

ÁLTALÁNOS SZERZŐDÉSI FELTÉTELEK

Az Educatio Társadalmi Szolgáltató Nonprofit Korlátolt Felelősségű Társaság (székhely: 1122 Budapest, Maros u. 19-21.; Adószám: 20933713-2-43, számlaszám: 10032000-00285977-00000086 (Magyar Államkincstár Rt.), cégbíróság: Fővárosi Bíróság, cégjegyzékszám: 01-09-921734), (továbbiakban: Kiadó vagy Reklámközvetítő vagy Educatio Kft.) a gondozásában megjelenő kiadványokban és médiumokban megjelentetni kívánt hirdetések közzétételét az alábbi Általános Szerződési Feltételek (továbbiakban Feltételek) mellett vállalja.

I.

Általános szabályok

1. A Reklámközvetítő gondozásában illetve kiadásában megjelenő médiumokban (a továbbiakban: az "Educatio Média") hirdetés közzétételére a Reklámközvetítő és a hirdetést megjelentetni kívánó személy (továbbiakban: Megrendelő: azaz Reklámozó és/vagy Reklámszolgáltató) között "hirdetési szerződés" alapján kerülhet sor.
2. Jelen Feltételek szerint hirdetési szerződésnek minősül minden olyan írásban (levél, fax, e-mail - amennyiben ezeket a Reklámközvetítő *arra jogosult képviselője azonosítható módon* visszaigazolta) megkötött megállapodás, amelynek alapján a Reklámközvetítő hirdetés közzétételére, a Megrendelő pedig hirdetési díj megfizetésére köteles. A hirdetési szerződés egyedi szerződéssel vagy keret-megállapodással jön létre.
3. Felek a hirdetési szerződésben szabályozzák a konkrét hirdetések közzétételének, a hirdetési díj megfizetésének, valamint a Reklámközvetítő által nyújtott konkrét engedmények feltételeit.
4. Jelen Feltételek valamennyi hirdetési szerződésre irányadóak, feltéve, hogy a Felek megállapodása ettől eltérően nem rendelkezik. Ilyen eltérés esetén a hirdetési keretszerződésben írásban rögzítettek értelemszerűen irányadóak. Vita és értelmezési probléma esetén mindenkor a (továbbiakban összefoglalóként nevezett) Magyar Reklámetikai Kódexben foglaltakat kell alkalmazni. A Feltételekre a gazdasági reklámtevékenységről szóló 2008. évi XLVIII. tv. ("Reklámtv.") rendelkezései az irányadóak.
5. Az Educatio Média médiumai gyermek- és fiatalkorúaknak is szólnak, ezért az ezekben történő hirdetésre sok esetben speciális szabályok is vonatkoznak. Ezen törvényi és etikai előírások a jelen Feltételek mellékleteként szolgáló Hirdetői elvekben kerültek összegzésre, melynek betartását minden reklámozó vállalja.

II.

A hirdetési szerződés létrejötte, a hirdetés megrendelése és elfogadása

1. A konkrét hirdetések megrendelése írásban a Reklámközvetítőnél e célra rendszeresített formanyomtatvány ("megrendelőlap") kitöltésével, illetőleg a Feltételek 2. pontja szerinti írásos módon történhet.
2. A megrendelés tartalmazza: a kívánt megjelenési időszakot, a hirdetendő terméket vagy szolgáltatást, a hirdetés témáját, a választott médiumot, a megjelenés időtartamát és méreteit, a megjelenés helyét, a megjelenítések számát, a linket. A Megrendelőnek a megrendelésben a cégnyilvántartásban szereplő adatokkal egyezően meg kell neveznie vállalkozását, székhelyét vagy állandó

SZABÁLYZAT
ÉRTÉKESÍTÉS
ÁLTALÁNOS SZERZŐDÉSI FELTÉTELEK

belföldi telephelyét, valamint közölnie kell adószámát és bankszámlaszámát, kapcsolattartó személy nevét és elérhetőségét.

3. A Reklámközzétevő jogosult a megrendelését követően a megjelentetni kívánt hirdetés szövegét és tartalmát - jelen Feltételek szerint - ellenőrizni. Reklámközzétevő jogosult a Megrendelőtől megkövetelni mindazon szükséges bizonylatokat, amelyek ahhoz szükségesek, hogy a vonatkozó jogi szabályok alapján a hirdetés megjelenhessen.

4. Reklámközzétevő a megrendelést akkor fogadja el, ha *az arra jogosult képviselője* a megrendelést írásban visszaigazolja. Amennyiben a hirdetés nem felel meg a Feltételeknek, a Reklámközzétevő jogosult azt visszautasítani.

5. Amennyiben a hirdetés tartalma, formája, minősége, leadásának ideje nem felel meg a Reklámközzétevő által támasztott követelményeknek vagy üzleti elképzeléseinek, kiadványa általános hangvételének, akkor a Reklámközzétevő jogosult a megrendelést visszautasítani, amiről a Megrendelőt haladéktalanul írásban értesíti.

III.***A hirdetés tartalma és formája***

1. A Megrendelő a hirdetés szövegét az MTA Helyesírási Bizottsága által kidolgozott, közzétett és mindenkor hatályos magyar (külön igény esetén idegen-) nyelv és helyesírás szabályainak megfelelően köteles meghatározni. A Reklámközzétevő a hirdetés szövegén jogosult elvégezni a nyelvhelyességi szabályok szerint szükséges és egyéb javításokat, de erről Megrendelőt legalább telefonon értesíti, és e javítások elvégzésére - a hiba mibenlétének közlésével együtt - a Megrendelőnek módot ad. Amennyiben a Megrendelő a javításokkal nem ért egyet, és a kifogását kellő időben írásban jelzi, Reklámközzétevő jogosult a megrendelést visszautasítani.

2. Ha a hirdetés szövegében tartalmi, érdemi változtatásra is szükség van, úgy a Reklámközzétevő a hirdetést - az általa javasolt módosításokkal - jóváhagyás végett visszaküldi a Megrendelőnek. A Megrendelő által írásban jóváhagyott, módosított hirdetés visszaérkezését követően a Reklámközzétevő írásban tájékoztatja a Megrendelőt a lehetséges legközelebbi megjelenés időpontjáról, ha az eredeti megrendelésben szereplő megjelenési időpont a változtatás miatt nem tartható.

IV.***Hirdetési korlátozások és tilalmak***

1. A Megrendelő nem kérheti olyan hirdetés megjelentetését, amelynek közlése jogszabályi tilalomba, a Magyar Reklámetikai Kódexének előírásaiba, vagy a Jelen Feltételek mellékletében rögzített Hirdetői Elvekbe ütközik, illetőleg alkotmányos elveket sért vagy közérkölcsei szempontból kifogásolható.

2. Megrendelő köteles különös tekintettel figyelembe venni a Hirdetői Elvekben foglaltakat.

3. A Reklámközzétevő a megjelentetni kívánt hirdetés előfeltételeit a jogszabályban előírt reklámtilalmak és reklámkorlátozások, valamint a Hirdetői Elvek szempontjából ellenőrizheti. A Reklámközzétevő megítélése szerint aggályos tartalmú hirdetések közzétételét megtagadhatja, mert nem képes vizsgálni, hogy a megjelentetni szánt hirdetés sérti-e harmadik személy bármely jogát vagy jogos érdekét.

4. A hirdetési szöveg, illetőleg kép tartalmáért, azok technikai kialakításáért elsődlegesen a Reklámozó és/vagy Reklámszolgáltató tartozik felelősséggel. Harmadik személy által ezzel kapcsolatban

támasztott akár közvetett, akár közvetlen kárigényeket a Reklámozó és/vagy Reklámszolgáltató köteles megtéríteni.

5. Megrendelő által megrendelt hirdetésre és annak tartalmára különösen a Reklámtv. rendelkezései irányadóak. Ennek megfelelően a Reklámozó és/vagy Reklámszolgáltató köteles figyelemmel lenni a Reklámtv. előírásaira, az általános és különös reklámtilalmakra köteles valamennyi szükséges nyilatkozatot megadni, amelyek a reklám közzétételéhez kellene, illetve a Reklámközzétevő írásbeli kérésére ilyen szükség esetén bemutatni vagy beszerezni.

V.

Hirdetés-leadási határidő

1. Az Educatio Média honlapjain megjelentetni kívánt hirdetést a tervezett megjelenés előtt 2 (kettő) munkanappal korábban kell leadni, a pontos időpontot a visszaigazolás tartalmazza. Az Educatio Média nyomtatott kiadványaiban történő hirdetés esetén az anyagleadás határideje a megjelenés előtt 4 héttel korábban van. Az egyes kiadványok esetében ettől eltérő anyagleadási határidő is elképzelhető, melyekről az adott kiadványok Hirdetési megrendelője tájékoztat.

2. A Reklámközzétevőt nem terheli felelősség, ha a hirdetés késedelmes leadásából eredően az előzetes megállapodás szerinti megjelentetés nem teljesíthető. Amennyiben az előbbieken említettek alapján az adott hirdetés leadása az egyedi, vagy a keretszerződésben meghatározott hirdetési akció (továbbiakban hirdetési akció) ütemtervében okoz késedelmet, ennek teljes felelősségét a Megrendelő viseli (ideértve azt az esetet is, amikor a hirdetési akció részlegesen valósítható csak meg), a Reklámközzétevő ebben az esetben is teljes akcióra megállapított díjra jogosult. Reklámközzétevő törekszik a Megrendelő ilyen késedelme esetén is a hirdetési akció ütemtervében meghatározott megjelentetések teljesítésére.

3. Amennyiben a Educatio Média-ban meghatározott napon és helyen megjelentetni szándékozott és a Reklámközzétevő által elfogadott hirdetést a Reklámozó és/vagy Reklámszolgáltató a megjelenés előtt legkésőbb

- egy munkanappal lemondja, úgy kötbér címén a hirdetési díj 100%-át (száz százalékát),
- a megjelenés előtt 2 (kettő) munkanappal történő lemondás esetén 50%-át (ötven százalékát),
- 3 (három) munkanappal történő lemondás esetén pedig 25 %-át (huszonöt százalékát) köteles megfizetni.

VI.

Minőségi követelmények

1. A Reklámközzétevő csak elektronikus formában, lehetőleg email-en elküldött hirdetéseket fogad el. A hirdetés mérete nem lehet nagyobb az Educatio Médiaajánlatában meghatározott méretnél (kbyte-ban).

2. Ha a Reklámozó és/vagy Reklámszolgáltató által leadott hirdetés nem felel meg a Feltételekben leírt követelményeknek, erre őt a Reklámközzétevő írásban, az ok megjelölésével figyelmezteti.

VII.

A Reklámközzétevő felelősségére vonatkozó szabályok

1. A reklámért elsősorban és mindenre kiterjedően a Reklámtv. valamint A vonatkozó jogszabályok rendelkezéseinek figyelembevételével a Reklámozó és/vagy Reklámszolgáltató a felelős. A Reklámszolgáltatónak a reklám elkészítésénél úgy kell eljárnia, és a reklámot közzétevő Reklámközzétevő a közzétételnél úgy jár el, hogy a Reklámozó helytállási kötelezettségét nyilvánvalóvá, illetve lehetővé tegye.

SZABÁLYZAT
ÉRTÉKESÍTÉS
ÁLTALÁNOS SZERZŐDÉSI FELTÉTELEK

2. A Reklámközvetítő kötelezettséget vállal arra, hogy az időben átadott és elfogadott hirdetést a megállapodás szerint megjelenteti. A reklámok elhelyezésekor a Reklámtv. elhelyezésre vonatkozó előírásainak betartása a Reklámközvetítő felelőssége. Ennek elmulasztása esetén a Reklámszolgáltatót és ügyfelét semmilyen felelősség nem terheli.
3. Ha a Reklámközvetítő által megjelentetett hirdetés a megrendeléstől eltérő, szövege egészben vagy részben olvashatatlan, az ábra, grafika (kép) nem felismerhető vagy a hirdetés nem az előre megállapodott időpontban jelent meg, a Reklámozó és/vagy Reklámszolgáltató elsősorban a hirdetési díj arányos leszállítását követelheti, másodsorban kérheti a hirdetés ismételt, kifogástalan megjelentetését.
4. Ha a hirdetés közzététele olyan okból marad el, amelyért a Reklámközvetítő a felelős, ide nem értve a Megrendelő VII. 3. pont szerinti teljesítését, a Reklámközvetítő hirdetési díjra nem tarthat igényt.
5. A Reklámközvetítővel szemben bármely esetben a Reklámozó és/vagy Reklámszolgáltató által érvényesíthető kártérítési igény összege a hirdetési díjra korlátozódik. Vis maiorért a Reklámközvetítőt semmiféle felelősség nem terheli (Vis maiornak minősül különösen: sztrájk, elemi csapás, egyéb ellenállhatatlan erő).
6. Mind a Reklámközvetítő, mind a Reklámozó és/vagy Reklámszolgáltató aláveti magát az Önszabályozó Reklám Testület Alapszabályában meghatározott Önszabályozó Reklám Testület Etikai Ad hoc Bizottsága Eljárási Szabályzatának minden olyan etikai és jogvita tekintetében, amely jelen Feltételek alapján kerül megindításra.

VIII.***A hirdetési díj***

1. A Reklámközvetítő a megrendelt hirdetést a mindenkor hatályos, hirdetési díj ellenében teszi közzé. A Tarifatáblázatban kerül rögzítésre az irányadó alapár, engedmények és felárak mértéke. (Továbbiakban, együtt: "hirdetési díjak")
2. A hirdetési díjak tartalmazzák a hirdetés közzétételeivel felmerülő szokásos technikai költségeket, nem tartalmazzák azonban a hirdetések elkészítését és átadási költségeit, valamint a Reklámozó és/vagy Reklámszolgáltató által kért jelentősebb változtatások elvégzésének költségeit. Ez utóbbi költségek a hirdetési díjon felül a Reklámozót és/vagy Reklámszolgáltatót terhelik.
3. A Reklámközvetítő fenntartja magának a jogot, hogy promóciós akciók esetén a hirdetési díjat a Tarifatáblázattól eltérően állapítsa meg.
4. A Reklámközvetítő jogosult a Tarifatáblázatban szereplő hirdetési díjakat megváltoztatni, azonban a változás tényét annak hatálybalépését megelőzően 30 (harminc) nappal köteles írásban (levélben, faxon vagy e-mailen) közölni a Reklámszolgáltatókkal és vagy keret-megállapodással szerződött Reklámozókkal. Az árváltozás a Megrendelő által a közlés kézhezvételét megelőzően feladott megrendelésekre nem vonatkozik.
5. A Reklámközvetítő különbséget tesz a Reklámszolgáltató és a Reklámozó között az engedmények érvényesítésében. Ügynökségi kedvezmény csak a Reklámszolgáltatónak, a mennyiségi kedvezmény mind a Reklámozónak, mind a Reklámszolgáltatónak adható.
6. Egyedi megrendelés esetén Reklámközvetítő és Reklámszolgáltató és/vagy Reklámozó a *Hirdetési szerződésben* rögzítik a kedvezményekkel csökkentett és felárakkal növelt egységárat. Amennyiben azonban a Reklámszolgáltató és/vagy Reklámozó Reklámközvetítővel keret-megállapodást köt, a mennyiségi kedvezmény számlázása a vállalt forgalomnak megfelelően történik, amíg azt a

SZABÁLYZAT
ÉRTÉKESÍTÉS
ÁLTALÁNOS SZERZŐDÉSI FELTÉTELEK

teljesített mennyiség túl nem lépi. Ez esetben a további kedvezmények megállapítása utólag történik (a kedvezmény visszamenőlegesen, a teljes forgalom után jár). Ha a keret-megállapodás alapján vállalt mértéket a teljesített forgalom nem éri el, a Reklámszolgáltató és/vagy Reklámozó köteles a Reklámközvetítő e tárgyban kiállított számlájának kézhezvételét követő 15 (tizenöt) napon belül a megelőlegezett engedmény és a tényleges teljesítés után járó kedvezmény közötti különbözet 20 %-kal (húsz százalékkal) növelt összegét megfizetni.

8. A díj megállapítása a Reklámközvetítő reklámszerverének adata alapján történik. Amennyiben a hirdetések kiszolgáltatásában a Reklámközvetítő által üzemeltetett reklámszerver kívül, a Reklámozó vagy egy harmadik fél (a továbbiakban idegen szerver) is részt vesz, és az idegen szerver adatai, valamint a Reklámközvetítő szerverének adatai közötti eltérés:

- a) az 5%-ot (öt százalékot) nem haladja meg, a Reklámközvetítő elfogadja az idegen szerver adatait,
- b) a 10%-ot (tíz százalékot) nem haladja meg, a Reklámközvetítő egyeztetési és/vagy ellenőrzési eljárást kezdeményezhet, mely során állapítja meg a díjat, ezen eljárás elmaradása esetén elfogadja a két adat összegének felét,
- c) a 10%-ot (tíz százalékot) meghaladja, a Reklámközvetítő a saját üzemeltetésében lévő szerver adatai szerint állapítja meg a díjat.

IX.***A számlázás rendje***

1. A hirdetési díjat a Reklámközvetítő által kiállított számla ellenében kell megfizetni.
2. A Reklámközvetítő a teljesítés után 15 (tizenöt) banki napos átutalással fizetendő számlát állít ki. Amennyiben a teljesítés a tárgyhót követő időszakra is áthúzódik, a Reklámközvetítő jogosult a tárgyhóra arányosan esedékes és teljesített teljesítésről számlát kiállítani.
3. Ha a Reklámozó és/vagy Reklámszolgáltató a részére kiküldött számla összegét részben kifogásolja, a nem kifogásolt összeget köteles határidőre kiegyenlíteni. Megrendelő a számviteli előírások szerint, de legkésőbb a fizetési határidőn belül köteles a kifogásait előterjeszteni.
4. A hirdetési díj késedelmes kiegyenlítése esetén - ettől eltérő megállapodás hiányában - a Reklámközvetítő 12%-os (tizenkét százalékos) késedelmi kamatot számít fel, valamint a behajtással felmerülő költségeket is az ügyfélre hárítja. A Reklámtv. szerinti reklamáció a késedelmi kamatszámítások kezdetét nem függeszti fel.
5. Amennyiben a Reklámozó és/vagy Reklámszolgáltató a hirdetési díjat alapos indok nélkül határidőre nem fizeti meg, a Reklámközvetítő jogosult a Reklámozó és/vagy Reklámszolgáltató további hirdetéseinek közzétételét felfüggeszteni - előzetes írásbeli értesítés után, melyben a fizetési kötelezettség teljesítésére további 8 (nyolc) napos határidőt biztosít -, illetőleg jogosult újabb megrendelés elfogadását megtagadni. Az ebből eredő kárért a Reklámközvetítőt felelősség nem terheli.
6. Jelen Feltételekben nem szabályozott kérdésekre a Polgári Törvénykönyvről szóló 1959. évi IV. tv., valamint a Reklámtv. vonatkozó rendelkezései értelemszerűen irányadóak.

Budapest, 2011. május**Educatio Társadalmi Szolgáltató
Nonprofit Kft.**

MELLÉKLET - HIRDETŐI ELVEK

Hirdetési kategóriák és egyéb definíciók

Egyes reklámtevékenységhez kapcsolódó fogalmak törvényi vagy etikai forrásokban különböző módon definiáltak. Az Educatio Kft. médiafelületeivel kapcsolatosan az alábbiak szerinti definíciókat tekintjük érvényesnek:

Politikai reklám: Politikai reklámnak minősül mindazon reklám, mely egy politikai párt vagy politikai célú társadalmi szervezet egyértelműen beazonosítható célját szolgálja a meggyőzés eszközeinek használatával.

Az egyértelműen társadalmi célú reklámok nem minősülnek politikai reklámnak.

Társadalmi célú reklám: Olyan non-profit és államigazgatási szervezetek által közzétett reklám, mely valamely társadalmi csoport fejlődését tűzi ki célul, nem kapcsolható egyértelműen termék vagy szolgáltatás értékesítéséhez, s az üzenetére több, egymással egyenértékű válasz is adható. Profitorientált szervezetek hirdetései különleges esetekben tekinthetők társadalmi célúnak, az Educatio Kft. fenntartja magának a jogot, hogy a közzététel előtt a reklám társadalmi célú mivoltát elbírálja.

Teaser reklám: Olyan reklám, mely a kampány egy később megjelenő elemére hívja fel a figyelmet az emberi kíváncsiság felkeltése által, a hirdetett termék/szolgáltatás megnevezése nélkül.

Az itt nem részletezett fogalmak tekintetében az 2008. évi XLVIII. törvény („Reklámtörvény”) fogalmi meghatározásait tekintjük irányadónak.

Általános irányelvek

Az Educatio Kft. médiafelületein hirdetési tevékenység az alábbiak figyelembevételével folytatható:

- **Jogszabályi, etikai feddhetetlenség**

A reklámozó által az Educatio Kft. médiafelületein közzétett reklámnak meg kell felelnie a létező jogszabályi előírásoknak és etikai szabályoknak, különös tekintettel a jelen dokumentumban alább felsorolt forrásokra.

A reklám közvetlenül vagy közvetetten sem kommunikálhat jogszabályba, etikai vagy erkölcsi normákba ütköző magatartást ösztönző, támogató, igazoló vagy azt elnéző módon.

- **Igazodás az ajánlásokhoz**

A reklámozónak a jelen dokumentumban nem felsorolt reklám- és más, releváns szakmai ajánlásokat, normákat és szokásjogot figyelembe kell vennie a reklám elkészítése és elhelyezése során.

- **Azonosíthatóság**

Szükséges, hogy a bármilyen felületen megjelenő hirdetésből a hirdető kiléte egyértelműen azonosítható legyen.

- ***Egyértelműség***

hirdető által közzétett reklám szövegezésének, a hirdetésben közölt ajánlatnak egyértelműnek kell lennie. A hirdetőnek különös figyelmet kell fordítania a pontos és hiteles tájékoztatásra, egyértelmű megfogalmazásra. A hirdető által közzétett reklám nem fogalmazhat a célcsoportok tekintetében félreérthető módon.

Teaser reklám különleges esetekben helyezhető el a médiafelületeken, az Educatio Kft. fenntartja a jogot, hogy a teaser reklám elhelyezéséről egyedileg döntsön.

- ***Az emberi méltóság tiszteletben tartása***

A hirdető által közzétett reklám nem tartalmazhat népek, nemzetiségek, etnikumok, vallások, nemek vagy korosztályok közötti hátrányos megkülönböztetést, illetve nem támogathat ilyen nézeteket.

A reklám nem kommunikálhat erőszakos magatartást ösztönző, támogató, igazoló vagy azt elnéző módon. A reklám nem kelthet félelmet.

A reklám nem tartalmazhat olyan elemeket, és nem kelthet olyan összhatást, amely az emberi élet, az egészség vagy a testi épség veszélyeztetését ösztönzi, támogatja, igazolja vagy elnézi.

- ***Az oktatás szerepe***

A reklám tiszteletben kell tartsa a pedagógust és az oktatási intézményt, nem tartalmazhat olyan elemeket vagy nem kelthet olyan összhatást, mely ezek létjogosultságát, munkáját, szerepét minősíti, megkérdőjelezi, elítéli vagy negatív színben tünteti fel.

A reklámnak meg kell felelnie a magyar helyesírás szabályainak, a hirdetőnek törekednie kell az idegen nyelvű, illetve a célcsoport számára idegen, ismeretlen kifejezések használatának mellőzésére.

A reklámnak meg kell felelnie az általános illemtani szabályoknak.

A reklám nem tartalmazhat babonákat, hiedelmeket, azokra nem hivatkozhat. A népi hagyományok ábrázolása elfogadható.

Gyermekkorú és fiatalkorú célcsoport esetén a reklám a tanárokat, illetve az intézményt közvetítő eszközként nem használhatja.

- ***A család, szülők szerepe***

A reklámnak tiszteletben kell tartania a családot, a szülői szerepeket, nem tartalmazhat olyan elemeket vagy nem kelthet olyan összhatást, mely ezek létjogosultságát, szerepét megkérdőjelezi, elítéli vagy negatív színben tünteti fel.

Gyermekkorú és fiatalkorú célcsoport esetén a reklámban a szülői engedéllyel igénybe vehető, megvásárolható szolgáltatásokat (szülő által aláírandó szerződés) meg kell különböztetni a következő felirattal: „A termék/szolgáltatás csak szülői engedéllyel vásárolható meg/vehető igénybe!”.

Gyermekkorú és fiatalkorú célcsoport esetén a reklám a szülőket közvetítő eszközként nem használhatja.

Gyermekkorú és fiatalkorú célcsoport esetén a reklám közvetlenül nem gyűjthet személyes adatokat.

- ***Az intézményvezető szerepe***

Oktatási intézményekben reklámozni csak az intézmény vezetőjének engedélyével szabad. Az engedélyeztetési kötelezettség a reklámozott termék, szolgáltatás jellegére, a reklám tartalmára, a reklámozás módszerére és a közzététel helyére egyaránt vonatkozik.

- ***Az egészség védelme***

Azon termékek és szolgáltatások reklámjai nem helyezhetők el, melyek igénybe vétele, fogyasztása rendeltetés-szerű használat mellett is káros hatással lehet a gyermek- és fiatalkorúak szervezetére.

Az alkohol tartalmú italok reklámozása az Educatio Kft. kezelésébe tartozó összes nyomtatott és online médiafelületen tilos.

- ***Erotika ábrázolása***

Tilos a reklámozásban az erotika, a szexualitás öncélú - a reklám tárgya, témája által nem indokolt - felhasználása. Az emberi testnek a jó ízlés határai között történő ábrázolása nem kifogásolható.

Gyermek- és fiatalkorú célcsoport esetén az erotika, a szexualitás ábrázolása kizárólag társadalmi célú kommunikáció keretében valósulhat meg.

- ***Politikai reklám***

Az Educatio Kft. világnézeti és politikai irányzatoktól független intézmény, felületein politikai reklámok nem helyezhetők el.

- ***Szerencsejáték***

A gyermek- és fiatalkorú célcsoportnak a nem tehető közzé olyan reklám, mely szerencsejátékként a Szerencsejáték Felügyeletnél történő bejelentésre kötelezett szolgáltatásra hívja fel a figyelmet.

- ***PR cikkek***

Az Educatio Kft. médiafelületein alapos és egyértelmű megkülönböztetés mellett tehető közzé olyan hirdetés, mely a szerkesztett tartalomba ágyazottan jelenik meg. A PR cikkek száma nem haladhatja meg a szerkesztett tartalomként megjelenő cikkek számának 2%-át.

- ***Egyéb irányelvek***

A reklám nem tartalmazhat olyan elemeket, és nem kelthet olyan összhatást, amely az emberi élet, az egészség vagy a testi épség veszélyeztetését ösztönzi, támogatja, igazolja vagy elnézi.

A reklám nem kelthet olyan összhatást, hogy a reklámozott cég/termék/szolgáltatás igénybe vétele, megvásárlása bármilyen módon kötelező lenne, illetve meg nem vásárlása vélt vagy valós hátrányos helyzetet teremt.

Kötelező erejű külső és egyéb jogforrások

A jelen dokumentum előírásainak megfogalmazásához az alábbi irányadó jogszabályok és egyéb jogforrások szolgáltak alapul:

A reklámozásról a következő jogszabályok rendelkeznek:

- 2008. évi XLVIII. tv. a gazdasági reklámtevékenységről („Reklámtörvény”)
- 1996. évi I. tv. a rádiózásról és televíziózásról („Médiatörvény”)
- 1996. évi LVII. tv. a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról („Tpv.”)
- 1997. évi CLV. tv. a fogyasztóvédelemről („Fogyasztóvédelmi törvény”)
- 1996. évi CXII. törvény a hitelintézetekről és pénzügyi vállalkozásokról („Hpt.”)
- 2003. évi CIII. törvény a határokat átlépő televíziózásról szóló európai egyezményt módosító, Strasbourgban, 1998. szeptember 9-én kelt (október 1-jén elfogadásra megnyitott) Jegyzőkönyv kihirdetéséről („Strasbourggi Egyezmény”)
- 2001. évi XCVI. törvény a gazdasági reklámok és az üzletfeliratok, továbbá egyes közérdekű közlemények magyar nyelvű közzétételéről

Egyéb jogforrások:

- Bírósági határozatok
- A mindenkori hatályos, a Magyar Reklámszövetség és az Önszabályozó Reklám Testület által készített Magyar Reklámetikai Kódex

A fenti jogszabályok és jogforrások Educatio Kft. médiafelületein való hirdetési tevékenységével kapcsolatban, a potenciális célcsoport reklámozási szempontból kiemelten kezelt voltára való tekintettel, az alábbi kitételek különleges jelentőséggel bírnak:

I. A Reklámtörvény szabályai

A Reklámtörvény 3. § -ának megfogalmazása szerint az alábbi kategóriákat különböztetjük meg:

Fiatalkorú: 14-18 éves korig

a) A törvény hatálya

A törvény hatálya a reklámozóként, reklámszolgáltatóként vagy reklám közzétevéként végzett gazdasági reklámtevékenységre, a szponzorálásra, valamint az ezek tekintetében alkalmazott magatartási kódexekre terjed ki.

Törvény vagy az annak végrehajtására kiadott jogszabály az egyes árukra vonatkozó vagy az egyes kommunikációs eszközök útján megvalósuló gazdasági reklámtevékenységre külön szabályokat állapíthat meg. Ha a külön törvény eltérően nem rendelkezik, az ilyen szabályok megsértésére e törvény rendelkezéseit megfelelően alkalmazni kell.

b) Általános reklámtilalom és reklámkorlátozások

Tilos az olyan reklám, amely erőszakos, illetve a személyes vagy a közbiztonságot veszélyeztető magatartásra ösztönöz.

Tilos az olyan reklám, amely a környezetet, illetve a természetet károsító magatartásra ösztönöz.

Tilos az olyan reklám, amely a gyermek- és fiatalok fizikai, szellemi, érzelmi vagy erkölcsi fejlődését károsíthatja.

Tilos az olyan gyermek-, illetve fiatalok számára szóló reklám, amely alkalmas a gyermek-, illetve fiatalok fizikai, szellemi, érzelmi vagy erkölcsi fejlődésének kedvezőtlen befolyásolására, különösen azáltal, hogy erőszakra, szexualitásra utal vagy azt ábrázol, vagy témájának meghatározó eleme az erőszakos módon megoldott konfliktus.

Tilos az olyan reklám, amely gyermek- vagy fiatalok veszélyes, erőszakos vagy a szexualitást hangsúlyozó helyzetben mutat be.

Gyermekjóléti alapellátást és gyermekvédelmi szakellátást nyújtó intézményben, óvodában, általános iskolában és általános iskolai tanulókat fogadó kollégiumban tilos a reklámtevékenység. E tilalom nem vonatkozik az egészséges életmódra és a környezet védelmére neveléssel összefüggő, továbbá a közéleti és kulturális tevékenység vagy esemény, valamint az oktatási tevékenység reklámjára, valamint az ilyen tevékenységet folytató, illetve ilyen eseményt szervező vagy annak megvalósulásához bármilyen formában hozzájárulást nyújtó vállalkozás nevének, védjegyének vagy egyéb megjelölésének az adott tevékenységgel, eseménnyel közvetlenül összefüggő megjelenítésére.

Tilos az olyan reklám, amely a nemiséget súlyosan szeméremszéttől nyíltsággal ábrázolja, különösen amelyik nemi aktust vagy nemi szervet nyíltan ábrázol (pornográfreklám).

Tilos a szexuális szolgáltatás reklámja. A szexuális szolgáltatás fogalmát és reklámozásának további korlátozásait külön törvény állapítja meg.

Tilos az olyan áru reklámja, amely rendeltetése szerint szexuális ingerkeltésre irányul.

Nem kell alkalmazni az (1) és (3) bekezdés szerinti tilalmat a szexuális terméken, továbbá a szexuális termékek üzletén belül elhelyezett reklámra. A szexuális termék, illetve a szexuális termékek üzlete fogalmát külön jogszabály állapítja meg.

Tilos az olyan áru reklámja, amelynek előállítása vagy forgalmazása jogszabályba ütközik.

Tilos a tudatosan nem észlelhető reklám.

c) Megtévesztő reklám és összehasonlító reklám

Tilos a megtévesztő reklám.

A reklám megtévesztő jellegének megállapításakor figyelembe kell venni különösen a reklámban foglalt azokat a tájékoztatásokat, közléseket, amelyek

a) az áru jellemző tulajdonságaira,

b) az áru árára vagy az ár megállapításának módjára, valamint az áru megvételének, illetve igénybevételének egyéb szerződéses feltételeire, továbbá

c) a reklámozó megítélésére, így a reklámozó jellemzőire, az őt megillető jogokra, vagyonára, minősítésére, elnyert díjaira vonatkoznak.

Az összehasonlító reklám

a) nem sértheti más vállalkozás vagy annak cégneve, áruja, árujelzője vagy egyéb megjelölése jó hírnevét,

b) nem vezethet összetévesztésre a reklámozó és az azonos vagy hasonló tevékenységet folytató más vállalkozás, illetve annak cégneve, áruja, árujelzője vagy egyéb megjelölése között,

c) nem vezethet más vállalkozás vagy annak cégneve, áruja, árujelzője vagy egyéb megjelölése jó hírnevéből adódó tisztességtelen előnyszerzésre, és

d) nem sértheti más vállalkozás áruja, illetve annak a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény (a továbbiakban: Tpv.) 6. §-ában rögzített jellemzői utánzásának tilalmát.

Az összehasonlító reklám

a) kizárólag azonos rendeltetésű vagy azonos szükségleteket kielégítő árukat hasonlíthat össze,

b) tárgyilagosan köteles összehasonlítani az áruk egy vagy több lényeges, meghatározó, jellemző és ellenőrizhető tulajdonságát,

c) ha tartalmazza az áruk árainak összehasonlítását, köteles azt tárgyilagosan bemutatni,

d) eredetmegjelöléssel rendelkező termékek összehasonlítása esetén kizárólag azonos eredetmegjelölésű termékekre vonatkozhat.

d) Az egyes áruk reklámozására és az azokkal összefüggésben történő szponzorálásra vonatkozó tilalmak és korlátozások

Tilos fegyver, lőszer, robbanóanyag és a közbiztonságra különösen veszélyes eszköz reklámja.

Tilos a külön jogszabályban meghatározott veszélyes eb, továbbá az állatviadal reklámja.

Tilos emberi szervet, szövetet bármilyen felhasználás céljára reklámozni.

Tilos a terhességmegszakítás, a terhességmegszakítást végző intézmény, arra alkalmas eszköz vagy eljárás reklámja.

Tilos alkoholtartalmú ital olyan reklámja, amely

a) gyermek-, illetve fiatalkorúaknak szól,

b) gyermek- vagy fiatalkorút mutat be,

- c) alkoholtartalmú ital mértéktelen fogyasztására ösztönöz, vagy negatívan tünteti fel az önmérsékletet, illetve az alkoholfogyasztástól való tartózkodást,
- d) az alkohol fogyasztását jobb fizikai teljesítménnyel vagy járművezetéssel kapcsolja össze,
- e) olyan benyomást kelt, hogy az alkohol fogyasztása hozzájárul a társadalmi vagy szexuális sikerhez,
- f) azt állítja vagy olyan benyomást kelt, hogy az alkoholnak gyógyászati tulajdonsága van, serkentő vagy nyugtató hatása,
- g) azt állítja vagy olyan benyomást kelt, hogy az alkohol személyes konfliktusok megoldásának eszköze lehet, vagy
- h) a magas alkoholtartalmat az italok pozitív minőségi jellemzőjeként hangsúlyozza.

Tilos közzétenni alkoholtartalmú ital reklámját

- a) sajtótermék első borítólapjának külső oldalán, illetve - honlap esetén - a nyitó oldalon,
- b) színházban vagy moziban 20 óra előtt, illetve gyermek-, illetve fiatalkorúak számára készült műsorszámot közvetlenül megelőzően, annak teljes időtartama alatt és közvetlenül azt követően,
- c) egyértelműen játék céljára szánt terméken és annak csomagolásán, és
- d) közoktatási és egészségügyi intézményben, továbbá ilyen intézmény bejáratától légvonalban mért kétszáz méteres távolságon belül szabadtéri reklámhordozón.

Tilos a dohánytermék reklámja.

A tilalom kiterjed a dohánytermék közvetett reklámjára is. Dohánytermék közvetett reklámja különösen az a reklám, amely

- a) a dohányterméket közvetlenül nem jelöli meg, de a dohánytermékkel összefüggésbe hozható bármely más megjelölés vagy árujelző használatával alkalmas a dohánytermék reklámozására,
- b) a dohányterméket más áru elnevezésével, megjelölésével vagy árujelzőjével mutatja be, vagy
- c) más árut dohánytermék elnevezésével, megjelölésével vagy árujelzőjével mutat be.

Tilos a gyermek-, illetve fiatalkorúak szerencsejátékban való részvételére felszólító reklám.

Tilos közzétenni szerencsejátékhöz kapcsolódó reklámot olyan sajtótermékben, amely alapvetően gyermek-, illetve fiatalkorúakhoz szól.

Tilos közzétenni temetkezési szolgáltatás reklámját egészségügyi intézmény területén, épületének falán és kerítésén, valamint - az erre a célra kijelölt hely kivételével - temető területén. E korlátozás nem vonatkozik a temetkezési szolgáltatók nevét és telephelyének címét, elérhetőségét, valamint a nyújtott szolgáltatás teljességére utaló megjegyzést az egyes szolgáltatók megkülönböztetése nélkül, ábécésorrendben tartalmazó, az egészségügyi intézmény információs irodájában elhelyezett tájékoztatóra.

Temetkezési szolgáltatásról szóló reklámban - a szolgáltató honlapján közzétett reklám kivételével - csak a szolgáltató neve, megkülönböztető megjelölése, elérhetőségének módja és időtartama, valamint a „temetkezés” szó, illetve a nyújtott szolgáltatásoknak és azok díjának tárgyszerű - kegyeleti jogokat nem sértő - felsorolása tüntethető fel.

II. Médiatörvény, Tpv., Fogyasztóvédelmi törvény

A Médiatörvény reklámra vonatkozó rendelkezései nem kerülnek részletesen ismertetésre, mert azokat kizárólag az elektronikus médiában közzétett reklámokra lehet alkalmazni, tehát az Interneten történő reklámozás nem tartozik a médiatörvény hatálya alá, és egyébként sem tartalmaz a gyermek- és fiatalkorúaknak szóló reklámtevékenységre vonatkozó külön szabályokat, amelyeket érdemes lehet figyelembe venni egy reklámetikai kódex kialakításakor.

A Tpv. és a fogyasztóvédelmi törvény rendelkezései szintén nem tartalmazzak a gyermek-és fiatalkorúaknak szóló reklámokra külön szabályokat.

SZABÁLYZAT
ÉRTÉKESÍTÉS
ÁLTALÁNOS SZERZŐDÉSI FELTÉTELEK

Fel szeretnénk hívni a figyelmet arra, hogy ezen végrehajtási rendelet jelenleg módosítás alatt áll, és a jogszabályalkotók szándéka az, hogy a reklámtevékenységre vonatkozó szabályozás kiterjedjen mind a Közoktatási Információs Iroda honlapján, mind a Sulinet honlapján közzétett reklámra.

III. A Hpt. szabályai

A hitelintézetekről és pénzügyi vállalkozásokról szóló 1996. évi CXII. törvény 201. § kiemelten védi a fiatalokat (18 éves korig).

A fiatalokat betételhelyezésre, hitelfelvételre vagy egyéb pénzügyi szolgáltatás igénybevételére felhívó reklámot hitelintézet mint reklámozó esetében legalább két országos napilapban, szövetkezeti hitelintézet mint reklámozó esetében pedig legalább egy napilapban és egy országos napilapban közzé kell tenni.

Ezen túl a törvény az alábbi reklámozással kapcsolatos szabályokat tartalmazza:

Tilos a sorsolásra vonatkozó reklám. E tilalom nem vonatkozik a nyereménybetét-sorsolásra.

A 201. §-ban és a 201/A. §-ban foglalt rendelkezések megsértése esetén a fogyasztóvédelmi hatóság jár el a gazdasági reklámtevékenység alapvető feltételeiről és egyes korlátairól szóló 2008. évi XLVIII. törvényben meghatározottak szerint. E rendelkezések a fogyasztóvédelemről szóló 1997. évi CLV. törvény alkalmazásában fogyasztóvédelmi rendelkezések.

IV. Strasbourgi Egyezmény

A Strasbourgi Egyezmény 11. Cikke az alábbiak szerint rendelkezik:

A gyermekeknek szóló vagy gyermekeket felhasználó reklámozásnak és televíziós vásárlásnak tartózkodnia kell mindentől, ami sértheti a gyermekek érdekeit, és tekintettel kell lennie különleges fogékonyságukra.

A televíziós vásárlás nem ösztönözheti a kiskorúakat áruk és szolgáltatások vásárlására és bérletére irányuló szerződések megkötésére.

Az Egyezmény hatálya különösen a televíziós reklámtevékenységre terjed ki, érdemes lehet azonban bizonyos szabályait megfontolni egy etikai kódex kialakításakor

V. A Magyar Reklámetikai Kódex szabályai

A Magyar Reklámszövetség Etikai Bizottsága megalkotott egy reklámtevékenységet szabályozó etikai kódexet (Magyar Reklámetikai Kódex 2005), melynek 12. cikkelye rendelkezik a gyermekeknek és fiataloknak szóló reklámok követelményeiről az alábbiak szerint:

Gyermekek és fiatalok védelme

- (1) A gyermekeknek szóló reklámozás során különös gondossággal kell eljárni a reklám azonosíthatósága érdekében.
- (2) A reklámozott játék tényleges természetét és felhasználási lehetőségeit illetően a reklám nem

lehet félrevezető és megtévesztő.

- (3) A gyermekeknek, fiataikorúaknak - vagy gyermekek és fiataikorúak szerepeltetésével - készült reklám nem tartalmazhat olyan kijelentést, vizuális megjelenítést, vagy hangeffektust, amely szellemileg, erkölcsileg és fizikailag a kárukra lehet, kihatással a hiszékenységüket, tapasztalatlanságukat és érzésvilágukat.
- (4) A reklám nem vezethet a gyermekekben olyan tudat kialakulására, hogy ha a reklámozott árut nem vásárolnák meg, akkor szégyenkezniük kellene, vagy hátrányba kerülnének.
- (5) A reklám nem sugallhatja azt, hogy amennyiben a gyermek maga vagy az általa felkért személy nem veszi meg az adott terméket, illetve nem veszi igénybe az adott szolgáltatást, akkor valamiféle kötelességét vagy ígérését szegi meg.
- (6) A reklám nem sértheti a gyermek- és fiataikorúak előtt a szülők és a nevelők tekintélyét, és nem bízathat velük szembeni engedetlenségre.
- (7) A reklám nem használhatja ki tisztességtelenül a gyermek- és fiataikorúak szülők, nevelők iránti bizalmát.
- (8) A gyermek- és fiataikorúaknak szóló reklám - üzenetének tartalmára és annak megjelenítésére is tekintettel - nem mutathat rossz mintát, negatív erkölcsi értéket.
- (9) Gazdasági reklám nem mutathat gyermekkorúakat veszélyes helyzetben.
- (10) A gyermekkorúakhoz szóló reklám nem indíthatja őket arra, hogy bármilyen okból számukra ismeretlen személyekkel kapcsolatot keressenek vagy létesítsenek.
- (11) Gyermekek és fiataikorúak nem szerepeltethetők az olyan termékek, szolgáltatások reklámjában, amelyek reklámozására alapvetően alkalmatlanok.
- (12) A gyermekeket tilos a reklámban úgy ábrázolni, amint gyógyszereket és gyógyszernek nem minősülő gyógyhatású készítményeket egyedül használnak.
- (13) A közoktatási- és az állam által gyermekek vagy fiataikorúak részére fenntartott szociális intézményekben reklámozni csak az intézmény vezetőjének engedélyével szabad. Az engedélyeztetési kötelezettség a reklámozott termék, szolgáltatás jellegére, a reklám tartalmára, a reklámozás módszerére és a közzététel helyére egyaránt vonatkozik.
- (14) Az intézmény vezetőjének azt a jogát, hogy a konkrét reklám közzétételét saját hatáskörében engedélyezze vagy tiltsa, nem szabad szerződésben korlátozni.
- (15) Az iskolai reklám nem zavarhatja az oktató-, nevelőmunkát, különös tekintettel az iskolaidőre, a tanítás rendjére, valamint a tanórákra.
- (16) Az olyan termék vagy szolgáltatás reklámozása során, ahol a reklámozás egyben értékesítési és/vagy szolgáltatás-igénybevételi lehetőséggel párosul (például interneten történő reklámozás vagy egyéb reklámok, amelyek például telefonhívással megvalósuló igénybevételre ösztönöznek), a reklámozónak különös figyelmet kell fordítania arra, hogy az áruvásárlásra, vagy a szolgáltatás igénybevételére vonatkozó jognyilatkozat előtt a gyermekek szerezzék meg a szülői beleegyezést.
- (17) A gyermeket célzó kereskedelmi promóciós ajánlatokban a gyermekek által érthető kifejezésekkel kell megadni a reklámozott ajándék, pályázat vagy verseny, a reklámozott áru megszerzésének pontos és részletes feltételeit. A közlésnek alkalmasnak kell lennie arra, hogy a promóciós ajánlatot a gyermekek pontosan megértsék.
- (18) A gyermekeknek szóló reklámban természetesen be kell tartani az egyes termékek reklámozására

vonatkozó gyermek- illetve fiatalkorú fogyasztókat érintő külön szabályokat.

VI. Bírósági határozatok

BH. 2002.6.247

Összhangban a törvényi szabályozással a bíróság kimondta, hogy tilos az olyan reklám közzététele, amely a gyermek-és fiatalkorúak fizikai, szellemi vagy erkölcsi fejlődésére károsító hatással járhat.

Internetes médiafelületekre vonatkozó irányelvek

- *Navigációs szabadság*

Az Interneten megjelenő reklámok nem korlátozhatják a látogatók navigációs szabadságát. A látogatók számára minden esetben biztosítani kell a lehetőséget, hogy a reklámot, vagy az azt tartalmazó oldalt egyszerűen bezárják, minimalizálják vagy arról elnavigáljanak.

- *Sávszélesség*

Az Interneten megjelenő reklámok csak indokolható mértékben vehetik igénybe a látogató rendelkezésére álló sávszélességet. A nagy fájl méretű vagy a látogató kérése nélkül sugárzott reklámok esetében a hirdető feladata, hogy megvizsgálja ezt a sávszélességet, s ennek megfelelő méretű reklámot szolgáljon ki a felhasználó részére.

- *Tartalomfogyasztás*

Az Interneten megjelenő reklámok nem korlátozhatják a médiafelület rendeltetésszerű használatát.

Azon reklámformák és technikai megoldások kerülendők, melyek a médiafogyasztást akadályozzák.

- *Felbukkanó ablakok*

Reklám funkciót betöltő felbukkanó ablakok elhelyezésére kizárólag a médiaajánlatban meghatározott felületeken nyílik lehetőség. Ezekon a felületeken az egy látogatás alkalmával csak egy felbukkanó ablak szolgálható ki. A felbukkanó ablakok használata esetén a hirdető törekedjen arra, hogy egy látogató korlátozott számú alkalommal találkozzon ugyanazzal a hirdetéssel.