésbé írják le (azért van erre is példa), inkább a partnerek/kereskedők számára készülő (ha van külön ilyen) ÁSZF-ekben szerepeltetik.

A DSA 30. cikkben szereplő információkat a kereskedőkről a szolgáltatók többnyire biztosítják. Ezek alól kivételt jelentenek olyan oldalak, ahol például biztosítják az eladók számára, hogy annyi információt adjanak meg magukról, amennyit ők maguk gondolnak (pl. Jófogás), vagy pedig maga a működés alapja, hogy eladó és vevő csak a tranzakció után ismerheti meg a másik szereplőt (pl. Vatera). A teljes képhez tartozik, hogy a DSA 30. cikk egyébként nem vonatkozik mikro- és kisvállalkozásokra, illetve a magánszemélyek között létrejövő adásvétel (C2C) esetén nem valósul meg, hogy „fogyasztó a kereskedővel” köt távollévők közötti szerződést.

A DSA 30. cikk (1) e. pontjában előírt tanúsítványt viszont nem nagyon találtuk az egyes szolgáltatóknál, de például az eMAG jó példája mutatja, hogy erre is van jó gyakorlata a szolgáltatóknak.

7.4. Részletes bemutatók

7.4.1. Biztosítás.hu

Leírás

A **Biztositas.hu** (www.biztositas.hu) olyan biztosítási szerződések értékesítését végző internetes összehasonlító felület, amely a szerződések összehasonlításán túl az ügyfél által kiválasztott biztosítási szerződés megkötésének kezdeményezésére is alkalmas.

 Ár-összehasonlító	Piacér	Apróhirdetési oldal	Platform
---	--------	---------------------	----------

Az üzleti modell kommunikálása a fogyasztók felé

A szolgáltató a főoldalon definiálja az üzleti modell jellegét (biztosítási alkusz). „A www.biztositas.hu olyan biztosítási szerződések értékesítését végző internetes összehasonlító felület, amely a szerződések összehasonlításán túl az ügyfél által kiválasztott biztosítási szerződés megkötésének kezdeményezésére is alkalmas.”

Általános szerződési feltételek

A <https://partner.biztositas.hu/biztositasi-feltetelek-gyujtemenye.html> oldalról elérhető Általános Ügyfél-Tájékoztató nevű dokumentum IV. pontja részletesen tartalmazza az üzleti modell leírását.

„Az Alkusz a Bit. 4. § (1) bek. 35. pontja és 398. §-a szerinti, az Ügyféllel kötött szerződés alapján az Ügyfél megbízásából eljáró független biztosításközvetítő (biztosítási alkusz).”

A dokumentumban a keresési találatok megjelenítési sorrendjére vonatkozó információt nem találtunk, de a biztosítási kalkulációt követően megjelenik a találatok megjelenítési sorrendjének módja az oldal tetején.

UTASBIZTOSÍTÁS - AJÁNLATOKDíjszámítási azonosító: KFUT-3-077-718-213
elküldés e-mailben

Az eredmények megjelenítési sorrend alapja a Biztositas.hu által elkészített szakértői értékelés, amelyről részletesen itt tájékozódhat. A sorrendet a Rendezés menüpont alatt tudja változtatni. A megjelenő ajánlatok köre nem tartalmazza a piacon elérhető összes utasbiztosítási terméket.

Rakast- és betegség

Kérdéskár

Poggyász

Téli szolgáltatások

Továbbiak

Rendezés

Szolgáltatás színvonal: ☒ Exkluzív ☐ Optimális ☐ Alapszintű

12 ajánlat a következő oldalak alapján: 1 fő / Spanyolország / 8 nap módosítás Asszisztencia szolgáltatás

**COLONNADE**
ATLASZ DIRECT
PLATINA
Termékszáma: 123456789

Szakértői értékelés
9.82

Összes díj	Utazási díj	Más díj	Részdíj
1 000 000 000 Ft	550 000 Ft	270 000 Ft	10 000 Ft

Fizetendő
7 969 Ft
Megkötöm



Utazó lakás: 3 persze

Használati feltételek

Eladókkal kapcsolatos információk megjelenítése

A termék bemutatásában csak a kereskedő (jelen esetben biztosító) neve látható. A biztosítók részletes adatai az ajánlott termék mellett elérhető és letölthető terméktájékoztatóban láthatóak.

 ATLASZ DIRECT PLATINA Terméktájékoztató	Szakértői értékelés 9.82	Orvosi ellátás 1 000 000 000 Ft	Útsegélysz 550 000 Ft	Műszaki cikk 270 000 Ft	Baleseti ha 10 000 C >	Fizetendő 17 902 Ft
						Utolsó kötés: 4 perc

 VIENNA INSURANCE GROUP VILÁGLÁTÓ PLATINA Terméktájékoztató	Szakértői értékelés 9.45	Orvosi ellátás 200 000 000 Ft	Útsegélysz 600 000 Ft	Műszaki cikk 300 000 Ft	Baleseti ha 11 000 C >	Fizetendő 23 040 Ft
						Utolsó kötés: 8 perc

	Szakértői értékelés	Orvosi ellátás	Útsegélysz	Műszaki cikk	Baleseti ha	Fizetendő
---	---------------------	----------------	------------	--------------	-------------	-----------

7.4.2. CLB

Leírás

A CLB (www.clb.hu) egy független biztosítási alkusz, azaz biztosítótársaságok szolgáltatásait értékesítik ügyfelek számára oly módon, hogy azok több biztosítás összehasonlításával a számukra legmegfelelőbb biztosítást vehessék igénybe.

 Ár-összehasonlító	Piactér	Apróhirdetési oldal	Platform
---	---------	---------------------	----------

Az üzleti modell kommunikálása a fogyasztók felé

A szolgáltató a főoldalról elérhető bemutatkozó oldalon definiálja az üzleti modell jellegét (biztosítási alkusz). „Független biztosításközvetítés. A CLB - alkuszként - a biztosítási termékek teljes palettájának közvetítésére jogosult, ezért a biztosítók termékeit általánosságban közvetítheti az Ügyfelek részére.”

Az erre az oldalra belinkelt CLB cégtörténet (https://www.clb.hu/clb_cegtortenet) oldal röviden definiálja is, hogy más biztosítók szolgáltatásai közül segítenek a legmegfelelőbbet megtalálni. „Támogatás nyújtása a lakossági és vállalati ügyfeleknek, annak érdekében, hogy nálunk megtalálják, kikalkulálják és meg is köthessék a számukra megfelelő biztosítási konstrukciókat.”

Általános szerződési feltételek

A <https://www.clb.hu/magunkrol> oldalról elérhető Általános Ügyfél-Tájékoztató nevű dokumentum IV. pontja részletesen tartalmazza az üzleti modell leírását. „A CLB független biztosításközvetítőként jár el, melynek keretében a biztosítási termékek teljes körének közvetítésére van jogosultsága.”

A dokumentumban a keresési találatok megjelenítési sorrendjére vonatkozó információt nem találtunk.

Eladókkal kapcsolatos információk megjelenítése

A termék bemutatásában csak a kereskedő (jelen esetben Biztosító) neve látható. ajánlott termék mellett elérhető és megnyitható termékinformáció fülön (megnyíló ablakban) láthatóak. A biztosítók részletes adatai a termék bemutató alatt elérhető terméktájékoztató dokumentumban, annak letöltése után láthatók.

Biztosító / Terméknév	Minősítés	Termékjellemzők*	Biztosítási költség**
Mapfre Superior	★★★★★		17 700 Ft >
Alfa Világlató Arany	★★★★★		18 200 Ft >

Biztosító:

Alfa Vienna Insurance Group Biztosító Zrt

Működés típusa:

Biztosító részvénytársaság

Cím:

H-1091 Budapest, Öllői út 1.

Tel:

+36 40 204 204

Fax:

+36 1 476 5838

Kárbejelentés:

<https://www.alfa.hu/ugyintezes/#karbejelentes>

Egyéb elérhetőségek:

<https://www.alfa.hu/ugyintezes/elerhetosegek.html>

Tevékenységet Magyarországon felügyelő hatóság:

Magyar Nemzeti Bank

Elérhetősége:

<http://felugyelo.mnb.hu/>

Kapcsolódó jogszabályok:

- 2014. évi LXXXVIII. törvény a biztosítási tevékenységről
- 2013. évi V. törvény a Polgári Törvénykönyvről (hatályos Ptk.)
- 2011. évi CXII. törvény az információs önrendelkezési jogról és az információszabadságról (Infotv.)
- 2007. évi CXXXVI. törvény a a pénzmosás és a terrorizmus finanszírozása megelőzéséről és megakadályozásáról (PmL)
- 2006. évi XXV. törvény a távértékesítés keretében kötött pénzügyi ágazati szolgáltatási szerződésekről

7.4.3. Insura

Leírás

Az Insura (www.insura.hu) egy független *biztosítási alkusz*, azaz biztosítótársaságok szolgáltatásait értékesítik ügyfelek számára oly módon, hogy azok több biztosítás összehasonlításával a számukra legmegfelelőbb biztosítást vehessék igénybe.

 Ár-összehasonlító	Piactér	Apróhirdetési oldal	Platform
---	---------	---------------------	----------

Az üzleti modell kommunikálása a fogyasztók felé

A szolgáltató a főoldalról elérhető bemutatkozó oldalon definiálja az üzleti modell jellegét:

„Biztosításközvetítői tevékenységünk fókuszában az ügyfél áll: a legfontosabb célunk, hogy megtaláld azt a biztosítást, ami igazán illik az életmódodhoz, az utazásodhoz, az otthonodhoz vagy az autódhoz. Biztosítási alkuszként nem a biztosítókat képviseljük, hanem téged, ügyfelet, így biztos lehetsz abban, hogy számunkra a te érdekeid az elsők.”

Általános szerződési feltételek

Az Insura Biztosításközvetítői cég (PBA Insura Zrt.) weboldalán elérhető Általános Szerződési Feltételei (ÁSZF) [dokumentumok.php](#) egyértelműen meghatározza a cég üzleti modelljét.

„Az INSURA a biztosítási tevékenységről szóló 2014. évi LXXXVIII. törvény (a továbbiakban: Bit.) szerinti biztosításértékesítő, azon belül a 398. §-ban meghatározott független biztosításközvetítő (alkusz). A jogállására vonatkozó részletes tájékoztatást az ÁSZF V. pontja tartalmazza.”

„Alkusz: független biztosításközvetítő, aki az ügyféllel kötött szerződés alapján, az ügyfél megbízásából jár el, előkészíti a biztosítási szerződés megkötését, tevékenysége kiterjedhet – az ügyfél képviseletében – a szerződés megkötésére, a megbízó igényeinek érvényesítésében történő közreműködésre. Az alkusz tevékenysége kiterjedhet az ügyfél számára annak biztosítási kockázatai felmérésével, kezelésével, illetve biztosításaival összefüggő szaktanács adására is, termékértékesítéstől függetlenül. Az alkusz a biztosító ez irányú hozzájárulása esetén, az ügyfél megbízásából lehet jogosult a biztosítási díj átvételére, valamint a biztosító hozzájárulása vagy az ügyfél felhatalmazása alapján a kockázat felmérésében, a szerződésből eredő jogok és kötelezettségek teljesítésében és lebonyolításában való közreműködésre.”

A dokumentumban a keresési találatok megjelenítési sorrendjére vonatkozó információt nem találtunk.

Eladókkal kapcsolatos információk megjelenítése

A termék bemutatásában csak a kereskedő (jelen esetben Biztosító) neve látható, a többi, az értékesítő biztosítóra vonatkozó adat a „Biztosítási feltételek megtekintése” dokumentum letöltése után látható.



GoPack Optimum Optimális



12 480 Ft

KIVÁLASZTOM

<

65 000 000 HUF
baleseti ellátás

65 000 000 HUF
betegségi ellátás

250 000 HUF
poggyász

6 000 000 HUF
rokkantság

>

☐ Összehasonlítás ▼ Részletek



Standard MG Optimális



14 080 Ft

KIVÁLASZTOM

<

80 000 000 HUF
baleseti ellátás

80 000 000 HUF
betegségi ellátás

200 000 HUF
poggyász

2 000 000 HUF
rokkantság

>

☐ Összehasonlítás ▼ Részletek



Standard MG Optimális



2 500 Ft

KIVÁLASZTOM

<

80 000 000 HUF
baleseti ellátás

80 000 000 HUF
betegségi ellátás

200 000 HUF
poggyász

2 000 000 HUF
rokkantság

>

☐ Összehasonlítás ^ Részletek

Standard MG csomag

▼

Egészségügyi segítségnyújtás (Kárbiztosítás)

▼

Balesetbiztosítás (Összebiztosítás)

▼

Poggyászbiztosítás (Kárbiztosítás)

▼

Utazási segítségnyújtási szolgáltatások (Kárbiztosítás)

▼

Jogvédelem

▼

Felelősségbiztosítás

▼

Egyéb

▼

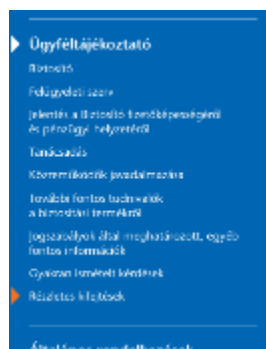
Mentesülés, kizárás

Feltétel és terméktájékoztató

[Termékismertető megtekintése](#) (PDF formátum)

[Biztosítási feltételek megtekintése](#) (PDF formátum)

45



A.9. RÉSZLETES KIFEJTÉSEK

[1] A Biztosító névleges adatai (A.1. pont):

- teljes név: UNIQA Biztosító Zártkörűen Működő Részvénytársaság
- székhely: 1134 Budapest, Róbert Károly körút 70-74.
- tevékenység: biztosítási tevékenység

[2] A Magyar Nemzeti Bank részletes adatai (A.2. pont):

- székhely: 1013 Budapest, Krisztina krt. 55.
- ügyfélszolgálat: 1013 Budapest, Krisztina krt. 6.
- ügyfélszolgálati telefonszám: +36-80-201-776
- levelezési cím: Magyar Nemzeti Bank, 1850 Budapest
- internetes elérhetőség: www.mnb.hu
- e-mail cím: ugyfelszolgalat@mnb.hu

[3] A panaszról további részletei (A.7. pont):

- értekezletbe bevont személy: A Biztosító által alkalmazott, vagy megbízott független biztosításközvetítő ügynök, vagy az általa megbízott független biztosításközvetítő tevékenységet végző személy
- a panaszok a Biztosítóhoz, illetve az értekezletbe bevont személyekhez a megatartására, tevékenységére vagy mulasztására vonatkoznak
- a szóbeli előterjesztés lehetőségei: személyesen, vagy telefonon
- az írásbeli előterjesztés lehetőségei: személyesen vagy más által átadott írás útján, postai úton, telefonon, e-mailben.

7.4.4. Netrisk

Leírás

A Netrisk (www.netrisk.hu) egy független *biztosítási alkusz*, azaz biztosítótársaságok szolgáltatásait értékesítik ügyfelek számára oly módon, hogy azok több biztosítás összehasonlításával a számukra legmegfelelőbb biztosítást vehessék igénybe.

 Ár-összehasonlító	Piactér	Apróhirdetési oldal	Platform
---	---------	---------------------	----------

Az üzleti modell kommunikálása a fogyasztók felé

A szolgáltató nem mutatja be részletesen az üzleti modelljét, de a főoldalán biztosításkötési folyamat bemutatásával képet kaphat a felhasználó a legfontosabbokról.



Általános szerződési feltételek

A főoldalról kattintással elérhető „Feltételek, tájékoztatók” aloldalon (www.netrisk.hu/risk-info) elérhető el az ÁSZF nevű dokumentum IV. pontja részletesen tartalmazza az üzleti modell leírását.

„Az Alkusz a Bit. 4. § (1) bek. 35. pontja és 398. §-a szerinti, az Ügyféllel kötött szerződés alapján az Ügyfél megbízásából eljáró független biztosításközvetítő (biztosítási alkusz).”

A dokumentumban a keresési találatok megjelenítési sorrendjére vonatkozó információt nem találtunk, de a biztosítási kalkulációt követően megjelenik a találatok megjelenítési sorrendjének módja az oldal tetején.

Eladókkal kapcsolatos információk megjelenítése

A termék bemutatásában csak a kereskedő (jelen esetben Biztosító) neve látható. A további adatok csak az ajánlott termék mellett elérhető és letölthető terméktájékoztatóban láthatóak.

12 ajánlat a következő adatok alapján 1 fő / Spanyolország / 6 nap módosítás

Asszisztencia szolgáltatás ✓

 ATLASZ Direct Platina Terméktájékoztató	Szakértői értékelés 9.62 Ügyfélszolgálat ★★★★★ 3514 értékelés	<table border="1"> <tr> <td>Orvosi ellátás</td> <td>Ülőegység</td> <td>Műszaki cikk</td> <td></td> </tr> <tr> <td>1 000 000 000 Ft</td> <td>550 000 Ft</td> <td>270 000 Ft</td> <td>></td> </tr> </table>	Orvosi ellátás	Ülőegység	Műszaki cikk		1 000 000 000 Ft	550 000 Ft	270 000 Ft	>	Fizetendő 6 642 Ft MEGKÖTÖM >
Orvosi ellátás	Ülőegység	Műszaki cikk									
1 000 000 000 Ft	550 000 Ft	270 000 Ft	>								
		 Utolsó kötés: 9 perce	összehasonlít ☐ ▼								
 Atlasz Platina Terméktájékoztató	Szakértői értékelés 9.70 Ügyfélszolgálat ★★★★★ 3710 értékelés	<table border="1"> <tr> <td>Orvosi ellátás</td> <td>Ülőegység</td> <td>Műszaki cikk</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Limit nélkül (70 ...</td> <td>500 000 Ft</td> <td>250 000 Ft</td> <td>></td> </tr> </table>	Orvosi ellátás	Ülőegység	Műszaki cikk		Limit nélkül (70 ...	500 000 Ft	250 000 Ft	>	Fizetendő 7 200 Ft MEGKÖTÖM >
Orvosi ellátás	Ülőegység	Műszaki cikk									
Limit nélkül (70 ...	500 000 Ft	250 000 Ft	>								
		 Utolsó kötés: 5 perce	összehasonlít ☐ ▼								
 MAPFRE LUX V6 Terméktájékoztató	Szakértői értékelés 9.51 Ügyfélszolgálat ★★★★★ 2579 értékelés	<table border="1"> <tr> <td>Orvosi ellátás</td> <td>Ülőegység</td> <td>Műszaki cikk</td> <td></td> </tr> <tr> <td>200 000 000 Ft</td> <td>500 000 Ft</td> <td>180 000 Ft</td> <td>></td> </tr> </table>	Orvosi ellátás	Ülőegység	Műszaki cikk		200 000 000 Ft	500 000 Ft	180 000 Ft	>	Fizetendő 4 350 Ft MEGKÖTÖM >
Orvosi ellátás	Ülőegység	Műszaki cikk									
200 000 000 Ft	500 000 Ft	180 000 Ft	>								
		 Utolsó kötés: 19 óra	összehasonlít ☐ ▼								

7.4.5. Árukereső

Leírás

Az Árukereső.hu (www.arukereso.hu) egy ár-, és termék összehasonlító oldal, valamint egyben online piactér is.

Az Árukereső.hu-t 2004-ben alapították, mint ár-összehasonlító oldalt. Online piactérként 2015 óta működik, ekkortól egyes boltok és/vagy termékek esetén nem szükséges átkattintani a webáruház saját oldalára, hanem a termék az Árukereső felületén közvetlenül is megvásárolható.

 Ár-összehasonlító	 Piactér	Apróhirdetési oldal	Platform
---	---	---------------------	----------

Az üzleti modell kommunikálása a fogyasztók felé

A szolgáltató a főoldal láblécéből elérhető bemutatkozó oldalon teszi elérhetővé az oldallal kapcsolatos legfontosabb tudnivalókat. Ebből kiderül, hogy az oldal nem webáruház, hanem mások ajánlatait összegyűjtő és azok összehasonlítását lehetővé tevő felület, ahol már a webáruházakra való átkattintás nélkül is lehetővé válik a vásárlás. Azt, hogy a vállalkozásnak miből származik bevétele, nem részletezi a bemutatkozás.

Általános szerződési feltételek

Egy felhasználó által elvárható kereséssel nem sikerült az általános szerződési feltételekhez linket találnunk. Ez vélhetően technikai okból van így, mert a https://www.arukereso.hu/static/felhasznalasi_feltetelek.html aloldal hivatkozik egy dokumentumra, ami az oldalon nem érhető el (2025. március 14-én). Google kereséssel viszont megtalálható a dokumentum a https://www.arukereso.hu/static/general_terms_and_conditions.html oldalon.

A felhasználási feltételek dokumentum tartalmazza, hogy a szolgáltató milyen szolgáltatást nyújt az üzleti felhasználóknak. Az I.2.2. bekezdésben található linken keresztül elérhető árazási információt biztosít (<https://www.arukereso.hu/admin/#prices>), valamint tájékoztatást ad (I.2.1.) a rangsorolási szempontokról és ezek befolyásolási lehetőségeiről (<https://www.arukereso.hu/admin/#sponsored-listing>)

Az I.2.4 bekezdésben teszik közzé, hogy egy Partner Portálon keresztül kérik be (és szükség szerint próbavásárlással ellenőrzik) a kereskedéshez szükséges információkat.

Eladókkal kapcsolatos információk megjelenítése (a DSA 30. cikk (1) és (7) bekezdés által előírt információk)

(a) A kereskedő neve, címe és elérhetősége

Az Árukereső.hu oldalon két módon lehet a kiválasztott terméket megvásárolni

1. opció közvetlenül a terméket hirdető cég webshopján keresztül
2. opció az Árukereső.hu weboldalon

Első esetben a link a terméket hirdető cég webshopjába vezet.

Amennyiben az Árkereső.hu-n keresztül történik a vásárlás, abban az esetben a termék mellett elhelyezett logó jelzi, hogy a megvásárolni kívánt terméket nem az Árkereső.hu forgalmazza, hanem egy másik cég, webáruház. A vásárlási folyamat közben a terméket értékesítő cég adatlapja megtalálható, ezen a kereskedő neve, címe, valamint e-mail és telefonos elérhetősége.

(d) A kereskedő cégjegyzékbe vagy hasonló közérdekű nyilvántartásba való bejegyzése és azonosítója:

Ilyen jellegű adatot az Árkereső.hu oldalon nem találtunk. A kereskedő oldalára a megadott linkeken keresztül aránylag egyszerű átnavigálni és a weboldalon további információkat szerezni a kereskedőről.

(e) A kereskedő saját kiállítású tanúsítványa, amelyben vállalja, hogy csak olyan termékeket vagy szolgáltatásokat kínál, amelyek megfelelnek az uniós jog alkalmazandó szabályainak:

A vásárlók számára ilyen dokumentum elérhetőségét nem biztosítják az oldalon.

The screenshot shows the Árkereső.hu website interface. At the top, there is a search bar with the text "Mit keres?". Below the search bar, the main product listing for "Bosch SMV41D10EU Mosogatógép" is displayed. The price is 133 790 Ft, and the seller is APEX. The APEX logo is circled in red. Below the main listing, there is a table of other sellers and their prices. The table is circled in red. At the bottom, there is a shopping cart summary showing the product and its price.

Seller	Price (Ft)	Buttons
euromics	124 999 Ft	Intézkedni
alza.hu	124 990 Ft	Intézkedni
Exclusiv	129 900 Ft	Intézkedni

Shopping cart summary:

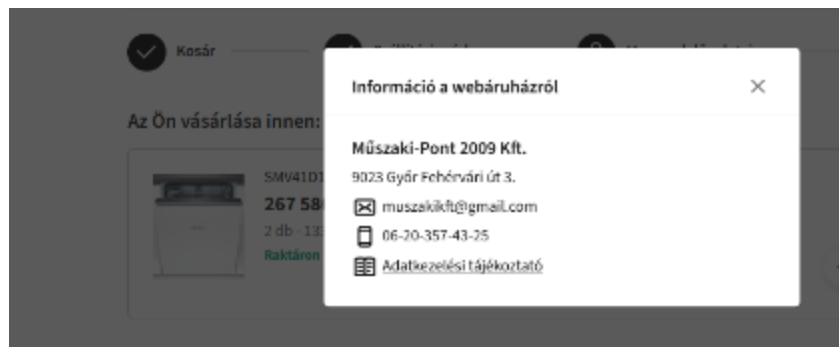
- Kosár
- Szállítási mód
- Megrendelő adatai
- Fizetési mód

Az Ön vásárlása innen: Apexműszaki szakkereskedés és márkabolt

Product details: SMV41D10EU Serie | 4, Beépíthető mosogatógép, 60 cm

Price: 133 790 Ft

Buttons: - 1 +



Értékesítő partnerekkel szembeni adatszolgáltatási igény

Az Árkereső.hu oldalon a hirdetőik számára kötelező egy előzetes regisztráció. [Partner portál] Az előzetes regisztráció során a következő feltételeknek kell megfelelnie a hirdetőnek

- online webáruházal rendelkezik, regisztrációhoz szükséges a megadása
- számlaképes (cég vagy cégszerű elnevezés, adószám, cégjegyzékszám)
- elektronikus és telefonos elérhetőségekkel rendelkezik
- személyes átvételi lehetőséget vagy utánvétes fizetési módot biztosítson
- a forgalmazni kívánt termékek felöltése az Árkereső által megadott feltételek szerint
- termékek kiszállításának a biztosítása Magyarország területén



Objektív okokból az itt bekért adatok körét nem tudtuk vizsgálni.

7.4.6. Allegro

Leírás

Az Allegro (www.allegro.hu) egy online piactér, mely lehetővé teszi a fogyasztóknak, hogy távollevők közötti szerződéseket kössenek kereskedőkkel. A korábban Mall.hu néven elérhető oldal kínálata is az Allegro.hu felületébe került integrálásra.

Ár-összehasonlító	 Piacter	Apróhirdetési oldal	Platform
-------------------	---	---------------------	----------

Az üzleti modell kommunikálása a fogyasztók felé

A szolgáltató a főoldalról láblécéből elérhető bemutatkozó oldalon (<https://allegro.hu/vevoknek>) ismerteti röviden, hogy piactérként működik és „több ezer ellenőrzött eladó” ajánlatait teszi elérhetővé a felületén keresztül. Az innen elérhető (<https://allegro.hu/vevoknek#hogymukodik-az-allegro>) lenyíló menüből további információ kapható a működésről.

Általános szerződési feltételek

Az oldal láblécéből elérhető Általános szerződési feltételek (<https://allegro.hu/feltetelek>) direkt módon nem ír az üzleti modelről, de bizonyos pontjai alapján egyértelműen meghatározza, hogy a tranzakciók milyen jogi szerződést jelentenek. A 7. és 8. bekezdésben található a legtöbb információ ezzel kapcsolatban, például, hogy „A Társaság nem szerződő fél a Felhasználók között létrejött áruvásárlási szerződésekben”, illetve „A Társaság a Felhasználók számára online kereskedési platformot ... biztosít” és „A Társaság nem felel az Ajánlat keretében értékesített Áruk minőségéért, biztonságosságáért vagy jogszerűségéért”.

A dokumentumban a keresési találatok megjelenítési sorrendjére (a dokumentumban „Ajánlati Relevancia”) vonatkozóan részletes információt tartalmaz a dokumentum 3.4. pontja.

Eladókkal kapcsolatos információk megjelenítése (a DSA 30. cikk (1) és (7) bekezdés által előírt információk)

(a) A kereskedő neve, címe és elérhetősége

Az eladó azonosítása a termékek listázása során nem történik meg (egyedül a Mall ajánlatait jelzik egy kis logóval), de egy termékre kattintva már megtalálható annak értékesítője (ehhez ugyanakkor sokat kell a termékoldalon lefelé görgetni). Az értékesítő logójára kattintva annak további kínálata található meg, míg az értékesítő nevére kattintva – szintén lefelé görgetés után, a korábbi értékelések és ajánlatok alatt – megjelennek a kereskedő legfontosabb adatai. Ezek a név, a cím és az adószám.

(d) A kereskedő cégjegyzékbe vagy hasonló közérdekű nyilvántartásba való bejegyzése és azonosítója:

A kereskedő adatlapján nem érhető el a cégregistrációs azonosítója.

(e) A kereskedő saját kiállítású tanúsítványa, amelyben vállalja, hogy csak olyan termékeket vagy szolgáltatásokat kínál, amelyek megfelelnek az uniós jog alkalmazandó szabályainak:

Az eladói adatlapon megjelenik a „Az eladó által kínált termékek továbbra is megfelelnek az EU-jogszabályoknak.” felirat.

Értékesítő partnerekkel szembeni adatszolgáltatási igény

Eladóként történő regisztrálás során a főbb céges adatok mellett banki adatokat is bekérnek.

HOGYAN KEZDJEK EL ÉRTÉKESÍTENI AZ ALLEGRÓN?

Könnyen és gyorsan!

Csak regisztráld, és aktiváld eladói fiókodat. Ne feledd, az értékesítés megkezdéséhez **regisztrált** áfaalanynak kell lenned.

Üzleti fiókod aktiválásához általában az alábbi dokumentumokra van szükség:

- adószám,
- bankszámlád IBAN száma
- egy dokumentum, amely igazolja, hogy a megadott bankszámla az adott céghez tartozik (pl. **bankszámlakivonat**)

Fiók létrehozása

Az aktiváló linket erre a címre küldjük

Ha céges fiókot hozol létre, a felhasználóneved látható lesz a vevők számára. Ezt utólag már nem tudod megváltoztatni.

MEGJELENÍTÉS

Szükséges: legalább 8 karakter, 1 nagybetű, 1 kisbetű, 1 számjegy

Add meg a mobilszámod. Ez megkönnyíti a fiók karbantartását, pl. a jelszó visszaállítását SMS-ben.

A cégről



TOVÁBB

7.4.7. Decathlon

Leírás

A Decathlon.hu (www.decathlon.hu) egy online webáruház és egy online piactér együttesen.

Ár-összehasonlító	 Piac tér	Apróhirdetési oldal	Platform
-------------------	--	---------------------	----------

Az üzleti modell kommunikálása a fogyasztók felé

A szolgáltató a felületen nem emeli ki az üzleti modell jellegét, nem definiálja a működés módját. A láblécből elérhető „Rólunk” bemutatkozó oldalon (https://www.decathlon.hu/aboutus_lp-OHY7WD) sem találunk információt az üzleti modell jellegére vonatkozóan. A láblécben 2 hivatkozásban szerepel a „marketplace” megnevezés. A „Decathlon Marketplace Partnerprogram” és a „Hogyan működik a Marketplace” hivatkozások elnevezéséből, illetve a linkeken található tartalomról szerezhet információt az érdeklődő. Ez utóbbi szól a felhasználóknak. Az oldalon részletesen és felhasználóbarát módon mutatják be a partnerektől való vásárlás részleteit és a fontos tudnivalókat (partner termékek azonosítása, átvételi lehetőségek, visszaküldés stb.).

Általános szerződési feltételek

A Szolgáltató weboldalának láblécéből elérhető Általános Szerződési Feltételei (ÁSZF) dokumentum (https://www.decathlon.hu/ASZF_lp-2FF0P9) egyértelműen meghatározza a cég üzleti modelljét. Ebben úgy fogalmaznak, hogy: „A jelen Általános Szerződési Feltételek (továbbiakban: ÁSZF) érvényes és hatályos minden megrendelés leadására és online vásárlásra... függetlenül attól, hogy az online rendelések értékesítője a Tízpróba Magyarország Kft. vagy a Marketplace Partner. Tájékoztatjuk a Vásárlókat, hogy a weboldalon elérhető a DECATHLON Marketplace, mely online piactérnek minősül.”

A marketplace fogalmat is definiálja a dokumentum: „A DECATHLON Marketplace ... lehetővé teszi, hogy az azt használó Marketplace partner ... mint forgalmazó, új termékeit és ahhoz kapcsolódó logisztikai és értékesítést követő egyéb szolgáltatásait ezen a felületen megjelenítse és közvetlenül értékesítésre felkínálja a látogató számára.”

A dokumentum végig következetesen megkülönbözteti a webáruház és a marketplace-vásárlás tudnivalóit és feltételeit. Így külön ismerteti az elállási, jótállási és szavatossági feltételeket is.

Eladókkal kapcsolatos információk megjelenítése (a DSA 30. cikk (1) és (7) bekezdés által előírt információk)

(a) A kereskedő neve, címe és elérhetősége

Az elérhető termékek listázása során az értékesítő partner neve (amennyiben az nem a Decathlon) megjelenítésre kerül. A termék aloldalról az értékesítő partner nevére kattintva annak részletes adatai kerülnek bemutatásra, beleértve annak nevét, címét és elérhetőségeit (telefonszám, e-mail cím). További részletes információ kapható innen, többek között a termék visszaküldésének módjáról is.

(d) A kereskedő cégjegyzékbe vagy hasonló közérdekű nyilvántartásba való bejegyzése és azonosítója:

Az adatlap tartalmazza a partner cégjegyzékszámát is.

(e) A kereskedő saját kiállítású tanúsítványa, amelyben vállalja, hogy csak olyan termékeket vagy szolgáltatásokat kínál, amelyek megfelelnek az uniós jog alkalmazandó szabályainak: Kereskedő adatlapján elérhető (de nem minden esetben).

  540 999 Ft 808 999 Ft -32% *Promóció időtartama: 2025. 03. 04.-2025. 04. 01. LEGEND E BIKES 20" Legend Monza 14Ah Elektromos Összecsukható Fekete 🏠 Forgalmazza és szállítja: VG MOBILITY TRADE SL +HU ★★★★☆ (26)	  799 990 Ft ROCKRIDER Elektromos túrakerékpár, alacsony vázas - E-Actv 500 ★★★★☆ (149)	 399 990 Ft 499 990 Ft -20% *2024. 05. 05.-től, a készlet erejéig RIVERSIDE Elektromos túrakerékpár - Riverside 500 ★★★★☆ (2197)
--	--	---

Szín: Fekete



Kiszállítás

● Elérhető

Kosárba teszem



🏠 Marketplace termék

Forgalmazza és szállítja: **VG Mobility Trade SL +hu**

Mérettáblázatok [↗](#)

VG MOBILITY TRADE SL +HU

Legend eBikes újradefiniálja a városi mobilitást ávonalbeli intelligens elektromos kerékpársaival. Vezető vállalat az intelligens eBike-ek terén és az európai gyártás "made in Barcelona" referenciamárkája. A Legend eBikes elektromos kerékpárok tervezése, gyártása és összeszerelése Spanyolország, Németország és Portugália közötti európai együttműködés eredménye. A Legend eBikes jelenleg több mint 100 viszonteladót rendelkezik Európában, az Egyesült Királyságban, Ausztráliában és Új-Zélandon. Az olasz és európai szabványoknak megfelelő kerékpárok a Legend intelligens elektromos kerékpárok rendelkeznek az EN15194 európai tanúsítvánnyal.

Forgalmazó bemutatása

Forgalmazó bemutatása: VG Mobility Trade SL +HU

Cégjegyzékszám: 872209943

E-mail cím: support@legendebikes.com

Telefonszám: +34 931 41 33 86

Cím:
CARRER INDUSTRIA 60,,
08291 RIPOLLIT
Barcelona ES

Értékesítő partnerekkel szembeni adatszolgáltatási igény

Eladóként jelentkezési űrlap kitöltése szükséges. A Decathlon Marketplace partnerprogramban alapvető követelmény, hogy a partner bejegyzett vállalkozással kell rendelkezzen, hivatalos márka vagy kereskedő legyen, és képes legyen B2C üzletet (szállítás, raktározás, ügyfélszolgálat) lebonyolítani.

Jelentkezz Partnernek!

Az alábbi űrlap kitöltésével regisztrálj és 5 munkanapon belül felvesszük veled a kapcsolatot!

Cégnév	Cég weboldala
	https://
Vezetéknév	Keresztnév
E-mail cím	Telefonszám
your@address.com	PL: +3616668832
Általad forgalmazott márkák	Általad forgalmazott termékek
PL: Asics, Babolat, Garmin, stb...	PL: Ruházat, Táplálékkiegészítők, Kerékpár alkatrészek
☐ A regisztrációhoz el kell fogadnod az ÁSZF -et	
Regisztrálok	

Aktiválja a Windows re

7.4.8. eMAG

Leírás

Az eMAG (www.emag.hu) egy online piactér, mely lehetővé teszi a fogyasztóknak, hogy távollevők közötti szerződéseket kössenek kereskedőkkel. Emellett webshopként is funkcionál, hiszen tulajdonosa maga is értékesít termékeket a felületen keresztül.

Ár-összehasonlító	 Piac tér	Apróhirdetési oldal	Platform
-------------------	--	---------------------	----------

Az üzleti modell kommunikálása a fogyasztók felé

A szolgáltató az üzleti modelljét az általános szerződési feltételeken kívül nem részletezi, legalább is ezt egy átlagos felhasználótól elvárható kereséssel nem sikerült máshol megtalálni.

Általános szerződési feltételek

A főoldal láblécéből érhető az általános felhasználási feltételek dokumentum (https://www.emag.hu/help/altalanos-felhasznalasi-feltetelek/?ref=footer_4_1). Ebben az oldal tulajdonosa online kereskedelmi portálként definiálja a felületet, valamint az eMAG Marketplace definíciójában jelzi, hogy forgalmazóként egyéb vállalkozások is értékesíthetnek termékeket. A dokumentum 18. pontjában részletesen is kifejti az eMAG Marketplace-re vonatkozó speciális rendelkezéseket. Ezek leírják, hogy kik között jön létre szerződés a vásárlással, illetve jelzik, hogy az oldal tulajdonosa nem vállal felelősséget az eMAG Marketplace termékek minőségéért, biztonságáért és jogszabályi megfelelőségéért, valamint a Vásárló és a Partner közötti esetleges jogvitában nem vesz részt.

A dokumentumban a keresési találatok megjelenítési sorrendjére vonatkozó információt is találunk, mely a „Kereső algoritmus” leírása során mutatja be röviden azt a 3 szempontot, melyet a rangsorolásuk figyelembe vesz a termékek megjelenítése során.

Eladókkal kapcsolatos információk megjelenítése (a DSA 30. cikk (1) és (7) bekezdés által előírt információk)

Termékeket és/vagy szolgáltatásokat maga az eMAG vagy az eMAG Marketplace-n forgalmazóként feltüntetett egyéb vállalkozás (eMAG Marketplace partner) kínál eladásra.

(a) A kereskedő neve, címe és elérhetősége

Az eladó azonosítása a termékek listázása során nem történik meg, de egy termékre kattintva már jól látható annak értékesítője. Az értékesítő nevére kattintva részletes adatlap jelenik meg a kereskedőről, ezen megjelenik a kereskedő neve, címe, valamint telefonos elérhetősége.

(d) A kereskedő cégjegyzékbe vagy hasonló közérdekű nyilvántartásba való bejegyzése és azonosítója:

A kereskedő adatlapján elérhető a cégregisztrációs azonosítója.

(e) A kereskedő saját kiállítású tanúsítványa, amelyben vállalja, hogy csak olyan termékeket vagy szolgáltatásokat kínál, amelyek megfelelnek az uniós jog alkalmazandó szabályainak:

A kereskedői adatlapon sztenderd szöveggént megjelenik, hogy „A kereskedő saját felelősségének tudatában kijelenti és garantálja, hogy az eMAG platformon forgalmazott termékei megfelelnek az Európai Unió által meghatározott jogszabályoknak.”

Esperanza TKK002S Roraima 1800W 1.8L fényes ezüst elektromos vízforraló

genius

Legkedveltebb



★★★★★ 4,74 (12 értékelés)

100% pozitív vélemény

Várható szállítási idő: 1 hét (Péntekenként)



Személyes átvétel innen:

maximális áram: 1000W

Átvétel: a csomagot márc. 12., 08:00 után

990 Ft

- szállítási módok megtekintése



Információk:

✓ 14 napos visszatérítési jog

✓ Termékgarancia: 24 hónap

• Megvásárlás: 24 hónap

Összesen

Összehasonlítás

3.425 Ft

Forgalmazza a: VEXIO
raktárban



Kosárba



Kedvencekhez ad

VEXIO

FANPLACE IT S.R.L. (a továbbiakban: Kereskedő vagy Vállalkozás) fő tevékenysége az értékesítésben .

Cég neve: FANPLACE IT S.R.L.

Székhely: Str. Oxigenului 1H, Caldăraru, Ilfov, 077037

Cégjegyzékszám: J23/4437/2022

Adószám: 31962960

IBAN: RO42BTRLRONCRT0247358601

Bank: BANCA TRANSILVANIA SA

Telefonszám: +40374477111

Támogatás: Találjon választ a kérdéseire az [eMAG Help-en](#)

Szabály: Kereskedő

TEÁOR szám/kód: 4791

Számlázási cím: Str. Oxigenului, 1H, Sat Căldăraru Com. Cernica, ILFOV

A kereskedő saját felelősségének tudatában kijelenti és garantálja, hogy az eMAG platformon forgalmazott termékei jogszabályoknak.

Hasznos információk

Szállítási információ

Adatvédelem

Elállás joga

Jótállás, szavatosság

Értékesítő partnerekkel szembeni adatszolgáltatási igény

Az e-kereskedők és a webshopok külön weboldalon regisztrálhatnak és csatlakozhatnak a rendszerhez.

Regisztráció során ügyfélfiókot kell létrehozni, ahol az alábbi adatokat kell megadni:

- Cég neve és székhelye
- Cég képviselője
- Cégjegyzékszám és Adószám
- Bank neve és IBAN szám
- Kapcsolattartó neve és elérhetősége
- Számlázási cím
- Vásárlók részére ügyfélszolgálati telefonszám

7.4.9. Fizz

Leírás

A fizz.hu (www.fizz.hu) több helyen is webshopként hivatkozik magára. Valójában a fizz.hu egy online piactér, mely lehetővé teszi a fogyasztóknak, hogy távollevők közötti szerződéseket kössenek kereskedőkkel.

Arra vonatkozóan nem találtunk információt, hogy az oldal saját árukészletet is értékesítene.

Ár-összehasonlító	 Piactér	Apróhirdetési oldal	Platform
-------------------	---	---------------------	----------

Az üzleti modell kommunikálása a fogyasztók felé

A szolgáltató a főoldalról elérhető bemutatkozó oldalon „Rólunk” (<https://www.fizz.hu/about-us>) ír az üzleti modellről, de itt is webshopként hivatkozik magára. Az, hogy más kereskedők értékesítenek a felületen, igazából csak közvetetten, a „Széles termékválaszték” fejezetből derül ki, ahol azt írják, hogy „Piacterünkön számos kereskedő több százezer terméke közül válogathatnak vásárlóink.”

Általános szerződési feltételek

A szolgáltató weboldalának láblécében, letölthető dokumentumok aloldalon sok más dokumentum között elérhető Általános Szerződési Feltételei (ÁSZF) egyértelműen meghatározza a cég üzleti modelljét. A dokumentumban szereplő fogalmak definíciója kapcsán így definiálják a „szerződés” fogalmát: „Olyan, a Kereskedő, illetve Vásárló, mint távollévő felek között ... elektronikus úton keletkező szerződés, amelynek tárgya a fizz.hu-n a Kereskedő által eladásra kínált valamely Termék tulajdonjogának átruházása, és amely a Vásárló ajánlatának a fizz.hu e-mail útján történő elfogadásával, valamint a Megrendelés visszaigazolásával jön létre.”

A kellékszavatossággal, termékszavatossággal és a jótállással kapcsolatos információkban is feltüntetik, hogy ezeket nem az oldal üzemeltetőjével, hanem a kereskedőkkel szemben tudja a fogyasztó érvényesíteni.

A dokumentumban a keresési találatok megjelenítési sorrendjére vonatkozó információt nem találtunk.

Eladókkal kapcsolatos információk megjelenítése (a DSA 30. cikk (1) és (7) bekezdés által előírt információk)

(a) A kereskedő neve, címe és elérhetősége

Az eladó azonosítása a termékek listázása során nem történik meg, de egy termékre kattintva már látható annak értékesítője. Az értékesítő nevére kattintva részletes adatlap jelenik meg a kereskedőről, ezen megjelenik a kereskedő neve, címe, valamint telefonos elérhetősége.

(d) A kereskedő cégjegyzékbe vagy hasonló közérdekű nyilvántartásba való bejegyzése és azonosítója:

A kereskedő adatlapján elérhető a cégregisztrációs azonosítója, emellett adószáma és pénzforgalmi számlaszáma is.

(e) A kereskedő saját kiállítású tanúsítványa, amelyben vállalja, hogy csak olyan termékeket vagy szolgáltatásokat kínál, amelyek megfelelnek az uniós jog alkalmazandó szabályainak:

Ilyen tanúsítványt nem találtunk.

Bestbyte.hu > Hűtőszekrények > Alufagyaszto > Hűtőszekrények > Samsung RB34C670DSA/EF Alufagyaszto Hűtőszekrény - D Energiaosztály, 204 kWh, Ezüst



Samsung RB34C670DSA/EF
Alufagyaszto Hűtőszekrény - D
Energiaosztály, 204 kWh, Ezüst

Termékkód: 5018.73.FW

Kuponnal extra
8.000 Ft
kedvezmény!

Regisztrálok a
kuponért!

A kupon 01.01.2024-ig érvényes. A kupon kódját a termék leírásában találhatod meg. A kupon kizárólag a termék vásárlásához használható. A kupon kizárólag a termék vásárlásához használható.

179.999 Ft

vagy akár
9.399 Ft x 20 hó
THM: 0% | Összesen: 0 Ft

Raktáron

Kosárba

Árhitel kalkulátor

Bestbyte

Termékgarancia részletek

- Magasgarancia: 24 hónap
- Jogi garancia: 12 hónap

Háztartási költség: 7.880 Ft

Várható készlet: 2025. 03. 12.

Termékinformációk

Megmondhat magad? Nézzük gyorsan és könnyedén visszaküldheted bármilyen termék.

Termékinformáció

A Samsung RB34C670DSA/EF hűtőszekrény a modern design és hatékony hűtés tökéletes kombinációját nyújtja a friss élelmiszerek számára.

Takarékoskodj az energiával
SmartThings energiahatékony üzemmód mesterséges intelligenciával*

Bestbyte

Bestbyte
(KISZÁRÁS)

Cégneve
Bestbyte Kft.

Visszaküldési cím
1158 Budapest, Harsányi Kálmán utca 85.

Nyitvatartás
Hétfő: 08:00 - 17:00
Kedd: 08:00 - 17:00
Szerda: 08:00 - 17:00
Csütörtök: 08:00 - 20:00
Péntek: 08:00 - 17:00

Telefonszám
+36 1 447 7888

Bemutatók

Céginformációk

Székhely:
1138 Budapest, Fáy u. 45.

Cégjegyzékszám:
01-08-823260

Adószám:
14858480-2-44

IBAN:
HUS2103000021070498500014019

Bank:
MKB Bank Nyrt.

Szállítási információk

Jóváírás

Előlejtés

Általános szerződési feltételek

[Belső szabályzat, szerződési feltételek PDF](#)

Értékesítő partnerekkel szembeni adatszolgáltatási igény

A weboldalon történő értékesítéshez egyedi szerződéskötés szükséges.

7.4.10. Jófogás

Leírás

A Jófogás (www.jofogas.hu) egy apróhirdetési platformként definiálja magát, de mivel a listázott termékek egy kisebb része esetében van lehetőség a termék azonnali megvásárlására is, ezért online piactér funkcióval is rendelkezik.

Ár-összehasonlító	 Piacetér	 Apróhirdetési oldal	Platform
-------------------	--	--	----------

Az üzleti modell kommunikálása a fogyasztók felé

A szolgáltató a főoldal láblécéből elérhető „Rólunk” oldalon definiálja, hogy az oldal üzleti modellje online apróhirdetési platform. Az online piactér jellegéről nem találtunk információt. Az online piactér funkcióban megvásárolható termék mellett a „Szállítással is kérheted” ikon jelenik meg a listázás során.

Általános szerződési feltételek

A <https://docs.jofogas.hu/szabalyzat/> oldalon a Felhasználói (működési) szabályzat tartalmazza a Jófogás üzleti modelljeinek részleteit, de ezeket az információkat csak a dokumentum részletes áttanulmányozásával lehet összegyűjteni. Ebből kiderül, hogy az oldal bevételei alapvetően a díjköteles hirdetésekéből, valamint a különböző megvásárolható rangsorolási prioritásokból származnak.

A dokumentumban a keresési találatok megjelenítési sorrendjére vonatkozó információt a Felhasználói (működési) szabályzat „2.3. Az ajánlórendszerek átláthatósága” fejezete tartalmazza.

Eladókkal kapcsolatos információk megjelenítése (a DSA 30. cikk (1) és (7) bekezdés által előírt információk)

(a) A kereskedő neve, címe és elérhetősége

Az oldal működési elve alapján a magánszemélyek által közzétett hirdetések esetén jelzik, hogy „Az elérhető kapcsolattartási lehetőségeket a hirdető határozza meg.” Ennek megfelelően eltérő mennyiségű információt kaphatunk az eladóval kapcsolatban.

Az üzleti eladók neve megjelenik a listázott termékek képe alatt, valamint a termék mellett megjelenik a „Bolt” és „Üzleti felhasználó” ikon is. Az eladók regisztrált neve feltüntetésre kerül a termékoldalon, azonban más részletes adatuk (e-mail cím, telefonszám, engedélyszám) nem látható. A „Kapcsolatfelvétel a hirdetővel” részben található linkre kattintva megtalálható az eladó részletesebb adatlapja. Ez az adatlap nem minden esetben tartalmazza a DSA 30. cikk (1) bekezdés a.) pontjában előírt adatokat, általában a cégnevet, a weboldal címét és telefonszámot találhatunk.

(d) A kereskedő cégjegyzékbe vagy hasonló közérdekű nyilvántartásba való bejegyzése és azonosítója:

Ezt az információt nem találtuk meg az egyes kereskedők kapcsán.

(e) A kereskedő saját kiállítású tanúsítványa, amelyben vállalja, hogy csak olyan termékeket vagy szolgáltatásokat kínál, amelyek megfelelnek az uniós jog alkalmazandó szabályainak:

Az Üzleti Felhasználók regisztrációs folyamata során vállalják, hogy jogszerű termékeket árulnak, de erről a vásárlók számára nincs egyértelműen elérhető információ a termékoldalakon.

„A Társaság mindaddig jogosult megtagadni az Üzleti Felhasználótól a Szolgáltatás igénybevételét, ameddig nem bocsátja a Társaság rendelkezésére nevét, székhelyét, telefonszámát, e-mail címét, az Üzleti Felhasználó képviselőjében eljáró személy személyazonosító okmányának másolatát és adott esetben meghatalmazását, fizetési számlájának adatait, az Üzleti Felhasználót nyilvántartó nyilvántartás megjelölését és nyilvántartási számát (cégjegyzékszámát), valamint saját kiállítású tanúsítványát, amelyben vállalja, hogy csak olyan termékeket vagy szolgáltatásokat kínál a Weboldalon, amelyek megfelelnek az uniós jog alkalmazandó szabályainak.”

Magánszemély hirdetési adatlapja

The screenshot shows a private person's advertisement on the Jófogás website. The main ad is for a "Új Whirlpool Wfso 3034 mosogatógép" (New Whirlpool Wfso 3034 dishwasher) priced at "155 000 Ft". The location is "Budapest, XXII. kerület" and the date is "feb 16., 12:05". The ad is part of a series of 9 images, with the first image shown.

Below the main ad, there is a section for "Tulajdonságok" (Properties) with the following details:

Állapot:	Szín:
Új	Szürke
Márka:	Típus:
Whirlpool	szabadonálló

On the right side of the ad, there is a sidebar with various options and information:

- Kedvenc** (Favorite)
- Kapcsolatfelvétel a Hirdetővel** (Contact the advertiser)
- Simon-Csizsár Timea** (Advertiser's name)
- További hirdetései** (More ads)
- Megánszemély** (Private person)
- Utózára aktiv: 5 órája** (Activated 5 hours ago)
- Telefonszám felfedése** (Reveal phone number)
- Üzenet küldése** (Send message)
- Az elemző kapcsolattartási lehetőségeket a hirdető határozza meg.** (The advertiser determines the contact options)
- Tanácsok biztonságos vásárláshoz** (Tips for safe purchase)
- Megosztás** (Share)
- Facebook megosztás** (Share on Facebook)
- Messenger megosztás** (Share on Messenger)
- Link másolása** (Copy link)

The sidebar also includes a "Hirdetés" (Advertisement) section with a McDonald's logo.



Electrolux EW6SM426BE keskeny gőzmosógép, 6kg,A+++
(170e.helyett)

145 000 Ft

Üzleti felhasználó

Mosógép | tegnap, 10:54
Pest , Vác

Elektro-Outlet Műszaki Kft



Electrolux EW6SM426BE keskeny gőzmosógép,
6kg,A+++ (170e.helyett)

145 000 Ft

Cím: Pest; Vác

Kategória: Eladó; Otthon, háztartás; Háztartási nagygépek; Mosógép

Feladás dátuma: tegnap, 10:54

Üzleti felhasználó

Kedvenc

Kapcsolatfelvétel a Hirdetővel

 **Elektro Outlet Vác
Háztartásigép Diszkont**
Elektro-Outlet Műszaki
Kft

További hirdetései

Üzleti felhasználó

Utóljára aktív: 18 órája

Telefonszám felfedése

Üzenet küldése

Az elérhető kapcsolattartási lehetőségeket a hirdető határozza meg.

Tanácsok biztonságos vásárláshoz

Megosztás

Facebook megosztás

Messenger megosztás

Elektro Outlet Vác Háztartásigép Diszkont adatlapja



Elektro Outlet Vác Háztartásigép Diszkont

+36306438483

Regisztrált: 2013. 09. 05.
Utóljára aktív: 18 órája

Üzleti felhasználó
Cégnev: Elektro-Outlet Műszaki Kft
Felhasználónév: Elektro Outlet Vác Háztartásigép Diszkont

Cég adatai

Hirdető követése

Értékesítő partnerekkel szembeni adatszolgáltatási igény

Üzleti Felhasználók kizárólag egyedi szerződés alapján hirdethetnek a Weboldalon az Bolt Kategóriákban.

A hirdetésfeladás regisztrációhoz kötött, ami során szükséges nyilatkozatot tenni, hogy a felhasználó magánszemély (**Magánszemély Felhasználó**) vagy üzleti tevékenységet (**Üzleti Felhasználó**) folytat.

A Jófogás.hu két feladói kategóriáját különböztet meg, **Üzleti Felhasználó** és **Magánszemély** vagy **Magánszemély Felhasználó**. Mindkét felhasználó esetében kötelező saját fiókot generálni, amihez érvényes e-mail cím szükséges. A regisztráció első lépéseként meg kell erősíteni a felhasználói fiók létrehozását, majd nyilatkozni kell a felhasználói státuszról. Az Üzleti felhasználók számára cégnév és adószám megadása szükséges a végleges hirdetői fiókhoz.

Az Üzleti Felhasználók a fiókregisztrációjuk során nyilatkoznak arról, hogy kereskedőnek minősülnek és elfogadják a Jófogás.hu ÁSZF rendelkezéseit. A működési szabályzatban foglaltak szerint az Üzleti Felhasználóknak a weboldal nyilvánosan elérhető profilján kötelező az alábbi adatokat feltüntetni: cég neve, székhelye, telefonszáma, e-mail címe. A DSA 30 cikk 1. pontban megfogalmazott adatokat részben kellett megadni a regisztrációnál.

Az általunk létrehozott üzleti fiók elkészítéséhez e-mail címet, cégnevet és adószámot kért a rendszer.

Regisztráció

Email cím*

Jelszó*

Jelszó megismétlése*

☐ Felhasználom a Jófogás.hu-t, és ezzel egyetemesen szavatolok a promisszumaim teljesítésére, hogy a módosított jogaim az átlagos felhasználókat megelégedtessék.

☐ A felhasználó adatbázisát az adatbázis kezelője ellenőrizte és elfogadta.

Regisztráció

Nyilatkozat

Mielőtt továbblépnél, kérjük, nyilatkozz!

Miért szükséges nyilatkozni?

Jogszabályoknak megfelelően felhasználói nyilatkozat alapján egyetemesen meg kell jelentetnünk a Jófogás.hu-n az adott hirdetés magánszemélytől vagy üzleti felhasználótól származik. Kérjük, válaszolj ki, milyen formában kívánod igénybe venni a szolgáltatásait!

Nyilatkozzam, hogy a posta@impetusresearch.hu email címhez tartozó felhasználói fiók:

☐ Magánszemély ☐ Üzleti felhasználó

Nyilatkozzam

Mi történik a nyilatkozat után?

A nyilatkozatot elmentjük a fiókodhoz, amit a későbbiekben nem lehet módosítani. Amennyiben magán és üzleti címet is használsz a Jófogás fiókod, akkor a későbbiekben javasoljuk a külön fiók és email cím használatát.

Továbbra is a platform minden funkcionálitása elérhető marad mint a magánszemélyek és üzleti felhasználók számára, kivéve a multirégió kiemelés. Azt csak az üzleti típusú felhasználók tudják használni.

Az üzleti felhasználók esetén kötelező kitölteni a cégnevét és az adószám mezőket, de azok módosíthatók lesznek a profil menüpont alatt. Az üzleti felhasználó által megadott cégneve nyilvánosan megjelenik a listázott oldalakon, a hirdetői szelvényen, illetve a hirdetői szelvényen.

Ki az üzleti felhasználó?

Üzleti felhasználók, akik üzleti tevékenységet folytatnak a Jófogás.hu-n: kereskedők, ügyvéti tevékenység vagy szolgáltatás. Példák:

- Kereskedők, piaci kereskedők vagy nagykereskedők
- Autókereskedők és autóbontók
- Ingatlankezelők
- Szolgáltatást nyújtó vállalkozók
- Állás hirdető, állásinterjúk

Felhasználó

0 hirdetés | 0 követő | 0 követő | 0 követő | 0 követő

Fikszített bejegyzések

posta@impetusresearch.hu

Impetus Research Kft.

0 profil kép feltöltése

Hírlap címe: Impetus Research Kft.	Adatvédelmi tájékoztató
Cég címe: Impetus Research Kft.	Adatvédelmi tájékoztató
Cég címe: Impetus Research Kft.	Adatvédelmi tájékoztató
Cég címe: Impetus Research Kft.	Adatvédelmi tájékoztató

Telefonos bejegyzések

Megjegyzés: a telefonos bejegyzések...

Telefonos bejegyzések: a telefonos bejegyzések...

[0 telefonos bejegyzés](#)

Hirdetés feladásánál szintén nem kérte a cég székhelyének a címét és telefonszámát. Hirdetői adatnál csak a korábban megadott cégnév található.

Elérhetőségek

Megjegyzés: a telefonos bejegyzések...

Megjegyzés: a telefonos bejegyzések...

Hogyan szeretnéd, hogy kapcsolatba lépjenek Veled?

☐ telefonon

☒ Jöfogség üzenetben

Há kövessz, a hirdetés a telefonszámod publikus lesz.

Beleegyezés

☐ Gattakozom a Jöfogség hírlapjához, hogy ne maradjanak le a személyre szabott tartalmakról, a hirdetésről, a nyaralásokról és a partnernek promóciójáról. Hozzájárulok, hogy e-maileket kapjak az Adatvédelmi Tájékoztatóról.

☐ Hozzájárulok, hogy push notifikációk reklámjait küldjön a Jöfogség Kft. a Jöfogség szolgáltatásaival kapcsolatban, illetve üzleti partnerei reklámjairól az Adatvédelmi Tájékoztatóról.

☒ Elolvastam és elfogadom a Jöfogség Felhasználói Szerződését.

[Feladom a hirdetést](#)

Aktiválja a Windows

Aktiválja a Windows rendszert

7.4.11. Pepita

Leírás

A Pepita.hu (www.pepita.hu) egy online piactér, mely lehetővé teszi a fogyasztóknak, hogy távollevők közötti szerződéseket kössenek kereskedőkkel. Emellett webshopként is funkcionál, hiszen tulajdonosa maga is értékesít termékeket a felületen keresztül.

Ár-összehasonlító	 PiacTér	Apróhirdetési oldal	Platform
-------------------	---	---------------------	----------

Az üzleti modell kommunikálása a fogyasztók felé

A szolgáltató az üzleti modelljét a főoldal láblécéből elérhető bemutatkozó oldalon (<https://pepita.hu/rolunk>) röviden definiálja: „A Pepita.hu 2017. nyarán indult marketplace / webáruház”. Ezen túlmenően a gyakran ismételt kérdések (<https://pepita.hu/gyakran-ismetelt-kerdesek>) szállítási költségekkel kapcsolatos részében találtunk még arra vonatkozó információt, hogy több termék megrendelése esetén azért fordulhat elő többszörös szállítási költség, mert a termékek akár több értékesítő partnertől is származhatnak. Ez közvetett módon utal az üzleti modellre.

A <https://pepita.hu/fogalom-es-jelmagyarazat> oldalon információkat kaphat a felhasználó az oldal ajánlórendszerének működési elveiről, azaz, hogy mi alapján kerülnek a termékek rangsorolásra és mit jelentenek a különböző típusú kiemelések/megjelenítések.

Általános szerződési feltételek

Az oldal láblécéből megnyitható a használati szabályzat. Ennek általános részében a szolgáltató definiálja, hogy a platform webáruházként és online piactérként is működik és ezeket a fogalmakat definiálja is.

A szabályzat további cikkeiből a felhasználó további információkat kaphat az üzleti modell jellegéről. A „Szállítás” fejezetből például kiderül, hogy „A szállítást a Kereskedők saját hatáskörükben, a Üzemeltetőtől függetlenül szervezik”. Emellett a 3. melléklet részletesen ismerteti, hogy a vásárló a kellékszavatossági, termékszavatossági és kötelező jótálláson alapuló jogait kivel szemben gyakorolhatja.

Eladókkal kapcsolatos információk megjelenítése (a DSA 30. cikk (1) és (7) bekezdés által előírt információk)

Termékeket és/vagy szolgáltatásokat maga a Pepita.hu üzemeltetője vagy annak partnerei kínálnak eladásra.

(a) A kereskedő neve, címe és elérhetősége

Az eladó azonosítása a termékek listázása során nem történik meg, de egy termékre kattintva már látható annak értékesítője. Az értékesítő nevére kattintva elsőként az összes általa forgalmazott termék kilistázása történik meg és az értékesítő adatai csak ugyanezen az oldalon a „vélemények, információk” fülre kattintva érhetők el, ahol még a vélemények alá görgetve lehet megtalálni az adatlapot. Ezen megjelenik a kereskedő neve, címe, valamint telefonos és e-mail elérhetősége.

(d) A kereskedő cégjegyzékbe vagy hasonló közérdekű nyilvántartásba való bejegyzése és azonosítója:

A kereskedő adatlapján elérhető a cég adószáma, de cégregisztrációs azonosítója nem.

(e) A kereskedő saját kiállítású tanúsítványa, amelyben vállalja, hogy csak olyan termékeket vagy szolgáltatásokat kínál, amelyek megfelelnek az uniós jog alkalmazandó szabályainak:

A regisztrációs folyamata során a kereskedők vállalják, hogy jogszerűen forgalmazható termékeket árulnak, de erről a vásárlók számára a termékadatlapokon jellemzően nem jelenik meg információ.

Az ÁSZF 5.1. pontja alapján „a Partner felelős azért, hogy az Ajánlatban szerepeljen minden olyan információ, amelyet a hatályos jogszabályok alapján fel kell tüntetni.”

pepita.hu | Kivall i fűnyíró | Keresés

Hélo, jelentkez be
6 ok, hogy miért

Bejelentkezés | Társasági Vásár | Beszélgetés | Megtekintett termékek | Összes kategória | Ügyfélszolgálat

Pepita » Otthon & Kert » Kert » Kerti szerszám & Gép » Fűnyíró » Riwall fűnyírók

Riwall RRM 600 600 m2 akkumulátoros robotfűnyíró



Riwall RRM 600 600 m2 akkumulátoros robotfűnyíró

- 13 %

223 439 Ft
194 809 Ft

1 db

Kosárba rakom

✓ Árdiagram

Raktáron

4 munkanapos várható kiszállási idő
C/5 csomaggarancia: 1 190 Ft
Hőmérsékletkorlátozás: 1 890 Ft
MPL hűtőszekrény: 1 890 Ft

14 napos elvétel - info

Forgalmazó: Iroda24 Super Seller

Pepita » Forgalmazók » Iroda24

Iroda24 Super Seller

92.00% ajánlja 1 570 eladós

Termékek | Vélemények, információk | Ajánlatok

92.08%
ajánlja a forgalmazókat

Kiszállási gyorsasága	Csomagolás	Futár
5 / 5 ★★★★★	5 / 5 ★★★★★	5 / 5 ★★★★★

Átlagpont: 96% - az megítélés alapján 1 570 eladóból

1 570 eladás alapján
ebből 153 az elmúlt hónapban

Utolsó bulipont: 2025-03-08 07:23:21

51 valós vásárlói vélemény

5/5
Erika, 2025-03-28
Súper

✓ Kiszállási gyorsasága
- Csomagolás
- Futár

5/5
Márton, 2025-03-24
Súper

✓ Kiszállási gyorsasága
- Csomagolás
- Futár

Iroda24

A Mentor Computer Kft. 1997 decemberében, egy több éve üzemelő, egyre bővülő egyéni vállalkozás kereteit kinőve alakult, akkor még elsősorban számítástechnikával foglalkozó vállalkozássá. Cégünk, mint a régió kezdetől vezető informatikai vállalkozása részt vett környékünk jelentősebb ipari és kereskedelmi vállalkozásainak, önkormányzati, oktatási és egyéb költségvetési szerveinek informatikai, telekommunikációs infrastruktúrájának kialakításában. Az internetes üzletágunk által működtetett webáruházak néhány éven belül – köszönhetően a nagyrészt cégünk által importált kínálatnak – a nyomtató és nyomtatási kellékanyag ellátás egyik meghatározó szereplőjévé váltak. Irodaellátással, üzemeltetéssel foglalkozó üzletünk dinamikusan fejlődik, a fogyasztók, kisvállalkozások ellátására szakosodott weboldalunk a piacvezető online marketplace oldalakon egyre nagyobb hangsúlyal szerepel. Üzleti terveinkben, a fejlődési irány meghatározásában mindig fontos szerepet kapott a stabil, megbízható szervizháló és tudásbázis megteremtése, az ügyfelek igényeinek teljes körű kiszolgálása. Árbevételünk jelentős része szolgáltatások értékesítéséből adódik, így kezdetől fogva mindig próbáltunk többet nyújtani ügyfeleinknek a "doboztologatásnál". Piaci szerepünk növekedésével együtt fejlesztjük logisztikai hátterünket, egyre nagyobb raktárkészlet biztosításával, a rendelés kiszolgálás informatikai és eszközparkjának korszerűsítésével meg tudunk felelni az újabb és újabb kihívásoknak.

2023 óta tagja a Pepita Marketplace-nek
Ez idő alatt 1 574 megrendelést szolgált ki, 26 esetben fordult elő garanciális ügyintézés vagy elállás.

Cégnév: Mentor Computer Kft.

A cég adószáma: 11787064-2-05

A cég székhelye: HU - 3400 Mezőkövesd, Diófa út

Visszaküldési cím: HU - 3400 Mezőkövesd, Diófa út

Email: info+iroda24@pepita.hu

Telefonszám: [+36306554403](tel:+36306554403)

Értékesítő partnerekkel szembeni adatszolgáltatási igény

A Partner a regisztráció (Pepita.hu - Marketplace regisztráció) során elfogadja a hatályos ÁSZF-et, valamint megadja a Szolgáltató által kért adatokat.

- szerződő társaság, egyéni vállalkozó számlázási neve
- szerződő társaság, egyéni vállalkozó címe
- e-mail cím,
- kapcsolattartó neve és telefonszáma
- adószám, EU adószám, OSS kód
- ügyfélszolgálat e-mail címe és telefonszáma

Értékesíteni szeretnék a Pepita Marketplacen

Email

Email

Telefon

Telefon

Vállalkozás neve

pl.: Kovács János EV, vagy Kiss Kft.

Adószám

Adószám

EU Adószám

EU Adószám

Cégképviselő neve

Cégképviselő neve

☐ Az Általános Szerződési Feltételek-et elolvastam, és elfogadom.

Bezáras

Regisztrálok a vállalkozásom

Cégadatok

Az utolsó 4 mezőben, a legördülő menüből tud választani!

Megjelenítendő név <i>(fantázianév)</i>	
Cég neve	
Cég székhelye	
Cégjegyzékszám <i>(egyéni vállalkozó esetén nyilvántartási szám)</i>	
EU adószám <i>(nemzetközi értékesítés esetén)</i>	
Csomagfelvételi cím <i>(Pepita - GLS csomagautomata szállítás esetén)</i>	
Csomag visszaíró cím <i>(Pepita - GLS csomagautomata szállítás esetén)</i>	
Raktári kontakt személy neve	
Raktári kontakt telefonszáma	
Ügyfélszolgálati e-mail cím	
Ügyfélszolgálati telefonszám	
Számlázás kapcsolattartó neve	
Számlázás kapcsolattartó e-mail címe	
Számlázás kapcsolattartó telefonszáma	
Üzleti kapcsolattartó neve	
Üzleti kapcsolattartó e-mail címe	
Üzleti kapcsolattartó telefonszáma	
Feltöltésre kerülő termékek száma	
Termékfeltöltés módja?	
Feed használata esetén, a feed típusa?	
Vannak speciális szállítási díjjal rendelkező termékei? (túl nagy terjedelmű, túl nagy súlyú termékek?)	
Vannak-e termék között variációs termékek?	

7.4.12. Szallas.hu

Leírás

A Szallas.hu (www.szallas.hu) online piactérként működő szállásfoglaló platform, ahol szállodák, hotelek, apartmanok, panziók és egyéb magánszálláshelyek ajánlatai és online foglalásai találhatóak.

A Szallas.hu nem közvetlenül értékesít fogyasztók felé, hanem közvetítőként működik.

Ár-összehasonlító	 Piactér	Apróhirdetési oldal	Platform
-------------------	---	---------------------	----------

Az üzleti modell kommunikálása a fogyasztók felé

A szallas.hu szolgáltató a főoldalról elérhető „Rólunk” bemutatkozó oldalon teszi elérhetővé a legfontosabb cégadatokat (<https://szallas.hu/rolunk>) és röviden bemutatja az oldal üzleti modelljét („A Szallas.hu célja, hogy összehozza az utazót a szállásadóval, a szállásadót pedig az utazóval.”).

Általános szerződési feltételek

Felhasználók részére (szállást keresők) a Szallas.hu felhasználási feltételei 2025.02.12. - Szallas.hu oldalon található részletes leírás a cég működési elvéről és a szolgáltatások igénybevételéről. A III. 5-7 pontjai részletesen ismertetik a legfontosabb tudnivalókat az üzleti modelről. Kiemelendő ezek közül a következő:

„A Partner és a Szolgáltató között Ptk. 6:293 – 6:301 §-ai szerinti tartós közvetítői jogviszony áll fenn, amely alapján a Szolgáltató önállóan eljárva jogosult a Partnernek a Felhasználókkal kötendő szerződéseinek közvetítésére, a Partner nevében történő megkötésére és a Ptk. 6:129. §-a szerinti közreműködő személyként a Szerződés szerinti díjak Felhasználóktól történő átvételére és továbbítására.”

Emellett a 63. pont is részletesen leírja, hogy mely felek között jön létre szerződéses kapcsolat: „A Felhasználó által kért ajánlat, és kezdeményezett Foglалás kizárólag Partner és a Felhasználó között eredményezheti szállás igénybevételére vonatkozóan szerződéses kapcsolat létrejöttét, Szolgáltató ezen jogviszonyokban félként nem vesz részt.”

A felhasználási feltételekben a rangsorolás szempontjai is részletesen kifejtésre kerülnek: „A ... Szolgáltató ... jogosult a szállásadó Partnerek ajánlatainak sorrendjét meghatározó rendszert üzemeltetni oly módon, hogy ezen rendszerről a vonatkozó jogszabályok szerint mind a felületen, mind a szerződési feltételeiben tájékoztatást ad (a továbbiakban: „Rangsorolás”). A Rangsorolás szempontrendszer többtényezős; tényezők többek között, de nem kizárólagosan az alábbiak: a Partner által fizetett (fizetendő) Jutalék mértéke, a Platformon feltüntetett szálláshely aloldal látogatóinak és az ahhoz viszonyított Foglалásoknak az arányszáma (a továbbiakban: „Konverzió”), a Foglалások száma, a lemondások részaránya, a vendégértékelések pontszáma, a Partner ügyfélszolgálatának minősége, a vendégpanaszok száma és típusa, valamint a Partner fizetési fegyelmének minősítése.”

A felhasználási feltételek XV. fejezetében és különösen annak 60-62. pontjaiban a Szolgáltató részletesen leírja, hogy nem vállal felelősséget a Partner által megadott információk helyességéért, illetve a nyújtott szolgáltatás minőségéért.

Eladókkal kapcsolatos információk megjelenítése (a DSA 30. cikk (1) és (7) bekezdés által előírt információk)

(a) A kereskedő neve, címe és elérhetősége

A szálláshelyek listázása során a szálláshely márkaneve (fantázianeve) jelenik meg. Egy szálláshelyre kattintva annak címe kerül további információként megjelenítésre. A lap aljáig görgetve a szálláshely üzemeltetőjének neve található meg. A névre kattintva az üzemeltető részletes adatai jeleníthetők. Az adatok tartalmazzák az üzemeltető címét, elérhetőségét (e-mail, telefonszám).

(d) A kereskedő cégjegyzékbe vagy hasonló közérdekű nyilvántartásba való bejegyzése és azonosítója:

Az üzemeltető adatlapján elérhető annak cégjegyzékszáma. További információként a szálláshely oldalán az NTAK regisztrációs szám is megjelenítésre kerül.

(e) A kereskedő saját kiállítású tanúsítványa, amelyben vállalja, hogy csak olyan termékeket vagy szolgáltatásokat kínál, amelyek megfelelnek az uniós jog alkalmazandó szabályainak:

Ilyen jellegű adatot nem találtunk az oldalon.

Teal Apartman Veszprém

8200 Veszprém, Ádám Iván utca 28. (Magyarország)



1/74 foto

már. 27. cs - már. 29. szo 3 nap / 2 éj
2 főre: Ellátás nélkül

A szálláshely márc. 27. napjától legalább 4 éjszakára tud vendéget fogadni.

Dátum kiválasztása

ONLINE FIZETÉS Gyors, költsémszerű online fizetés!
Fizetési lehetőségek

- 1111 program tekinthető a könyveken
- 96 ajándék programkupon, ha bejelentkezve foglalsz! [Részletek](#)
- Üdületi strand 12 km
- Származhat ránk!
- Azonnali visszajelzés
- Ingyenes WiFi

3.5 km Vasútállás

Házirend

Bejelentkezés

14:00 - 20:00

Amennyiben késő

Kijelentkezés

10:00-ig

Beszélt nyelvek

Magyar, Angol

Elfogadott pénznemek

USD (\$) , HUF (Ft) , EUR (€)

Elfogadott kártyatípusok






Idegenforgalmi adó

A teljes ár tartalmazza, mely 18 éves kor felett 500 Ft / fő / éj

NTAK regisztrációs szám

MA23067170 - Apartman

Üzemeltető

Husztli Sándor Csaba

Üzemeltető információk

Székhely cím: 2011 Budakalász, Diófa utca 21

Cégjegyzékszám: 55707738

Telefonszám: +36302244445

E-mail cím: betealapartman@gmail.com

További információk 

Bezáró

Értékesítő partnerekkel szembeni adatszolgáltatási igény

ÁSZF. 2. pontja alapján „A Szolgáltató partnerének minősül a Platformon szállásajánlatot közzé tevő harmadik személy (továbbiakban: „Partner”). Egy adott szállás adatlapján található információkat, azaz a szállásajánlat lehetséges tartalmát minden esetben Partner határozza meg. Ezen adatlap hiányosságaiért, illetve a Partner üzleti magatartásáért Szolgáltató semmiféle felelősséget nem vállal.”

7.4.13. Vatera

Leírás

A Vatera.hu (www.vatera.hu) magát online piactérként és online aukciós portálként definiálja.

Ár-összehasonlító	 Piactér	Apróhirdetési oldal	Platform
-------------------	--	---------------------	----------

Az üzleti modell kommunikálása a fogyasztók felé

A szolgáltató az üzleti modelljét nem igazán ismerteti a fogyasztók számára. A domain begépelése során – amennyiben az oldalt korábban már használta a felhasználó – megjelenhet a „Vatera – az online piactér: vásárlás, aukció, eladás” marketingüzenet, ami orientálhatja a felhasználót az oldal működési céljaival kapcsolatban. A főoldal láblécéből elérhető Díjtáblázat aloldal (<https://www.vatera.hu/info/dijtablázat>) közvetetten mutatja az oldal bevételeinek forrását.

Általános szerződési feltételek

A főoldal láblécéből elérhető ÁSZF oldal (<https://www.vatera.hu/altalanos-felhasznalasi-feltetelek>) bővebb információt tartalmaz az üzleti modellel kapcsolatban. Bár direkt módon nem részletezi az üzleti modell lényegét, az eladói és vásárlói részvétel feltételeit tartalmazza.

Az ÁSZF tartalmazza, hogy az online felület működtetését a Vatera közvetítő szolgáltatóként végzi, azaz nem ő maga értékesít. Ebből fakadóan a *„Vatera nem felel ... a meghirdetett termékek minőségéért, biztonságáért és jogszabályi megfeleléséért és nem vállal kötelezettséget ezen termékek ellenőrzéséért”* (4. fejezet).

Az ÁSZF 3.22 pontja részletesen tartalmazza a kiemelési és rangsorolási elveket.

Eladókkal kapcsolatos információk megjelenítése (a DSA 30. cikk (1) és (7) bekezdés által előírt információk)

(a) A kereskedő neve, címe és elérhetősége

Eladóknak csak a regisztrált nevük érhető el. A vásárlók az eladókkal csak a felületen keresztül tudnak kapcsolatba lépni, az eladó személyére csak a vásárlás után derül fény. Az ÁSZF alapján a kereskedőnek (vásárlás esetén) a visszaigazolásban meg kell adnia legalább a következő adatokat: neve (cégneve), székhelye (telephelye) vagy lakcíme, elérhetőségei (elsősorban: e-mail címe), nyilvántartásba vevő bíróság vagy hatóság megnevezése, nyilvántartási száma, engedélyköteles tevékenység esetén: engedélyező hatóság megnevezése, kiadott engedélyének száma, adószáma, esetlegesen, tevékenységére irányadó magatartási kódex és annak online hozzáférhetőségének megjelölése. Az azonosítás tehát a termék megvásárlása után történik meg.

(d) A kereskedő cégjegyzékbe vagy hasonló közérdekű nyilvántartásba való bejegyzése és azonosítója:

Ezt az információt is a vásárlás után tudja megkapni a vásárló.

(e) A kereskedő saját kiállítású tanúsítványa, amelyben vállalja, hogy csak olyan termékeket vagy szolgáltatásokat kínál, amelyek megfelelnek az uniós jog alkalmazandó szabályainak:
Erre vonatkozó információt nem találtunk az ÁSZF-ben.



Klírma hűtő-fűtő

Állapot: új
Termék helye: Pest megye
Eladó: [geeroonimo](#) (8)
még 12 napig érhető el

★ érdekel

245 000 Ft

Az eladó telefonon hívható



Livingston SmartChill hordozható mini léghűtő

Állapot: új
Termék helye: Győr-Ménfőcsanak-Sopron megye
Eladó: [WSTeleshop](#) (1326)
még 9 napig érhető el

★ érdekel

19 990 Ft

Ingyenes házhozszállítás

WSTeleshop (1326) **97.43%** 

97.43% pozitív visszajelzés (1325 Felhasználó adta)

Értékelés	Az elmúlt 7 napban	Az elmúlt 30 napban	Összesen	Az elmúlt 30 napban átlagos értékelés
Pozitív:	0	0	1325	1389 adóssal
Semleges:	0	0	88	88 adóssal
Negatív:	0	0	35	35 adóssal
Összesen:	0	0	1448	1512 adóssal

A megvett termék: ★★★★★

Kapcsolatfelvétel az Eladóval: ★★★★★

A tranzakció lebonyolítása: ★★★★★

Szállítás és csomagolás: ★★★★★

Lokalizáció: Győr

Regisztráció dátuma: 2010.08.18.

Utolsó belépés: 2024.03.13. 15:47

Teljes jogú felhasználó!

54 felhasználó kedveli eladóját

Hozzáadás a kedvenc eladókhoz

WSTeleshop hirdetések beállításai

A FELHASZNÁLÓ ÖSSZES HIRDETÉSE

Mit jelent a felhasználónév mellett megjelenő táskák ikon?

A felhasználónév mellett megjelenő táskák ikon azt jelenti, hogy a felhasználó kereskedői fiókkal rendelkezik a platformon (pl. egyéni vállalkozó, Kft., stb.).



Eladó: [kottafutar\(1143\)](#)   

A megvásárolt termék: ★★★★★

Kapcsolatfelvétel az eladóval: ★★★★★

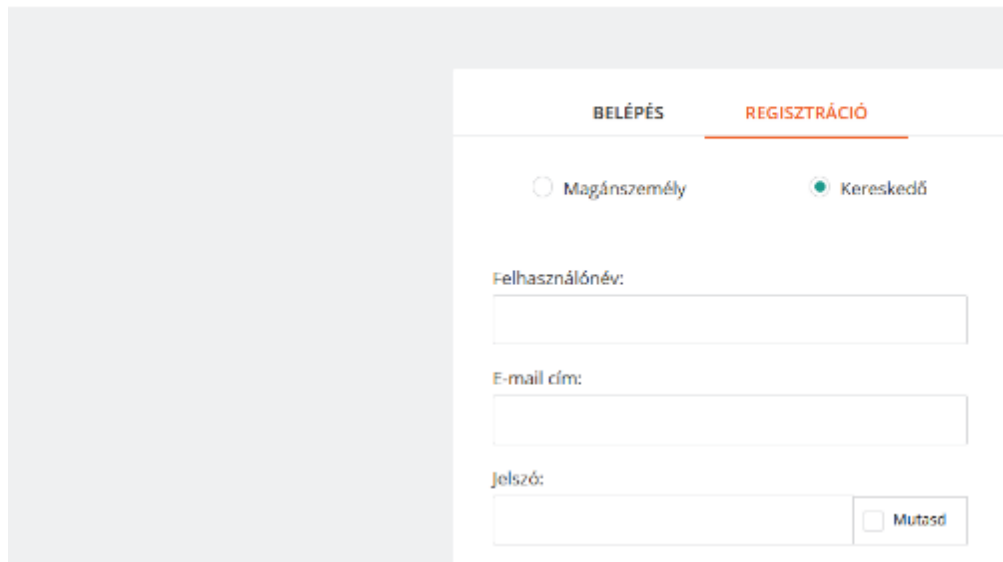
A tranzakció lebonyolítása: ★★★★★

Szállítás és csomagolás: ★★★★★

Értékesítő partnerekkel szembeni adatszolgáltatási igény

A regisztrációs felületen kell létrehozni egy Üzleti fiókot. A fiók generálásához meg kell adni a cégnevet, adószámot, cégjegyzékszámot, a székhely címét, a kapcsolattartó nevét, e-mail címét, telefonszámát, bankszámlaszámát. A fiók aktiválását e-mailben kell megerősíteni. Hitelesítés céljából további adatokat, dokumentumokat kérhetnek be (cégkivonat másolata, aláírási címpéldány vagy aláírás-minta, adószám igazolás).

vatera



The screenshot shows the Vatera registration interface. At the top, there are two tabs: "BELÉPÉS" (Login) and "REGISZTRÁCIÓ" (Registration), with the latter being the active tab. Below the tabs, there are two radio buttons for user type: "Magánszemély" (Private person) and "Kereskedő" (Merchant), with "Kereskedő" selected. The form includes three input fields: "Felhasználónév:" (Username), "E-mail cím:" (Email address), and "Jelszó:" (Password). The password field has a "Mutasd" (Show) button next to it. The form is set against a light gray background.

Céges adatok

Cégnév:

Fő termékkör:

Kapcsolattartó neve:

Kereskedői bankszámlaszám:

Ország:

Magyarország ▼

Irányítószám:

Város:

Utca, házszám:

Kérjük, válasszon! ▼

Telefonszám:

Magyarország (+36) ▼

[Pénzügyi kapcsolattartót is megadok](#)▼

- ☐ Kérek Vatera hírlevelet
- ☐ Kérek Lealkudtuk.hu hírlevelet

REGISZTRÁLOK

A regisztrációval jogosultságot szerzel a TeszVesz.hu portál használatára is.

A gombra kattintva elfogadod az alábbiakat:

[Vatera.hu Adatkezelési Tájékoztató](#)

[Vatera.hu Általános Felhasználási Feltételek](#)

7.4.14. Foodora

Leírás

A Foodora (www.foodora.hu) online rendelési és kiszállítási platform, saját definíciója szerint a világ legnagyobb digitális gyorskereskedelmi platformja. A weboldalon vagy mobilapplikáción regisztrált felhasználók éttermekből, boltokból és egyéb üzletekből rendelhetnek ételeket és termékeket, melyet a Foodora futárai vagy az üzletek saját futárszolgálatai szállítanak ki. A Foodora Market webáruházként is üzemel, ahol a szolgáltató a saját termékeit szállítja ki a vásárlóknak.

Ár-összehasonlító	 Piactér	Apróhirdetési oldal	Platform
-------------------	---	---------------------	----------

Az üzleti modell kommunikálása a fogyasztók felé

A szolgáltató a főoldal láblécéből elérhető céginformáció (<https://www.foodora.hu/contents/ceginformacio>) oldalon közérthetően mutatja be üzleti modelljét: „A foodora kiszállítási szolgáltatása ... összeköti a vásárlókat az éttermi és üzleti partnerekkel, valamint a futárpartnerekkel, akik bármit házhoz szállítanak, ami elfér egy futártáskában - legyen szó egy kiadós ebédről, bevásárlásról vagy akár kozmetikai termékekről, akár 30 perc alatt.”

A Foodora Marketről pedig azt írják: „Gyorsan, akár 30 percen belül házhoz visszük az élelmiszert és a különböző háztartási cikkeket a foodora saját üzleteiből.”

Általános szerződési feltételek

A Szolgáltató weboldalán elérhető Általános Szerződési Feltételek (ÁSZF) dokumentum egyértelműen meghatározza a cég üzleti modelljét. Az oldalon történő rendelést a következőképpen definiálják: „A Fogyasztónak a Platformon kiválasztott Termék megvásárlására irányuló szerződéskötési ajánlata, amelyet a Szolgáltató közvetít a Partner felé a Szolgáltató és a Partner között létrejött külön szerződés alapján.”

Az ÁSZF 1. számú mellékletének 2. pontja tartalmazza a felelősséggel kapcsolatos tudnivalókat. Ez alapján a szolgáltató deklarálja, hogy „A Platformon szereplő aktuális tartalommal, a megjelenített ajánlatokkal, ezek elérhetőségével és minőségével kapcsolatos minden felelősség a Partnert terheli. A Fogyasztó a kiszállított Termékekkel kapcsolatos minőségi kifogás esetén az Terméket értékesítő Partnerhez fordulhat, ezzel kapcsolatos igényét csak a Partnerrel szemben tudja érvényesíteni.” Emellett a „Partner felelős a Rendelés nem, vagy nem megfelelő teljesítésért, és ő köteles a fogyasztó felé helytállni”.

A dokumentumban a keresési találatok megjelenítési sorrendjére vonatkozó információt nem találtunk.

Eladókkal kapcsolatos információk megjelenítése (a DSA 30. cikk (1) és (7) bekezdés által előírt információk)

(a) A kereskedő neve, címe és elérhetősége

Az elérhető termékek listázása során a partner márkaneve kerül megjelenítésre. A termékre kattintva szintén a partner márkanevét találhatjuk meg a termékoldalon. Erre kattintva részletes adatlapot láthatunk a partnerről, mely tartalmazza a partner pontos megnevezését, székhelyét és elérhetőségét (telefonszám, e-mail-cím).

(d) A kereskedő cégjegyzékbe vagy hasonló közérdekű nyilvántartásba való bejegyzése és azonosítója:

Az adatlap tartalmazza a partner cégjegyzésszámát is.

(e) A kereskedő saját kiállítású tanúsítványa, amelyben vállalja, hogy csak olyan termékeket vagy szolgáltatásokat kínál, amelyek megfelelnek az uniós jog alkalmazandó szabályainak:

Erre vonatkozóan nem találtunk információt.

[Kezdőlap](#) > [Budapest](#) > Gerbeaud Cukrászda és Kávéház



Sütemények - Desszertek - SZÉP kártyás fizetés - Reggeli & Kávé

Gerbeaud Cukrászda és Kávéház

 **Ingyenes Kiszállítás** +099 Ft •  Minimum rendelési érték 2 000 Ft •  3,75% Rendszerhasználati díj (min. 150 Ft)

 4,8/5 (100+)  **Értékelések**  **Több**

[Tavaszi újdonságok \(2\)](#) [Péksütemények \(5\)](#) [Sütemények & Pohárdesszertek \(18\)](#) [Egész torták \(4\)](#) [K](#)

Gerbeaud Cukrászda és Kávéház

Kiszállítási szolgáltató

foodora futár

Melegétel szolgáltató

Jogi megnevezés: Gerbeaud Gasztronómia Kft.

Cégjegyzékszám/nyilvántartási szám: 01 09 730963

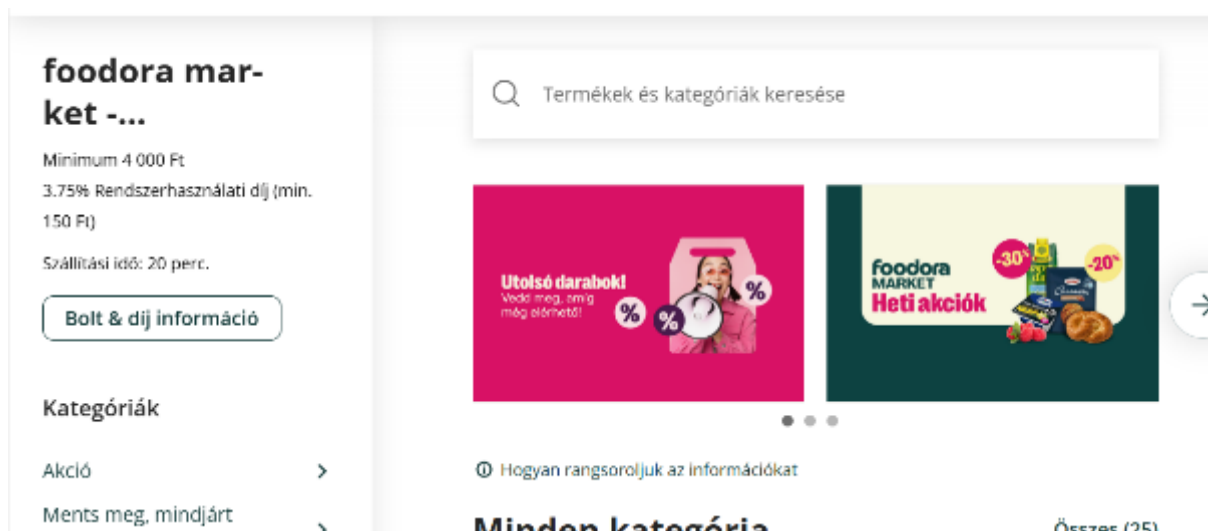
Székhely: Vörösmarty tér 7-8.

Telefonszám: +36303827701

Email: reka.palotas@gerbeaud.hu

Fizetési módok

SimplePay, Bankkártya, OTP SZÉP kártya by BIGFISH, K&H SZÉP kártya by BIGFISH, Számla, MBH SZÉP kártya by BIGFISH, Apple Pay, Google Pay, Credit or Debit Card



Üzlet információ

Delivery Hero Dmart Hungary Kft.

Jogi megnevezés: Delivery Hero Dmart Hungary Kft.

Cégjegyzékszám/nyilvántartási szám: 01 09 371824

Székhely: Soroksári út 30-34

Telefonszám: +36303866808

Email: pesterzsebet@foodora.hu

Értékesítő partnerekkel szembeni adatszolgáltatási igény

Eladóként történő előzetes regisztráció nem sikerült.

Az Üzleti szerződési feltételek II. fejezete ([Általános Szerződési Feltételek Partneri 241101.pdf](#) - Google Drive) meghatározza a szerződött partnerektől elvárt adatszolgáltatási kötelezettséget.

7.4.15. Wolt

Leírás

A Wolt.hu (www.wolt.hu) online rendelési és kiszállítási platform. A regisztrált felhasználók a Wolt alkalmazáson keresztül éttermekből, boltokból és egyéb üzletekből rendelhetnek ételeket és termékeket. A megvásárolt termékek átvétele kiszállítással (a Wolt futárai vagy az üzletek saját futárszolgálatai) vagy Partner értékesítési helyén történő személyes átvétellel történhet. A Wolt Market szolgáltatás esetében webáruházként is működik.

Ár-összehasonlító	 Piactér	Apróhirdetési oldal	Platform
-------------------	---	---------------------	----------

Az üzleti modell kommunikálása a fogyasztók felé

A szolgáltatásról a weboldalán keresztül nem érhető el magyar nyelven bemutatkozó anyag, így a felhasználók angoltudással szerezhetnek információt az üzleti modelről.

A főoldal láblécéből elérhető „Rólunk” aloldalon (<https://explore.wolt.com/hu/hun/about>) megtalálható angol nyelvű cégismertető röviden leírja, az üzleti modell jellegét: *„Wolt develops a local commerce platform that connects people looking to order food, groceries, and other goods with people interested in selling and delivering them.”*

Általános szerződési feltételek

A felhasználási feltételek már elérhető magyar nyelven, szintén a főoldal láblécéből (<https://explore.wolt.com/hu/hun/terms>). Ebben a dokumentumban megtalálható az üzleti modell leírása is. A 3 bekezdés részletesen bemutatja a „Wolt szolgáltatás leírását”. Innen a fogyasztó megtudhatja, hogy: *„A Wolt olyan területet biztosít, amelyen a Felhasználók ételeket és Kiskereskedelmi Termékeket vásárolhatnak, továbbá kiszállítási szolgáltatást nyújt a Felhasználók számára a bizonyos Partnerektől vásárolt termékek vonatkozásában, amennyiben a Felhasználó kiszállításra vonatkozó megrendelést is leadott.”*

A vásárló és eladó közötti jogviszony is kifejtésre kerül: *„Amikor a Partner elfogadja a Rendelést, és a Wolt a Partner nevében a Felhasználó részére visszaigazolja a Rendelést, akkor a Felhasználó vagy a Vásárló Szervezet és a Partner között Adásvételi Megállapodás jön létre.”* Illetve a kiszállításra vonatkozóan a Wolt és a vásárló között jön létre szerződés: *„Miután a visszaigazolás a Felhasználó részére megküldésre kerül, és amennyiben a Felhasználó a Rendelés kiszállítása iránt is rendelést ad le, a Felhasználó vagy a Vásárló Szervezet és a Wolt között is jogi kötéserővel bíró szerződés jön létre a kiszállítási szolgáltatás nyújtására... A kiszállítási szolgáltatást a Felhasználó vagy Vásárló Szervezet részére a Wolt nyújtja.”*

A felelősségi körök is részletesen bemutatásra kerülnek: *„A Wolt nem felel a Felhasználó felé az Adásvételi Megállapodás Partner részéről történő megfelelő teljesítéséért.”*

A dokumentumban a keresési találatok megjelenítési sorrendjére vonatkozó információt nem találtunk.

Eladókkal kapcsolatos információk megjelenítése (a DSA 30. cikk (1) és (7) bekezdés által előírt információk)

(a) A kereskedő neve, címe és elérhetősége

Az elérhető termékek listázása során a partner márkaneve kerül megjelenítésre. A termékre kattintva szintén a partner márkanevét találhatjuk meg a termékoldalon, valamint a lap aljára görgetve annak címe és telefonszáma is elérhetővé válik, illetve a weboldalához vezető link is megtalálható.

(d) A kereskedő cégjegyzékbe vagy hasonló közérdekű nyilvántartásba való bejegyzése és azonosítója: Ilyen jellegű információt nem találtunk az oldalon.

(e) A kereskedő saját kiállítású tanúsítványa, amelyben vállalja, hogy csak olyan termékeket vagy szolgáltatásokat kínál, amelyek megfelelnek az uniós jog alkalmazandó szabályainak:

Erre vonatkozóan nem találtunk információt.



Fehérbor



Rozé



Vörösbor



Pezsgő

[A legtöbbet rendelt](#)

Cím	Kiszállítási idő	További információk														
Balatoni út 14. 2049 Érd / Diósd Megnézem a térképen	<table><tr><td>hétfő</td><td>09:00–20:30</td></tr><tr><td>kedd</td><td>09:00–20:30</td></tr><tr><td>szerda</td><td>09:00–20:30</td></tr><tr><td>csütörtök</td><td>09:00–20:30</td></tr><tr><td>péntek</td><td>09:00–20:30</td></tr><tr><td>szombat</td><td>09:00–20:30</td></tr><tr><td>vasárnap</td><td>09:00–20:30</td></tr></table>	hétfő	09:00–20:30	kedd	09:00–20:30	szerda	09:00–20:30	csütörtök	09:00–20:30	péntek	09:00–20:30	szombat	09:00–20:30	vasárnap	09:00–20:30	+36702174015 Látogass el a weboldalra
hétfő	09:00–20:30															
kedd	09:00–20:30															
szerda	09:00–20:30															
csütörtök	09:00–20:30															
péntek	09:00–20:30															
szombat	09:00–20:30															
vasárnap	09:00–20:30															



Italbázis | D
Italok a hét minden napján!

[Hely kiválasztása](#) 📍 9,2 • Nyitva 21:00-ig • R

[Felfedezés](#)

[A legtöbbet rendelt](#)



Fehérbor

hétfő	09:00–20:30
kedd	09:00–20:30
szerda	09:00–20:30
csütörtök	09:00–20:30
péntek	09:00–20:30
szombat	09:00–20:30
vasárnap	09:00–20:30

Kiszállítási díj	HUF399.00
Minimum rendelési összeg	HUF2,000.00
Kiszállítási extra díj limit	1 km
Becsült kiszállítási idő	25 perc

Kapcsolat

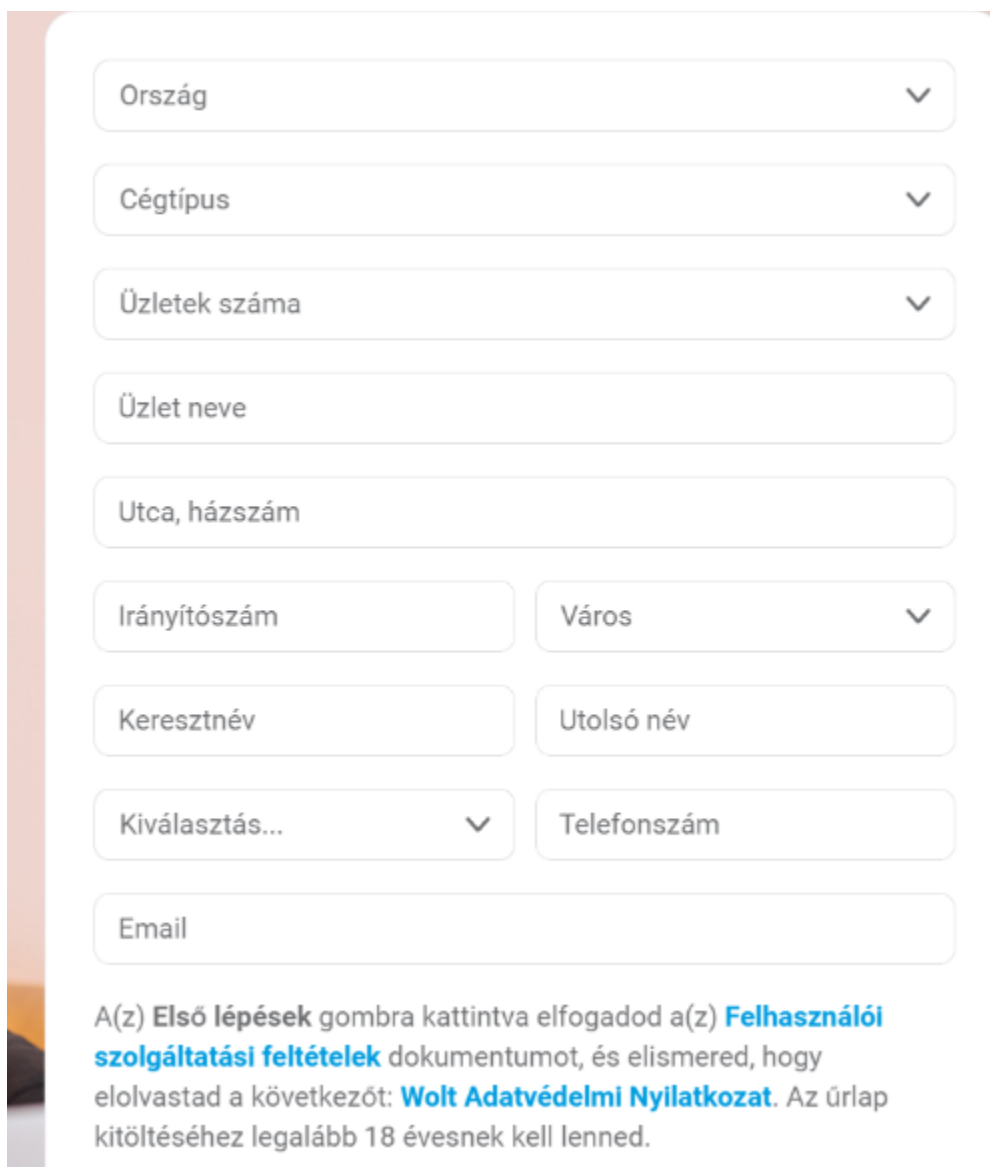
Ha a termékkel kapcsolatos kérdésed van, kérjük, vedd fel a kapcsolatot az üzlettel! 📞

Telefonszám	+36702174015
Weboldal	http://italbазis.hu/index.php
Wolt ügyfélszolgálat	Chat megnyitása

Értékesítő partnerekkel szembeni adatszolgáltatási igény

A Wolt.hu-n keresztül történő értékesítéshez csatlakozni kell Partnerként a Wolt Kereskedői programhoz.

A jelentkezési űrlapon meg kell adni az üzlet nevét, kategóriáját, címét és a kapcsolattartó elérhetőségei, továbbá el kell fogadni a felhasználói szolgáltatási feltételeket. A regisztrációt követően, ha a cég megfelel a Wolt kritériumoknak és elfogadja a jelentkezést, akkor szerződést kötnek. Ehhez szükséges, hogy bejegyzett vállalkozás pl. egyéni vállalkozó legyen a cég.



The image shows a registration form for Wolt.hu. It contains several input fields and dropdown menus. The fields are: Ország (Country), Cégtípus (Company type), Üzletek száma (Number of branches), Üzlet neve (Branch name), Utca, házszám (Street, house number), Irányítószám (Postal code), Város (City), Keresztnév (First name), Utolsó név (Last name), Kiválasztás... (Selection...), Telefonszám (Phone number), and Email. Below the form, there is a disclaimer in Hungarian: 'A(z) Első lépések gombra kattintva elfogadod a(z) Felhasználói szolgáltatási feltételek dokumentumot, és elismered, hogy elolvastad a következőt: Wolt Adatvédelmi Nyilatkozat. Az űrlap kitöltéséhez legalább 18 évesnek kell lenned.'

Ország ▼

Cégtípus ▼

Üzletek száma ▼

Üzlet neve

Utca, házszám

Irányítószám

Város ▼

Keresztnév

Utolsó név

Kiválasztás... ▼

Telefonszám

Email

A(z) **Első lépések** gombra kattintva elfogadod a(z) **Felhasználói szolgáltatási feltételek** dokumentumot, és elismered, hogy elolvastad a következőt: **Wolt Adatvédelmi Nyilatkozat**. Az űrlap kitöltéséhez legalább 18 évesnek kell lenned.

7.4.16. Profession.hu

Leírás

A Profession.hu (www.profession.hu) egy állásközvetítő portál, amelyen a munkavállalók feltölthetik az önéletrajzukat, a munkaadók pedig álláshirdetéseket tesznek közzé, amelyek között az álláskereső kereshetnek és a holnapon keresztül jelentkezhetnek.

Ár-összehasonlító	Piactér	 Apróhirdetési oldal	Platform
-------------------	---------	---	----------

Az üzleti modell kommunikálása a fogyasztók felé

A főoldalon nem került definiálásra az üzleti modell, de a főoldalról elérhető „Rólunk” aloldalon (<https://www.profession.hu/rolunk/>) bemutatásra kerül röviden az álláshirdetési közvetítő szerep.

„A Profession.hu egy megbízható és hiteles állásportál Magyarországon. Összehozza az álláskeresőket és a munkaadókat, amihez sok hasznos, ellenőrzött információt biztosít a munkaerőpiacról, hogy mindkét fél könnyen megalapozott döntéseket hozhasson. Magyarországon az online állás keresés és munkaerőtoborzás szakértője, 2023-ban a Családbarát munkahely és a Legjobb Munkahely címet ismét elnyerte.”

Általános szerződési feltételek

A <https://www.profession.hu/aszf/contract/10086> oldalról elérhető aktuális ÁSZF részletesen tartalmazza a Profession.hu által kínált szolgáltatásokat, de az üzleti modell rövid és egyértelmű bemutatása nem látható, az közvetetten derül ki.

Az ÁSZF tartalmazza az eladók (hirdetők) felé támasztott feltételek. A dokumentumban a keresési találatok megjelenítési sorrendjére vonatkozó információt nem találtunk.

Eladókkal kapcsolatos információk megjelenítése

Az álláshirdetések mellett a kereskedő (hirdető) neve mellett jellemzően a cég postai címe megjelenítésre kerül, de nem minden esetben, telefonszáma vagy e-mail címe ritkán.

BIATORBÁGYI ÁLLÁSOK, MUNKÁK

592 db találat ?

Autószerelő

Árendás Gépjárműjavító Kft.
2083 Solymár, Patak utca 4.



- Mercedes-Benz személygépkocsik és transzporterek szervizelése, javítása -
Általános javítási és karbantartási munkák

Munkába járás támogatás Autószerelő, Szervizes Alkalmazotti
Általános munkarend

ÁLLÁS MEGTEKINTÉSE



március 10.

Értékesítő/Bolti eladó

Elektrogama kft
2084 Pilisszentiván



Vásárlók kiszolgálása, segítségnyújtás a termékek kiválasztásában Árjánlatok
összeállítása Megrendelések készítése vevő igényei alapján Együttműködés a
beszerzéssel, raktárral Segítségnyújtás az áruk üzletteri elhelyezésében és tisztán
tartásában ...

KERESÉS FINOMÍTÁSA

BEÁLLÍTOTT SZŰRŐK

Pest megye X

Biatorbágy X

BEÁLLÍTOTT SZŰRŐK TÖRLÉSE

KATEGÓRIA

Adminisztráció, Asszisztens, Irodai
munka (44)

Bank, Biztosítás, Bróker (10)

Cégvezetés, Menedzsment (2)

Egészségügy, Gyógyszeripar (7)

Építőipar, Ingatlan (20)

Értékesítés, Kereskedelem (76)

Fizikai, Segéd, Betanított munka
(76)

Gyártás, Termelés (43)

HR, Munkaügy (24)

IT programozás, Fejlesztés (16)

IT Operatív, Telepítés, Karbantartás

Értékesítő partnerekkel szembeni adatszolgáltatási igény

A platformra történő regisztráció során cég nevét, címét, telefonszámát, e-mail címét, kapcsolattartó elérhetőségét és számlázási adatokat kérnek be. .

Kapcsolattartó személy

VEZETÉKNÉV: *

pl.: Nagy

KERESZTNÉV: *

pl.: László

BEOSZTÁS:

Kérjük válasszon a listából

TELEFONSZÁM: *

pl.: +36201234567

HIVATALOS E-MAIL CÍM: *

pl.: nagy.laszlo@profession.hu

! Kérjük, adja meg a hivatalos, e-cégjegyzékben szereplő, vagy
céges domain-t tartalmazó e-mail címét. (pl.
xxxxx@profession.hu)

JELSZÓ: *

Kérjük adja meg használni kívánt jelszavát

JELSZÓ MÉG EGYSZER: *

Kérjük adja meg használni kívánt jelszavát

Cégadatok

CÉGNÉV: *	CÉGNÉV 2. SOR:		
pl.: Loremipsum Kft.			
ORSZÁG: *			
Magyarország			
IRÁNYÍTÓSZÁM: *	VÁROS: *		
pl.: 1021	pl.: Budapest		
KÖZTERÜLET NEVE: *	KÖZTERÜLET JELLEGE: *	HÁZSZÁM: *	EMELET, AJTÓ:
pl.: Boróka	Kérjük válasszon	pl.: 116/B	pl.: II. em. 2.
ADÓSZÁM: *			

Számlázási adatok

EMAIL CÍM E-SZÁMLÁHOZ: *			
Adja meg az email címét			
☐ A számlázási cím ugyanaz, mint a cégbetűknél megadott cím			
IRÁNYÍTÓSZÁM: *	VÁROS: *		
pl.: 1021	pl.: Budapest		
KÖZTERÜLET NEVE: *	KÖZTERÜLET JELLEGE: *	HÁZSZÁM: *	EMELET, AJTÓ:
pl.: Boróka	Kérjük válasszon	pl.: 116/B	pl.: II. em. 2.

Elfogadó nyilatkozat

- ☐ Regisztrációmmal elfogadom a **Munkáltatói Adatkezelési Tájékoztató** tartalmát és az **Általános Szerződési Feltételeket**, és tudomásul veszem az álláskeresői adatok kezelésére vonatkozó **Adatkezelési Tájékoztatót**. *
- ☐ Regisztrációmmal egyidejűleg kijelentem, hogy a regisztrált gazdasági társaság a hatályos jogszabályoknak megfelelően működő gazdálkodó szervezet és jelen regisztrációt, valamint a profession.hu oldalon a továbbiakban elvégzett műveleteket kizárólag a cégképviselőre feljogosított és jogosult személyek végzik. Ezen kötelezettség megszegése esetén a teljes felelősség a regisztrált gazdasági társaságot terheli. *

profession.hu Kft.
Általános Szerződési Feltételek

4.5. Céoldal

4.5.1. A Szolgáltató (a cégjegyzék alapján) potenciális munkáltatókról – ideértve a Megrendelőket is – bemutató összefoglaló aloldalt tesz közzé (továbbiakban: Céoldal) a Felületen a munkavállaló felhasználók megfelelő tájékoztatása és az álláskeresés megkönnyítése érdekében.

A Szolgáltató a Céoldalon közzéteszi a munkáltató alapadatait, a Szolgáltató rendelkezésére bocsátott céglogót, a regisztrált felhasználók által a munkáltatóról írt szöveges értékeléseket (a továbbiakban: **szöveges értékelések**) és/vagy csillagozható paraméterekkel, több szempont szerint skálázva, illetve jelölésekkel adott értékeléseket (a továbbiakban: **egyéb értékelések**), a Megrendelő aktív álláshirdetéseit és a Megrendelő által megadott bemutatkozó, a Megrendelőt mint munkáltatót népszerűsítő tartalmat (ún. employer branding). [Amennyiben a jelen ÁSZF értékelés(ek)e)t említ, úgy az alatt a szöveges és az egyéb értékelés(ek) is értendő, amennyiben csak a szöveges értékelés(ek)e)t, vagy csak az egyéb értékelés(ek)e)t külön nevesítve említi, úgy azon értelemszerűen csak az adott értékeléstípus értendő.]

6.1.2 A hirdetés tartalma

6.1.2.1. A Megrendelő szavatolja, hogy a hirdetésben kizárólag saját, illetve munkaerő-kölcsönző vagy magán-munkaerőközvetítő esetén az adott állást kínáló megbízója tényleges pozíció(k)ra vonatkozó, valós feltételeken alapuló állásajánlatát kéri közzétenni. A Megrendelő kizárólag 16. életévüket betöltötteknek ajánlhat munkalehetőséget. Képzési/oktatási lehetőséggel egybekötött álláslehetőség kizárólag akkor hirdethető meg álláshirdetésként, ha a munkakör betöltéséhez az adott képzés elvégzése feltétel, és a képzés elvégzését követően a munkaerőfelvétel biztosított.

6.1.2.2. A Megrendelő szavatolja, hogy az álláshirdetés sem közvetlenül, sem közvetett módon nem tartalmaz jogsértő információt vagy adatot, nem sérti harmadik fél jogát, vagy jogos érdekét, továbbá az álláshirdetés csak olyan feltételeket tartalmaz, vagy ígér (ideértve különösen a meghirdetett pozíció valós voltát, az ígért ellenszolgáltatást és egyéb releváns feltételeket), amelyeket az állást kínáló ténylegesen biztosít. A hirdetés a meghirdetett pozíció és pozíció betöltésének feltételei tekintetében sem lehet megfélemlítő, félrevezető vagy diszkriminatív. A Megrendelő felelőssége kiterjed többek között annak biztosítására is, hogy az álláshirdetés nem tartalmaz szerzői és szomszédos jogokat, illetve személyiségi vagy egyéb személyhez fűződő jogokat sértő alkotóelemeket; jogosulatlanul, vagy egyébként tiltott módon megszerzett adatokat, üzleti-, vagy magántitkokat; megfélemlítő jellegű adatokat; bűncselekményre utalást vagy felbujtást; erotikus jellegű munkára való felhívást; szexuális, erőszakos vagy trágár tartalma miatt megbotránkozás keltésére alkalmas alkotóelemeket; reklámozást; olyan tényeket, adatokat, véleményeket vagy egyéb alkotóelemeket, amelyek becsületsértők, vagy rágalmozások, illetve alkalmasak kiskorúak szellemi, testi vagy erkölcsi fejlődésének hátrányos befolyásolására; amelyek nincsenek tekintettel a társadalmi közfelfogásnak megfelelő értékelésre és az emberi méltóságra; súlyos vagy széleskörű ellenállást váltanak vagy válthatnak ki; becsmérlők vagy megalázók; faji, vallási vagy politikai ellentétet szítanak vagy szíthatnak; elfogadhatatlan mértékű félelem vagy nyugtalanság érzetét keltik; jogszabályba ütköző módon sértik az egyenlő bánásmód követelményét; vagy bárkinek a magánéletét vagy a nyugalma indokolatlanul zavarják.

Hirdetések:

Cég: **Impetus Research Kft.**

Összes hirdetés:	0	Megrendelőre vár:	0
Aktív hirdetések:	0	Lejárt:	0
Jóváhagyásra vár:	0	Törölt:	0

ÚJ HIRDETÉS

Adatbázis hozzáférés:

Jelenleg **nem rendelkezik** önéletrajz adatbázis hozzáféréssel.

A szolgáltatás megrendeléséhez kattintson a **"Megrendelés"** gombra, vagy írjon az ugyfelszolgalat@profession.hu címre.

MEGRENDELÉS

Job report

Kattintson a "Beváltom" gombra, és válassza ki, hogy milyen pozícióra szeretne Job report elemzést kérni.



Ai hirdetési asszisztens

Próbálja ki milyen elkészíteni a hirdetés munkaköri leírását a mesterséges intelligencia segítségével!

KIPRÓBÁLOM

A személyes adatait és cégadatait a mesterséges intelligencia modellje nem használja fel tanításra.

Cégadatok szerkesztése:

Impetus Research Kft.

Kiváló kapcsolattartó

Küldjön üzenetet mindegyik álláshirdetésénél a jelentkezők legalább 65%-ának a Profession rendszerén keresztül!

Cégadatok

Jelszó módosítása

7.4.17. Ingatlan.com

Leírás

Az Ingatlan.com (www.ingatlan.com) ingatlanhirdetési platform, amely magánszemélyek és vállalkozások számára teszi lehetővé ingatlanhirdetések közzétételét. A platformon keresztül nincs közvetlen szerződés, így az eladó és a vásárló/bérlő a platform segítségével lép kapcsolatba, majd a platformtól függetlenül köt szerződést egymással.

Ár-összehasonlító	Piactér	 Apróhirdetési oldal	Platform
-------------------	---------	---	----------

Az üzleti modell kommunikálása a fogyasztók felé

Az üzleti modell jellegét (ingatlankereső) nagyon röviden mutatja be a „Rólunk” aloldalon (<https://up.hu>). „Magyarország vezető ingatlankeresője.”

Általános szerződési feltételek

A <https://info.ingatlan.com/aszf> oldalról elérhető az ÁSZF, amely nem tartalmazza megfogalmazva az üzleti modell leírását.

A dokumentumban a keresési találatok megjelenítési sorrendjére vonatkozó információt nem találtunk.

Eladókkal kapcsolatos információk megjelenítése

Magánszemélyek és vállalkozások esetében is megjelenik a hirdető telefonszáma és gyakran neve a hirdetés mellett, egyéb elérhetőség nem érhető el a hirdetések mellett.

Velence, Csokonai utca 38.
Eladó családi ház





Azonosító: 33797807

Lépj kapcsolatba a hirdetővel

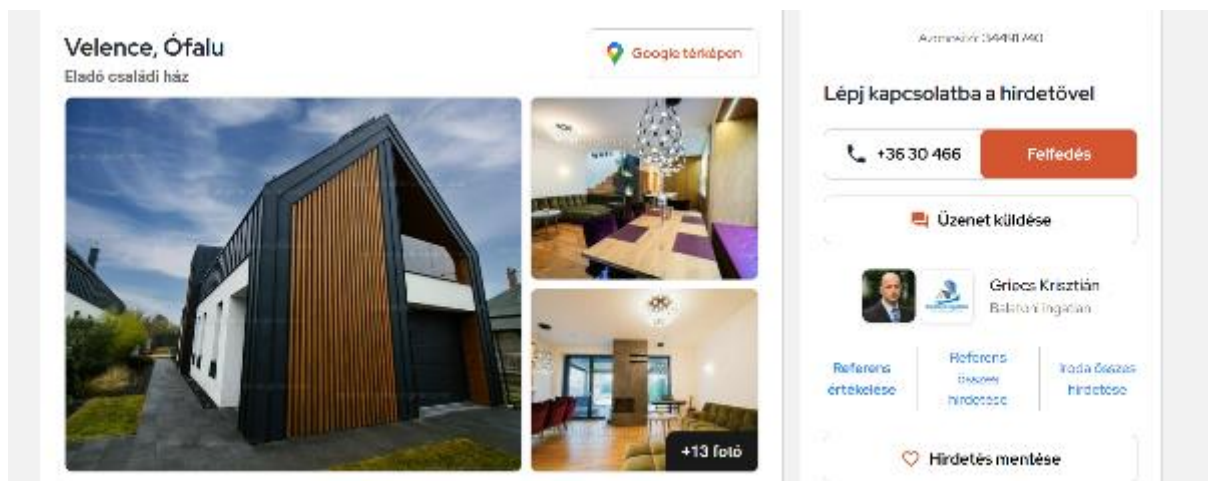
 +36 20 975

Felfedés

 Üzenet küldése

 Magánszemély

 Hirdetés mentése



Értékesítő partnerekkel szembeni adatszolgáltatási igény

Regisztrálj, és kollégáink két munkanapon belül felhív!

Ha már van aktív referens fiókod, akkor **lépj be** a regisztrációhoz!

Szerződő fél adatai

Szerződő fél neve

Adószám

Számlázási cím

Irányítószám Település Utca / közterület, házszám

Iroda adatai

Iroda név

Felhasználónév

Céges honlap címe:
https://irodaingatlan.com/felhasznalonev

Működési területek ⓘ

☐ A számlázási címemen fogadok ügyfeleket

☐ Nincs fix bázisom

Irányítószám Település Utca / közterület, házszám

Kapcsolattartó adatai

A kapcsolattartót értesítjük az irodával kapcsolatos fontos tennivalókról, változásokról, befizetendő díjakról. Az itt megadott telefonszámról vagy email címről intézheti az iroda ügyeit ügyfélszolgálatunknál.

☐ A kapcsolattartó és az adminisztrátor külön személy

☐ Az **Általános Szerződési Feltételeket** megismertem és elfogadom.

☐ Az **Adatvédelmi Szabályzatot** tudomásul veszem és elfogadom. 

☐ Igazolja, hogy Ön ember.



REGISZTRÁLOM AZ IRODÁMAT

7.4.18. Zenga.hu

Leírás

A Zenga.hu (www.zenga.hu) online ingatlanhirdetési platform, amely lehetőséget biztosít magánszemélyek és ingatlanközvetítők számára ingatlanok hirdetésére és keresésére. A platformon keresztül nincs közvetlen szerződés, így az eladó és a vásárló/bérlő a platform segítségével lép kapcsolatba, majd a platformtól függetlenül köt szerződést egymással.

Ár-összehasonlító	Piactér	 Apróhirdetési oldal	Platform
-------------------	---------	--	----------

Az üzleti modell kommunikálása a fogyasztók felé

Az üzleti modell jellegét (ingatlankereső) csak az ÁSZF mutatja be (https://static.zenga.hu/assets/aszf_2025_02_10.pdf) a 4.1. „A szolgáltatás tartalma” menüpontban.

Általános szerződési feltételek

A https://static.zenga.hu/assets/aszf_2025_02_10.pdf weboldalon elérhető Általános szerződési feltételek (ÁSZF) 4. pontja egyértelműen meghatározza a szolgáltatás üzleti modelljét.

„A Szolgáltató üzemelteti a www.zenga.hu weboldalt, melynek keretében hirdetési helyet biztosít a Hirdetők részére használt és új ingatlanjaik és egyéb, pl. banner reklámok folyamatos hirdetésére a www.zenga.hu internetes címen levő adatbázisban, illetve kereső rendszerben. A Szolgáltató által ingyenesen biztosított internetes adminisztrációs felület használatával a Hirdető helyezi el ingatlanhirdetéseit.”

Az ÁSZF dokumentumban a keresési találatok megjelenítési sorrendjére vonatkozó információt a 8.6. pontban mutatja be.

Eladókkal kapcsolatos információk megjelenítése

Az egyes termékek oldalán megjelenik a hirdetést feladó kereskedő vagy szolgáltató neve és telefonszáma.

 Frissítve: 5 napja Idén költözhetsz 13 	99,9 M Ft 908 182 Ft/m ² Eladó családi ház, Velence 113 m ² terület · 474 m ² telék · 4 szoba	
 Frissítve: 5 napja 13 	85 M Ft 1 062 500 Ft/m ² Eladó ikerház, Velence, Bencehegy 80 m ² terület · 500 m ² telék · 4 szoba	

Vedd fel a kapcsolatot a hirdetővel
+36 20 252 0622




Hajmási Márk
REDIngatlan.hu
[Az iroda összes hirdetése >](#)

[Üzenet küldése](#)
[Visszahívást kérek](#)

Értékesítő partnerekkel szembeni adatszolgáltatási igény

Üzleti felhasználóként e-mail címmel kezdeményezhető a regisztráció. A Weboldalon elérhető regisztrációs ablak megnyitását követően az Üzleti felhasználó pl. Ingatlaniroda, Ingatlanfejlesztő köteles megadni az ingatlaniroda nevét, egy érvényes e-mail címet, az ingatlaniroda telefonszámát, majd nyilatkozik arról, hogy elfogadja az ÁFSZ-ben foglaltakat. Egy hitelesítő e-mail követően elhelyezhetőek lesznek a hirdetések.

Fiókadatok kezelése

Alapadatok

Iroda neve

E-mail cím

Ez a mező kötelező

Telefonszám

Telefonszám

+36

Iroda logója



Iroda azonosító
465695

Hirdetési kapcsolattartó (opcionális)

Az iroda saját hirdetéseinek esetén a név és profilkép jelenik meg a referens neve és fotója helyén. Ha a mezők üresen maradnak, csak az iroda neve és logója lesz látható.

Név

Profilkép



További telefonszám(ok)

7.4.19. Duna House

Leírás

A Duna House ingatlanközvetítő vállalat online ingatlanközvetítő oldala (www.dh.hu) a Duna House franchise partnerei számára teszi lehetővé az ingatlanhirdetések közzétételét.

Ár-összehasonlító	Piactér	 Apróhirdetési oldal	Platform
-------------------	---------	---	----------

Az üzleti modell kommunikálása a fogyasztók felé

Az üzleti modell jellegét (ingatlanközvetítő) a „Rólunk” aloldalon mutatja be (<https://dh.hu/rolunk>).

„A Duna House Hálózat anyavállalat 1998-as alakulása óta a régió legnagyobb ingatlanközvetítői csoportjává és Magyarország legismertebb ingatlanközvetítői márkanevének birtokosává nőtte ki magát. „Szolgáljuk az embereket. Szenvedélyünk az ingatlan” küldetésünknek megfelelően évről évre egyre több elégedett ügyfelünknek segítünk ingatlanügyei megoldásában. Hisszük, hogy hálózatunk 2003 óta töretlen eredményességét azon törekvésünknek köszönhetjük, hogy szolgáltatásainkhoz – ingatlanvásárlás, ingatlaneladás, ingatlankezelés, értébecslés, energetikai tanúsítvány – olyan értékeket adunk, amely növeli ügyfeleink részére nyújtott segítségünk hatékonyságát céljaik mihamarabbi és teljeskörű elérésében.”

Általános szerződési feltételek

Az ÁSZF nem elérhető a főoldalon vagy a főoldalról induló egyéb linken (oldalon).

Eladókkal kapcsolatos információk megjelenítése

Minden esetben megjelenik a hirdetések mellett a Duna House franchisepartner neve és telefonszáma.

Értékesítő partnerekkel szembeni adatszolgáltatási igény

Csak a Duna House szerződött franchise partnerei, közvetítői hirdethetnek az oldalon.

7.4.20. Indavideó

Leírás

Az Indavideó (www.indavideo.hu) egy videómegosztóplatform-szolgáltatás. A szolgáltatás üzemeltetésének célja, hogy profi és amatőr felhasználók feltölthessék videóikat, és megmutathassák másoknak. Alkalmas továbbá események élő közvetítésére és egész estés filmek megtekintésére.

A szolgáltatás tárhelyszolgáltatásnak és egyben online platformnak minősül.

Ár-összehasonlító	Piactér	Apróhirdetési oldal	 Egyéb platform
-------------------	---------	---------------------	--

Az üzleti modell kommunikálása a fogyasztók felé

A szolgáltató az üzleti modelljét az oldal tartalmi részében nem mutatja be.

Általános szerződési feltételek

A főoldal láblécéből elérhető Felhasználási feltételek (<https://indavideo.hu/termsfuse>) oldalon definiálásra kerül, hogy a szolgáltatás tárhelyszolgáltatásnak minősül.

A dokumentum bevezető részében a szolgáltató bemutatja, hogy nem végez tartalommoderálást a megjelenő tartalmak kapcsán „A Szolgáltató a szolgáltatásba felkerülő tartalmakat kifejezetten nem ellenőrzi sem szerzői és szomszédos jogi, sem személyiségi jogi, sem egyéb tartalmi szempontból, azokat nem moderálja.”

A felelősséggel kapcsolatos részben leírásra kerül, hogy „A felhasználó teljes felelősséggel tartozik az általa a szolgáltatásba feltöltött videó tekintetében, mint a Szolgáltató, mind harmadik személyek felé. A videóban elhelyezett kereskedelmi közlemények tartalmáért a Szolgáltató nem vállal felelősséget, e tekintetben minden felelősséget kizár.”

A szolgáltató lehetővé teszi, hogy a feltöltött tartalmakkal kapcsolatban bárki bejelentést tegyen.

7.4.21. Videa

Leírás

A Videa (www.videa.hu) egy ingyenes videómegosztóplatform-szolgáltatás. A felületre a regisztráció után bárki tölthet fel tartalmat.

A szolgáltatás tárhelyszolgáltatásnak, de egyben online platformnak is minősül.

Ár-összehasonlító

Piactér

Apróhirdetési oldal

 Egyéb platform

Az üzleti modell kommunikálása a fogyasztók felé

A szolgáltató az üzleti modelljét az oldal tartalmi részében nem mutatja be.

Általános szerződési feltételek

A főoldal láblécéből elérhető Felhasználási feltételek (<https://videa.reblog.hu/cimke/videaaaff>) oldalon definiálásra kerül, hogy a szolgáltatás tárhelyszolgáltatásnak minősül.

A dokumentum 33. pontja alapján a *„Szolgáltatót nem terheli jogi kötelezettség a Felhasználók által feltöltött tartalom figyelésére, és nem köteles aktívan keresni a jogellenes tartalomra utaló tényeket vagy körülményeket, azonban tartalommoderálást végezhet.”*

A dokumentum 37. pontja alapján a *„Felhasználó szavatolja, hogy a www.videa.hu weboldalra feltöltött tartalom nem minősül Jogellenes tartalomnak ...”*

7.4.22. Startlap.hu

Leírás

A Startlap.hu (www.startlap.hu) híraggregátor oldal és linkgyűjtemény, melynek egyik tematikus felülete a Startlap Vásárlás. A platform célja, hogy terméktesztekkel, összehasonlító elemzésekkel és vásárlási útmutatókkal támogassa a felhasználókat. Az írások mellett a platform lehetőséget biztosít webáruházak, valamint online piactereket működtető cégek és kereskedők részére, hogy a publikációk mellett releváns hirdetéseket helyezzenek el.

Ár-összehasonlító	Piac tér	Apróhirdetési oldal	 Egyéb platform
-------------------	----------	---------------------	--

Az üzleti modell kommunikálása a fogyasztók felé

Az oldal a felületén, közérthető formában nem definiálja az üzleti modelljét a felhasználók irányába.

Általános szerződési feltételek

A kezdő oldalról elérhető „Felhasználási feltételek” (<https://www.startlap.hu/felhasznalasi-feltetelek>) aloldalon aránylag rövid dokumentumot talál az érdeklődő. A dokumentumban definiálásra kerül az oldal jellege. „A Szolgáltatás célja, hogy kezdőoldalként segítse a Felhasználók és Látogatók internetes tevékenységét, és ennek keretében különböző funkciókkal támogatja a keresést, adott témakörök szerint és/vagy egyéb kategorizálás mentén a tájékozódást...”, illetve „...a Szolgáltatás, illetve a Szolgáltatás működtetése és üzemeltetése az elektronikus kereskedelmi szolgáltatásokról szóló 2001. évi CVIII. törvény ... rendelkezései alapján közvetítő szolgáltatásnak minősül.”

A dokumentum deklarálja, hogy a szolgáltató „Mivel az Üzemeltető a Szolgáltatást adott állapotban (AS IS) nyújtja, a Szolgáltatás – ideértve a Szolgáltatás üzemeltetése során használt szoftvert, illetve a Szolgáltatás keretében elérhető valamennyi tartalmat is – pontosságáért, megbízhatóságáért, hibamentes működéséért, teljességéért, adott célra való alkalmasságáért a Szolgáltató semmilyen felelősséget nem vállal.”

Eladókkal kapcsolatos információk megjelenítése

A platform olyan vásárlással kapcsolatos hírek, termékbemutatók, szubjektív terméktesztek gyűjtőoldala, ahol hirdetési felületet biztosít a kereskedők, gyártók és online piacterek számára.

Az oldalon megjelenő termékek hirdetés formájában jelennek meg, általában valamilyen szöveges tartalomba ágyazva.

A termék melletti linken a kereskedő oldalára lehet navigálni. A startlap.hu oldalról a termékek nem vásárolhatók meg.

Azoknak, akik kevés pénzt szánnak az új mosogatógépükre, 2-3 főnél nem számlál többet a háztartásuk, viszont egy jó gépet szeretnének, ami hatékonyan végzi a dolgát.

A lapakodó



WHIRLPOOL WSFO 3034PFX MOSOGATÓGÉP

Típus: Szabadonálló; Energiaosztály: D;
Zajszint: 44 dB.

ITT IS KAPHATOD:

Árkereső

MediaMarkt

Auchan

Hirdetés

Miért szeretjük?

Van, akinek néha rengeteget kéne mosogatnia, máskor viszont csak félig töltene meg egy mosogatógépet. Például annak, aki egyedül, vagy a párjával kettesben él, de azért kellő gyakorisággal süt-főz, vagy fogad vendégeket. Ha te ilyen vagy, akkor az előzőhöz

https://www.arukereso.hu/mosogatogep-c3171/whirlpool/wsfo-3034pfx-p44377106/?utm_source=dagmet&utm_medium=cpc&utm_campaign=

I. Melléklet – A lakossági kutatás kérdőíve

KÉRDŐÍV – Nagymintás kutatás a lakosság körében
Online kérdőíves kutatás
2025

A KUTATÁS BEMUTATÁSA

Üdvözljük! Az Impetus Research online kereskedőkkel kapcsolatban készít felmérést, amelyhez a segítségét szeretnénk kérni.

A kérdőív kitöltése körülbelül 15 percet vesz igénybe. Nincsenek jó vagy rossz válaszok, a véleményére vagyunk kíváncsiak.

A válaszait név nélkül, bizalmasan kezeljük, és csak más válaszokkal összesítve dolgozzuk fel, így személyes adatait nem kezeljük.

Előre is köszönjük a válaszait!

HÁTTÉR

KVÓTA

Teljes minta (összes válaszadó)		n=1000
Férfi	S01=1	n=474
Nő	S01=2	n=526
18-29 éves	S03=2	n=160
30-44 éves	S03=3	n=249
45-59 éves	S03=4	n=270
60+ éves	S03=5	n=321
Közép-Magyarország	S07=1	n=315
Nyugat-Magyarország	S07=2	n=303
Kelet-Magyarország	S07=3	n=382
Főváros	S09=1	n=181
Megyeszékhely, megyei jogú város	S09=2	n=208
Egyéb város	S09=3	n=320
Község	S09=4	n=291
Általános iskola	S04=1	n=70
Középiskola érettségi nélkül	S04=2	n=220
Középiskola érettségivel	S04=3	n=420
Főiskola/egyetem	S04=4	n=290

VÁLASZADÓK: MINDENKI

S01 – EGY VÁLASZ

Elsőként kérjük, jelölje nemét!

1. Férfi
2. Nő

VÁLASZADÓK: MINDENKI

S02 – ÉRTÉK: 16-99

Hány éves Ön?

VÁLASZADÓK: MINDENKI

S03 – EGY VÁLASZ, REJTETT VÁLTOZÓ

Életkor

1. 18 évesnél fiatalabb [PROG.: S02<18]
2. 18-29 éves [PROG.: S02>17 és S02<30]
3. 30-44 éves [PROG.: S02>29 és S02<45]
4. 45-59 éves [PROG.: S02>44 és S02<60]
5. 60 éves vagy idősebb [PROG.: S02>59]

PROG.: Ha S03=1 → VÉGE AZ INTERJÚNAK

VÁLASZADÓK: MINDENKI

S04 – EGY VÁLASZ

Mi az Ön legmagasabb végzettsége?

1. Általános iskola 8 osztálya (vagy alacsonyabb)
2. Középfokú végzettség érettségi nélkül, szakmai végzettséggel (szakiskola, szakmunkásképző)
3. Középfokú végzettség érettséggel (szakközépiskola, gimnázium)
4. Felsőfokú végzettség (főiskola, egyetem) [PROG.: Ha S02>20]

VÁLASZADÓK: MINDENKI

S05 – EGY VÁLASZ

Melyik vármegyében él Ön?

- | | |
|-------------------------|----------------------------|
| 1. Budapest | 11. Jász-Nagykun-Szolnok |
| 2. Bács-Kiskun | 12. Komárom-Esztergom |
| 3. Baranya | 13. Nógrád |
| 4. Békés | 14. Pest |
| 5. Borsod-Abaúj-Zemplén | 15. Somogy |
| 6. Csongrád-Csanád | 16. Szabolcs-Szatmár-Bereg |
| 7. Fejér | 17. Tolna |
| 8. Győr-Moson-Sopron | 18. Vas |
| 9. Hajdú-Bihar | 19. Veszprém |
| 10. Heves | 20. Zala |

VÁLASZADÓK: MINDENKI

S06 – EGY VÁLASZ, REJTETT VÁLTOZÓ (VÁLASZADÓK NEM LÁTJÁK)

Régió

1. Nyugat-Dunántúl [PROG.: S05 = 8, 18, 20]
2. Közép-Dunántúl [PROG.: S05 = 7, 12, 19]
3. Dél-Dunántúl [PROG.: S05 = 3, 15, 17]
4. Észak-Magyarország [PROG.: S05 = 5, 10, 13]
5. Észak-Alföld [PROG.: S05 = 9, 11, 16]
6. Dél-Alföld [PROG.: S05 = 2, 4, 6]
7. Pest megye [PROG.: S05 = 14]
8. Budapest [PROG.: S05 = 1]

VÁLASZADÓK: MINDENKI

S07 – EGY VÁLASZ, REJTETT VÁLTOZÓ (VÁLASZADÓK NEM LÁTJÁK)

Nagyrégió

1. Közép-Magyarország [PROG.: S05 = 1, 14]
2. Nyugat-Magyarország [PROG.: S05 = 3, 7, 8, 12, 15, 17, 18, 19, 20]
3. Kelet-Magyarország [PROG.: S05 = 2, 4, 5, 6, 9, 10, 11, 13, 16]

VÁLASZADÓK: HA S05>1

S08 – EGY VÁLASZ

Milyen típusú településen él Ön?

2. Megyeszékhely, megyei jogú város
3. Egyéb város
4. Község, falu

VÁLASZADÓK: MINDENKI

S09 – EGY VÁLASZ, REJTETT VÁLTOZÓ (VÁLASZADÓK NEM LÁTJÁK)

Településtípus

1. Főváros [PROG.: S05 = 1]
2. Megyeszékhely, megyei jogú város [PROG.: S08 = 2]
3. Egyéb város [PROG.: S08 = 3]
4. Község, falu [PROG.: S08 = 4]

VÁLASZADÓK: MINDENKI

S10 – EGY VÁLASZ

Van Önnek 18 éven aluli gyermeke (akár Önnel él egy háztartásban, akár nem)?

1. Igen
2. Nem

VÁLASZADÓK: MINDENKI

S11 – EGY VÁLASZ

Milyen gyakran szokott előfordulni, hogy online nézelődik, keres információt valamilyen vásárláshoz?

1. Legalább heti rendszerességgel
2. Havonta vagy havonta többször
3. Negyedévente 1-2 alkalommal
4. Évente néhányszor
5. Ritkábban vagy soha

VÁLASZADÓK: MINDENKI

S12 – EGY VÁLASZ

Milyen gyakran szokott előfordulni, hogy online vásárol valamit?

1. Legalább heti rendszerességgel
2. Havonta, vagy havonta többször
3. Negyedévente 1-2 alkalommal
4. Évente néhányszor
5. Ritkábban, vagy soha

VÁLASZADÓK: MINDENKI

S13 – SORONKÉNT EGY VÁLASZ, RANDOMIZÁLD A SOROKAT

Az alábbi listában néhány olyan online kereskedőt láthat, amelyek felületein (webshop, mobilalkalmazás) vásárolhat termékeket, vagy igénybe vehet szolgáltatásokat. Mindegyik esetében jelölje, hogy igénybe vette-e az adott kereskedőt az elmúlt fél évben, esetleg fél évnél régebben, vagy pedig eddig még nem.

SOR (felületek)

1. eMAG
2. Pepita
3. fizz
4. Allegro (korábban: Mall)
5. Árukereső
6. Vatera
7. Szallas.hu
8. Decathlon.hu
9. jegy.hu
10. teszvesz.hu
11. Használtautó.hu
12. Foodora
13. Wolt
14. ingatlan.com
15. Duna House (dh.hu)
16. Zenga
17. Jófogás
18. Profession.hu

OSZLOP (válasz)

1. Vásároltam, igénybe vettem az elmúlt fél évben
2. Régebben vásároltam, vettem igénybe
3. Eddig még nem használtam

A BLOKK: PIACTEREK JELLEGÉNEK ISMERTSÉGE

VÁLASZADÓK: MINDENKI

A01 – EGY VÁLASZ

Mennyire érzi biztonságosnak az online vásárlást általában?

1. Teljesen biztonságosnak gondolom
2. Nagyjából biztonságosnak gondolom
3. Részben biztonságosnak gondolom
4. Elégképpen rizikósnak gondolom
99. Nem tudom megítélni

VÁLASZADÓK: MINDENKI

A02 – SORONKÉNT EGY VÁLASZ, RANDOMIZÁLD A SOROKAT

Az alábbiakban néhány olyan lehetséges veszélyt olvashat, amelyektől online vásárlás esetén tartani lehet.

Mennyire gondolja azt, hogy ezek valós veszélyt jelentenek Önre, amikor online vásárol (vagy vásárolna, ha nem szokott vásárolni)?

Kérjük, értékelje a felsoroltakat egy 1-től 5-ig terjedő skálán, ahol az 1-es azt jelentse, hogy egyáltalán nem jelent veszélyt, az 5-ös pedig, hogy komoly veszélyt jelent!

SOR (szempont)

1. Nem azt vagy nem olyan terméket kapok, mint amit megvásároltam
2. Nem kapom meg egyáltalán a megrendelt terméket/szolgáltatást
3. Nem tudom elintézni az esetleges garanciális problémákat
4. Nem tudom, hogy kitől vásárlak egyáltalán
5. Ha visszaküldöm a terméket/elállok a vásárlástól, akkor nem kapom vissza a pénzem

OSZLOP (válasz)

1. Egyáltalán nem jelent veszélyt
2. 2
3. 3
4. 4
5. Komoly veszélyt jelent

VÁLASZADÓK: S12=1 VAGY 2 VAGY 3 VAGY 4 (akik legalább évente néhányszor vásárolnak)

A03 – SORONKÉNT EGY VÁLASZ, RANDOMIZÁLD A SOROKAT

Mennyire szokták Önt befolyásolni a következő szempontok, amikor online vásárol valamit?

Kérjük, értékelje a szempontokat egy 1-től 5-ig terjedő skálán, ahol az 1-es azt jelentse, hogy egyáltalán nem befolyásolja, az 5-ös pedig, hogy nagy mértékben befolyásolja!

SOR (szempont)

1. A megvásárolni kívánt termék ára
2. Fizetési lehetőségek köre
3. Jól ismert kereskedő-e, amelytől vásárlak
4. Magyar nyelvű-e a webáruház/alkalmazás, ahol vásárlak
5. Magyarországról vagy külföldről érkezik-e a megvásárolt termék

OSZLOP (válasz)

1. Egyáltalán nem befolyásol
2. 2
3. 3
4. 4
5. Nagy mértékben befolyásol

VÁLASZADÓK: S12=1 VAGY 2 VAGY 3 VAGY 4 (akik legalább évente néhányszor vásárolnak)

A04 – EGY VÁLASZ

Amikor online vásárol valamit, mennyire érzi úgy, hogy tudja, hogy pontosan kitől vásárolja meg az adott terméket?

1. Mindig biztosan tudom, hogy kitől vásárlak
2. Általában tudom, hogy kitől vásárlak
3. Általában nem tudom, hogy kitől vásárlak

VÁLASZADÓK: MINDENKI

A05 – EGY VÁLASZ

Hallotta már azt a kifejezést, illetve tudja, hogy pontosan mit jelent az, hogy ONLINE PIACTÉR (vagy marketplace)?

1. Hallottam és pontosan tudom, hogy mit jelent
2. Hallottam, de bizonytalan vagyok benne, hogy mit jelent
3. Hallottam, de nem tudom, hogy mit jelent
4. Nem hallottam még

VÁLASZADÓK: MINDENKI

A06 – NYITOTT

Az online piactér egy olyan webes felület, ahova az eladók fel tudják tölteni a termékeiket és azokat így a vevők számára értékesíthetik. Egy-egy online piactéren számos eladó értékesítheti a termékeit. Az értékesítők között lehet az online piactér tulajdonosa is.

Tudna esetleg mondani olyan webes felületeket (ideértve ezek applikációit is), amelyek Ön szerint online piactérnek számítanak?

.....
99. Nem tudok illet

VÁLASZADÓK: MINDENKI

A07 – SORONKÉNT EGY VÁLASZ, RANDOMIZÁLD A SOROKAT

Az alábbiakban felsorolunk néhány olyan webes felületet, ahol vásárolni lehet. Kérjük, mindegyik esetén jelölje, hogy Ön szerint melyik (ideértve a weboldalukat és az applikációjukat is), ahol nem csak az oldal tulajdonosa árulja termékeit, hanem online piactérként is működik, s így más kereskedők is tudnak rajta keresztül értékesíteni?

SOR (felületek)

1. eMAG.hu [PROG.: Ha S13_1=1 vagy 2, ne mutasd a „Nem ismerem” (4-es) választ]
2. Tesco.hu
3. Pepita.hu [PROG.: Ha S13_2=1 vagy 2, ne mutasd a „Nem ismerem” (4-es) választ]
4. fizz.hu [PROG.: Ha S13_3=1 vagy 2, ne mutasd a „Nem ismerem” (4-es) választ]
5. Decathlon.hu [PROG.: Ha S13_8=1 vagy 2, ne mutasd a „Nem ismerem” (4-es) választ]
6. Mediamarkt.hu
7. Szallas.hu [PROG.: Ha S13_7=1 vagy 2, ne mutasd a „Nem ismerem” (4-es) választ]
8. Allegro (korábban: Mall) [PROG.: Ha S13_4=1 vagy 2, ne mutasd a „Nem ismerem” (4-es) választ]
9. Árukereső [PROG.: Ha S13_5=1 vagy 2, ne mutasd a „Nem ismerem” (4-es) választ]
10. Vatera [PROG.: Ha S13_6=1 vagy 2, ne mutasd a „Nem ismerem” (4-es) választ]
11. AboutYou
12. Alza
13. dm.hu
14. jegy.hu [PROG.: Ha S13_9=1 vagy 2, ne mutasd a „Nem ismerem” (4-es) választ]
15. teszvesz.hu [PROG.: Ha S13_10=1 vagy 2, ne mutasd a „Nem ismerem” (4-es) választ]
16. Hasznáلتautó.hu [PROG.: Ha S13_11=1 vagy 2, ne mutasd a „Nem ismerem” (4-es) választ]
17. Foodora [PROG.: Ha S13_12=1 vagy 2, ne mutasd a „Nem ismerem” (4-es) választ]
18. Wolt [PROG.: Ha S13_13=1 vagy 2, ne mutasd a „Nem ismerem” (4-es) választ]
19. ingatlan.com [PROG.: Ha S13_14=1 vagy 2, ne mutasd a „Nem ismerem” (4-es) választ]
20. Duna House (dh.hu) [PROG.: Ha S13_15=1 vagy 2, ne mutasd a „Nem ismerem” (4-es) választ]
21. Zenga [PROG.: Ha S13_16=1 vagy 2, ne mutasd a „Nem ismerem” (4-es) választ]
22. Jófogás [PROG.: Ha S13_17=1 vagy 2, ne mutasd a „Nem ismerem” (4-es) választ]

OSZLOP (válasz)

1. Ez online piactér (is)
2. Ez nem online piactér
3. Nem tudom eldönteni
4. Nem ismerem]

VÁLASZADÓK: S12=1 VAGY 2 VAGY 3 VAGY 4 (akik legalább évente néhányszor vásárolnak)

A09 – EGY VÁLASZ

Amikor online vásárol valamit, melyik jellemzőbb inkább Önre?

1. Jobban szeretek az adott oldal tulajdonosától, üzemeltetőjétől vásárolni
2. Számomra mindegy, hogy az adott oldal tulajdonosától, üzemeltetőjétől, vagy egy ott regisztrált kereskedőtől vásárlak

VÁLASZADÓK: S13_1 – S13_8, S13_10, S13_12, S13_13, S13_17 BÁRMELYIKE 1 (akik vásároltak az elmúlt fél évben online bizonyos piactérekén)

A10 – SORONKÉNT EGY VÁLASZ, AZOKAT MUTASD, AHOL S13=1, RANDOMIZÁLD A SOROKAT

Korábbi válaszai alapján Ön vásárolt az elmúlt fél évben az alábbi webes felületeken vagy mobilalkalmazásokban. Ezek ONLINE PIACTÉRNEK minősülnek, azaz nem csak az adott oldal tulajdonosa értékesíthet rajta keresztül, hanem a tulajdonostól független más kereskedők is feltölthetik rá az áruikat, szolgáltatásaikat.

Amikor ezeken a felületeken utoljára vásárolt, mennyire volt az Ön számára egyértelmű, hogy kitől vásárolja a terméket/szolgáltatást pontosan?

SOR (felületek)

1. eMAG
2. Pepita
3. fizz
4. Allegro (korábban: Mall)
5. Árukereső
6. Vatera
7. Decathlon.hu
8. Szallas.hu
9. teszvesz.hu
10. Foodora
11. Wolt
12. Jófogás

OSZLOP (válasz)

1. Teljesen egyértelmű volt számomra
2. Bizonytalan vagyok abban, hogy kitől vásároltam
3. Egyáltalán nem tudom, hogy kitől vásároltam

VÁLASZADÓK: S13_1 – S13_8, S13_10, S13_12, S13_13, S13_17 BÁRMELYIKE 1 (akik vásároltak az elmúlt fél évben online bizonyos piactérekén)

A11 – SORONKÉNT EGY VÁLASZ, AZOKAT MUTASD, AHOL S13=1, RANDOMIZÁLD A SOROKAT

Amikor az elmúlt fél évben vásárolt az alábbi ONLINE PIACTEREKEN, akkor volt olyan alkalom, amikor nem volt elégedett a vásárlással bármilyen okból kifolyólag?

SOR (felületek)

1. eMAG
2. Pepita
3. fizz
4. Allegro (korábban: Mall)
5. Árukereső
6. Vatera
7. Decathlon.hu
8. Szallas.hu
9. teszvesz.hu
10. Foodora
11. Wolt
12. Jófogás

OSZLOP (válasz)

1. Volt olyan alkalom, amikor nem voltam elégedett a vásárlással
2. Mindig elégedett voltam a vásárlással

VÁLASZADÓK: A11 BÁRMELYIKE 1 (akik legalább egyszer nem voltak elégedettek a vásárlással)

A12 – SORONKÉNT EGY VÁLASZ, AZOKAT MUTASD, AHOL A11=1, RANDOMIZÁLD A SOROKAT

Tett panaszt, vagy próbálta érvényesíteni vásárlói jogait azokban az esetekben, amikor nem volt elégedett a vásárlás valamilyen körülményével, vagy a megvásárolt termékkel az alábbi online piactereken?

SOR (felület)

1. eMAG
2. Pepita
3. fizz
4. Allegro (korábban: Mall)
5. Árukereső
6. Vatera
7. Decathlon.hu
8. Szallas.hu
9. teszvesz.hu
10. Foodora
11. Wolt
12. Jófogás

OSZLOP (válasz)

1. Panaszt tettem vagy más jogi eljárást kezdeményeztem
2. Nem tettem panaszt és nem próbáltam érvényesíteni jogaimat

VÁLASZADÓK: A12 BÁRMELYIKE 1 (akik tettek panaszt vagy kezdeményeztek más jogorvoslatot)

A13 – SORONKÉNT EGY VÁLASZ, AZOKAT MUTASD, AHOL A12=1, RANDOMIZÁLD A SOROKAT

Mennyire volt egyértelmű az Ön számára, hogy ki felé tehet panaszt az adott vásárlási kérdésben az egyes online piactereken?

SOR (felület)

1. eMAG
2. Pepita
3. fizz
4. Allegro (korábban: Mall)
5. Árukereső
6. Vatera
7. Decathlon.hu
8. Szallas.hu
9. teszvesz.hu
10. Foodora
11. Wolt
12. Jófogás

OSZLOP (válasz)

1. Egyértelmű volt
2. Nem volt egyértelmű

VÁLASZADÓK: S13 BÁRMELYIKE 1 (akik vásároltak az elmúlt fél évben online piactéren)

A14 – EGY VÁLASZ

Fordult elő Önnek olyan az elmúlt fél évben, hogy egy online piactéren vásárolt egy olyan kereskedőtől, aki nem az oldal üzemeltetője volt, csak azon keresztül értékesítette a termékét?

1. Igen, előfordult ilyen
2. Nem, még nem fordult elő ilyen
99. Nem tudom

VÁLASZADÓK: A14=1 (akik vásároltak regisztrált kereskedőtől)

A15 – EGY VÁLASZ

Amikor legutóbb észlelte, hogy vásárlása során nem az oldal üzemeltetőjétől, hanem egy regisztrált kereskedőtől vásárol, akkor mennyire nézett utána az adott kereskedőnek (megbízható-e stb.)?

1. Egyáltalán nem néztem utána
2. Csak az adott online piactéren megtalálható adatokat néztem meg
3. Az online piactéren kívül máshol (pl. más weboldalon) próbáltam információt gyűjteni
4. Az online piactéren és máshol (pl. más weboldalon) is próbáltam információt gyűjteni

VÁLASZADÓK: A15=2 VAGY 4 (akik online piactéren vagy máshol utánanéztek a kereskedőnek)

A16 – EGY VÁLASZ

Mennyire találta kielégítőnek azokat az információkat, amiket az online piactéren talált a kereskedőről?

1. Egyáltalán nem találtam elegendőnek
2. Többé-kevésbé elegendőnek találtam
3. Teljes mértékben elegendőnek találtam

VÁLASZADÓK: MINDENKI

A17 – EGY VÁLASZ

Ön szerint a fogyasztók szemszögéből nézve, előnyösek vagy inkább kevésbé előnyösek ezek az online piacterek?

1. A fogyasztók szemszögéből inkább előnyösek
2. A fogyasztók szemszögéből inkább kevésbé előnyösek

VÁLASZADÓK: MINDENKI

A18a – SORONKÉNT EGY VÁLASZ, RANDOMIZÁLD A SOROKAT

A szakemberek felsorolnak több előnyt, ami az online piacterekhez kapcsolódik. Ön szerint ezek mennyire előnyösek a fogyasztók szemszögéből?

SOR (állítások)

1. A kereskedőknek nem kell saját webáruházat alapítani, az online piactereken olcsóbban tudják a termékeiket árulni, ami a kedvező árakban is megjelenik
2. Szélesebb termékpalettából választhat a vásárló
3. A fogyasztó számára leegyszerűsödik a vásárlás folyamata, hiszen közvetlenül az online piactéren történik az értékesítés, nem kell felkeresni a kereskedők honlapját
4. Jobban összehasonlíthatóvá válnak a kereskedők által kínált termékek és ezek árai
5. Garancia az, hogy egy kereskedő online piactéren árulhatja a termékeit, mivel a regisztrációnál az oldal fenntartója már ellenőrizte a kereskedőt

OSZLOP (válasz)

1. Nagy előny a fogyasztóknak
2. Némi előny a fogyasztóknak
3. Nem igazán előny a fogyasztóknak

VÁLASZADÓK: MINDENKI

A18b – SORONKÉNT EGY VÁLASZ, RANDOMIZÁLD A SOROKAT

A szakemberek több veszélyét is kiemelik az online piactereknek. Ön szerint ezek mennyire jelentenek veszélyt a fogyasztók számára?

SOR (állítások)

1. Az online platformok befolyásolhatják, hogy mely termékeket jelenítik meg a vásárlók számára, amikor azok keresnek valamit. Ez sok esetben lehet, hogy nem a vásárlók, hanem a jutalékokon keresztül az online piactér számára kedvező rangsorolást jelent.
2. A fogyasztók nem igazán tudják, hogy kitől vásárolnak, azt hiszik, hogy maga az online piactér az eladó és így nem tudják hatékonyan érvényesíteni a jogaikat szükség esetén
3. Egy megbízhatónak tartott online piactér esetében kevésbé néznek utána a fogyasztók a valódi kereskedő hátterének, megbízhatóságának
4. Elképzelhető, hogy külföldi, vagyis nem Magyarországon bejegyzett cégtől vásárol a fogyasztó a szándéka ellenére
5. A kereskedő általános szerződési feltételei (ÁSZF) eltérhetnek az online piactér hasonló jogi dokumentumától, s ez félreértésekhez, jogi problémákhoz vezethet (jogorvoslat esetén)

OSZLOP (válasz)

1. Nagy veszély a fogyasztókra nézve
2. Némi veszély a fogyasztókra nézve
3. Nem igazán veszély a fogyasztókra nézve

VÁLASZADÓK: MINDENKI

A19a – EGY VÁLASZ

Mit gondol, ha Ön egy online piactéren vásárol egy ott regisztrált kereskedőtől és valamilyen problémája adódik a termékkel vagy a vásárlással, akkor kivel szemben érvényesítheti a jogait?

1. A kereskedővel szemben mindig
2. Az online piactérrel szemben mindig
3. A kereskedővel és az online piactérrel szemben is mindig

VÁLASZADÓK: MINDENKI

A19b – EGY VÁLASZ

Hallott Ön arról, hogy ha egy online piactér nem teszi egyértelművé, hogy kitől vásárol Ön az oldalán, akkor az online piactérrel szemben is érvényesítheti jogait?

1. Hallottam erről
2. Nem hallottam erről

VÁLASZADÓK: MINDENKI

A20 – SORONKÉNT EGY VÁLASZ, RANDIMIZÁLD A SOROKAT

A fogyasztók számára az online értékesítést folytató oldalak, alkalmazások alapvetően háromféle módon értékesíthetnek.

1. A webáruház a saját oldalán a saját árukészletét értékesíti, maga állít ki számlát és szállít is
2. A dropshippingnek nevezett megoldás esetében a weboldal maga értékesít, ő állítja ki a számlát, de csak akkor vásárolja meg a terméket, ha azt tőle megvette valaki, így nem tart árukészletet
3. Az online piacterek esetében pedig egy oldalra regisztrált kereskedő értékesíti a saját áruját és ő maga végzi az összes ezzel kapcsolatos teendőt

A fenti három modell mennyire tűnik megbízhatónak az Ön számára?

SOR

1. Webáruház
2. Dropshipping
3. Online piactér

OSZLOP

1. Egyáltalán nem tűnik megbízhatónak
2. 2
3. 3
4. 4
5. Teljes mértékben megbízhatónak tűnik

B BLOKK: EGYÉB PLATFORMOK

VÁLASZADÓK: MINDENKI

B01a – EGY VÁLASZ

Vannak olyan weboldalak, amelyeken nem lehet vásárolni (vagy nem ez a jellemző funkciójuk), hanem csak megpróbálják összekapcsolni az eladókat a vevőkkel, de az adás-vétel már nem az oldalon jön létre. Ezekre jellemző példák a különféle hirdetési oldalak. Ezek között lehetnek ingatlan, gépjármű vagy általános témájú oldalak is. Milyen gyakran szokta Ön ezeket a hirdetési oldalakat használni?

1. Minden héten
2. Havonta többször
3. Havonta
4. Évente többször
5. Ritkábban vagy soha [PROG.: Ha S13_11=2 vagy 3 ÉS S13_14=2 vagy 3 ÉS S13_16=2 vagy 3 ÉS S13_17=2 vagy 3 ÉS S13_18=2 vagy 3]

VÁLASZADÓK: S13_11=1 VAGY S13_14=1 VAGY S13_16=1 VAGY S13_17=1 VAGY S13_18=1 (akik használtak valamilyen online hirdetési szolgáltatót az elmúlt fél évben)

B01c – SORONKÉNT EGY VÁLASZ, S13. KÉRDÉSBEN 1-ES VÁLASZT ADÓKAT MUTASD, RANDOMIZÁLD A VÁLASZOKAT

Korábban jelezte, hogy használt az elmúlt fél évben hirdetési oldalt. Ezek egyik jelentős bevételi forrása a hirdetések kiemelése, vagy a fizetett hirdetések előre rangsorolása az ingyenesekkel szemben. Emlékei szerint egyértelműen jelenítették meg az Ön által az elmúlt fél évben használt oldalak, hogy melyek a fizetett és ezért kiemelt vagy előrébb rangsorolt hirdetések?

SOR (felületek)

1. Ingatlan.com
2. Profession.hu
3. Jófogás
4. Zenga
5. Használtautó.hu

OSZLOP (válasz)

1. Igen, egyértelműen jelenítették meg
2. Számomra nem volt egyértelmű, hogy voltak kiemelt hirdetések vagy melyek voltak ilyenek
99. Nem tudom

VÁLASZADÓK: MINDENKI

B02a – EGY VÁLASZ

Vannak olyan weboldalak, amelyek maguk gyűjtik össze más szolgáltatók ajánlatait és lehetőséget kínálnak arra, hogy valaki azokat összehasonlítva dönthesse a számára leginkább megfelelő termék beszerzéséről. Ilyenek például az ár összehasonlító oldalak. Milyen gyakran szokta Ön az ilyen típusú oldalakat használni?

1. Minden héten
2. Havonta többször
3. Havonta
4. Évente többször
5. Ritkábban vagy soha [PROG.: Ha S13_5=2 vagy 3]

VÁLASZADÓK: MINDENKI

B02b – SORONKÉNT EGY VÁLASZ, RANDOMIZÁLD A SOROKAT

Mikor használta legutoljára a következő online összehasonlító oldalakat (mobilalkalmazásokat)?

1. Árukereső.hu (kifejezetten az árak összehasonlításra)
2. Árgép.hu
3. Olcsóbbat.hu

OSZLOP (válaszok)

1. Használtam az elmúlt fél évben
2. Régebben használtam
3. Eddig még nem használtam

VÁLASZADÓK: S13_5=1 VAGY B02b BÁRMELYIKE 1 (akik használtak valamilyen árösszehasonlító oldalt az elmúlt fél évben)

B02c – SORONKÉNT EGY VÁLASZ, S13-BAN VAGY B02b. KÉRDÉSBEN 1-ES VÁLASZT ADÓKAT MUTASD, RANDOMIZÁLD A VÁLASZOKAT

Az árösszehasonlító oldalak egyik jelentős bevételi forrása a hirdetések kiemelése, vagy a fizetett hirdetések előre rangsorolása az ingyenesekkel szemben. Emlékei szerint egyértelműen jelenítették meg az Ön által az elmúlt fél évben használt oldalak, hogy melyek a fizetett és ezért kiemelt vagy előrébb rangsorolt hirdetések?

SOR (felületek)

1. Árukereső.hu
2. Árgép.hu
3. Olcsóbbat.hu

OSZLOP (válasz)

1. Igen, egyértelműen jelenítették meg
2. Számomra nem volt egyértelmű, hogy voltak kiemelt hirdetések vagy melyek voltak ilyenek
3. Nem tudom

VÁLASZADÓK: MINDENKI

B03 – EGY VÁLASZ

Hallott Ön arról, hogy azok az online szolgáltatók, akik ajánlórendszert alkalmaznak oldalaikon (pl. hirdetések megjelenítése közötti rangsorolás) nyilvánossá és könnyen elérhetővé kell tenniük a felhasználók számára, hogy mi alapján végzik az ajánlások rangsorolásait?

1. Hallottam róla
2. Nem hallottam róla

VÁLASZADÓK: B03=1 (akik hallottak már a hirdetések rangsorolásáról)

B04 – EGY VÁLASZ

Előfordult valaha, hogy utánanézett valamelyik ajánlórendszert alkalmazó oldalon a rangsorolás pontos módszerének?

1. Előfordult már, hogy utánanéztam a rangsorolás pontos módszerének
2. Nem fordult még elő
99. Nem emlékszem

VÁLASZADÓK: B04=1 (akik néztek már utána a rangsorolás pontos módszerének)

B05 – EGY VÁLASZ

Emlékezete szerint, amikor legutóbb utánanézett valamelyik ajánlórendszert alkalmazó oldalon a rangsorolás pontos módszerének, mennyire volt egyszerű értelmezni a rangsorolási paramétereket?

1. Egyáltalán nem volt egyszerű
2. Inkább nem volt egyszerű
3. Inkább egyszerű volt
4. Teljesen egyszerű volt
99. Nem emlékszem

Z BLOKK: DEMOGRÁFIA

VÁLASZADÓK: MINDENKI

Z01 – EGY VÁLASZ

A felmérés végéhez közeledve már csak néhány statisztikai kérdést tennénk fel.

Mi az Ön foglalkozásának jellemzője?

1. Egyéni vállalkozó
2. Cégtulajdonos
3. Alkalmazott
4. Alkalmi munkavállaló
5. Nyugdíjas
6. Diák, főiskolai/egyetemi hallgató
7. Háztartásbeli
8. Munkanélküli
88. Egyéb [NYITOTT]

VÁLASZADÓK: MINDENKI

Z02 – ÉRTÉK: 1-9

Önt is beleértve hány főből áll a háztartása?

... fő

VÁLASZADÓK: MINDENKI

Z03 – EGY VÁLASZ

Egy átlagos napon Ön mennyi időt tölt online (pl. közösségi média oldalakon olvasása/posztolás, videónézés, hírportálok olvasása, online játékok stb.)?

Amennyiben Ön a munkavégzése során folyamatosan online van, kérjük, azt az időt ne számítsa bele!

1. Legfeljebb fél óra
2. Fél-egy óra
3. Egy-két óra
4. Három-négy óra
5. Több mint négy óra

VÁLASZADÓK: MINDENKI

Z04 – EGY VÁLASZ

Jellemzően milyen eszközön szokott internetezni?

1. Okostelefon
2. Asztali számítógép, laptop, notebook
3. Tablet

VÁLASZADÓK: MINDENKI

Z05 – EGY VÁLASZ

Végezetül, kérjük, értékelje anyagi helyzetét!

1. Még a legszükségesebb dolgokra sincs elég pénzünk
2. Nagyon sok dolog megvásárlásáról le kell mondanunk, hogy elég pénzünk legyen a mindennapi életünk fenntartásához
3. Elegendő pénzünk van a mindennapi élethez, de nem engedhetünk meg magunknak nagyobb kiadásokat
4. Elegendő pénzünk van a kiadásainkra, és még megtakarítani is tudunk egy keveset
5. Jómódúak vagyunk, jelentős(ebb) megtakarítással rendelkezünk

KÉRDŐÍV VÉGE

Köszönjük, hogy részt vett a kutatásunkban!

II. Melléklet – Táblázatjegyzék

1. táblázat: Online nézelődés, információkeresés, illetve internetes vásárlás	12
2. táblázat: Az online kereskedő ismerete.....	16
3. táblázat: Vásárlás online piactéren regisztrált kereskedőtől	25
4. táblázat: Információgyűjtés az online piactér kereskedőjéről	26
5. táblázat: Az online piactéren talált információk elegendősége.....	26
6. táblázat: Az online piacterek előnyösek vagy nem a fogyasztóknak?	27
7. táblázat: Az online piactérrel szemben jogérvényesítés.....	30
8. táblázat: Az ajánlórendszer elérhetővé tétele az online oldalakon.....	37

III. Melléklet – Ábrajegyzék

1. ábra: Online platformok használata	13
2. ábra: Az online vásárlás biztonságossága	14
3. ábra: Az online vásárlás veszélyei	15
4. ábra: Az online vásárlást befolyásoló tényezők	16
5. ábra: Az „online piactér” fogalom ismerete	17
6. ábra: Online piactér brandek ismerete (spontán válaszok)	18
7. ábra: Online szolgáltatások besorolása – online piactér? (A DSA szerint online piactérnek tekinthető oldalak).....	20
8. ábra: Online szolgáltatások besorolása – online piactér? (A DSA szerint nem online piactérnek tekinthető oldalak).....	21
9. ábra: Online vásárlás – az oldal üzemeltetőjétől vagy mindegy honnan?	22
10. ábra: Egyértelmű volt, hogy kitől vásárolja a terméket/szolgáltatást?	23
11. ábra: Elégedetlenség a vásárlással és panasztétel	24
12. ábra: Egyértelmű volt, ki felé tehet panaszt?.....	25
13. ábra: Az online piacterek lehetséges előnyeinek megítélése	28
14. ábra: Az online piacterek lehetséges veszélyeinek megítélése	29
15. ábra: Jogérvényesítés online piactéren – kivel szemben lehet?.....	30
16. ábra: Megbízhatóság: webáruház, dropshipping, online piactér	31
17. ábra: Online apróhirdetési oldalak használatának gyakorisága.....	32
18. ábra: Apróhirdetési használata a közelmúltban	33
19. ábra: Online apróhirdetési oldalak – hirdetések rangsorolása.....	34
20. ábra: Ár-összehasonlító oldalak használatának gyakorisága.....	35
21. ábra: Ár-összehasonlító oldalak használata a közelmúltban.....	35
22. ábra: Ár-összehasonlító oldalak – hirdetések rangsorolása.....	36