

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), cégbíróság: Fővárosi Törvényszék, cégjegyzékszám: 01-09-921734), (továbbiakban: Kiadó/Reklámközvetítő/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. A hirdetési szerződés egyedi szerződéssel 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 szerződésben 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 hirdetési 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.
6. Az Educatio Kft. a Reklámozó és/vagy Reklámszolgáltató értesítése vagy hozzájárulása nélkül jogosult alvállalkozó igénybevételére.

II.

A hirdetési szerződés létrejötte, a hirdetés megrendelése és elfogadása

1. A hirdetési szerződés az Educatio Kft.-hez érkezett megrendelés az Educatio Kft. által történő írásos visszaigazolásával jön létre. Az Educatio Kft.-re nézve kizárólag az általa visszaigazolt szolgáltatások kötelező érvényűek. A Reklámközvetítő a visszaigazolást szkennelve e-mailen küldi meg.

Hirdetési szerződés jön létre akkor is, ha a Felek nem az előbb meghatározott rend szerint járnak el, hanem a Felek egyedi szerződést kötnek a Reklámozó hirdetési közzétételére vonatkozóan.

A konkrét hirdetések megrendelése írásban a Reklámközvetítőnél e célra rendszeresített formanyomtatvány ("megrendelőlap") kitöltésével 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 belföldi telephelyét, valamint közölnie kell adószámát és bankszámlaszámát, kapcsolattartó személy nevét és elérhetőségét.

3. A Reklámközzétevő jogosult a szerződéskötést és/vagy 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. A hirdetési szerződés akkor jön létre, ha a Reklámközzétevő arra jogosult képviselője a megrendelést írásban visszaigazolja. Amennyiben a hirdetés nem felel meg a Feltételeknek, a Reklámközzétevő jogosult a hirdetési szerződéstől elállni, és/vagy a megrendelést 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 hirdetési szerződéstől elállni, és/vagy a megrendelést visszautasítani, amiről a Megrendelőt haladéktalanul írásban értesíti.
6. A Reklámközzétevő minden esetben teljesíti a reklámadóról szóló 2014. évi XXII. törvény 3. § - ának (3) bekezdése szerinti kötelezettségét. A nyilatkozat az írásbeli visszaigazolás, és az így létrejött hirdetési szerződés, illetve a Felek által kötött egyedi hirdetési szerződés elválaszthatatlan mellékletét képezi.

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 – nem tartalmi, érdemi – 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 kellenek, 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 minimum 2 (kettő) munkanappal korábban kell leadni. Az Educatio Média nyomtatott kiadványaiban történő hirdetés esetén az anyagleadás határideje a megjelenés előtt 4 héttel korábban van. A Felek ettől eltérő anyagleadási határidőben is megállapodhatnak a hirdetési szerződésben.

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

3. Megrendelő tudomásul veszi, hogy határozott időre létrejött hirdetési szerződés esetén, a hirdetési szerződéstől történő teljes vagy részleges elállás illetve annak teljes vagy részleges felmondásakor is köteles megtéríteni a szerződésben rögzített hirdetési díjat.

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). Médiaajánlat megtalálható az alábbi linken:
http://www.felvi.hu/pub_bin/dload/media/educatio_mediaajanlat_2014_0404.pdf

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.

2. A Reklámközzétevő kötelezettséget vállal arra, hogy az időben átadott és elfogadott hirdetést a megállapodás szerint megjelenteti. A reklámok elhelyezésekor a Reklámtv. elhelyezésre vonatkozó előírásainak betartása a Reklámközzétevő felelőssége. Ennek elmulasztása esetén a Reklámszolgáltatót és ügyfelét semmilyen felelősség nem terheli.

3. Ha a Reklámközzétevő által megjelentetett hirdetés a hirdetési szerződéstől 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 Reklámközzétevő a felelős, ide nem értve a VII. 3. pont szerinti teljesítést, a Reklámközzétevő hirdetési díjra nem tarthat igényt.

5. A Reklámközzétevővel szemben bármely esetben a Reklámozó és/vagy Reklámszolgáltató által érvényesíthető kártérítési igény összege a hirdetési díjra korlátozódik. Vis maiorért a Reklámközzétevőt semmiféle felelősség nem terheli (Vis maiornak minősül különösen: sztrájk, elemi csapás, egyéb ellenállhatatlan erő).

6. Mind a Reklámközzétevő, 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 Reklámközzétevő a megrendelt hirdetést a mindenkor hatályos, hirdetési díj ellenében teszi közzé. A Tarifatóblázatban kerül rögzítésre az irányadó alapár, engedmények és felárak mértéke. A Tarifatóblázatot a Médiaajánlat tartalmazza.

(Továbbiakban, együtt: "hirdetési díjak")

2. A hirdetési díjak tartalmazzák a hirdetés közzétételével 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 Reklámközzétevő fenntartja magának a jogot, hogy promóciós akciók esetén a hirdetési díjat a Tarifatóblázattól eltérően állapítsa meg.

4. A Reklámközzétevő jogosult a Tarifatóblázatban 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 Reklámozókkal. Az árváltozás a Megrendelő által a közlés kézhezvételét megelőzően feladott megrendelésekre nem vonatkozik.

5. A Reklámközzétevő 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. A Reklámközzétevő és Reklámszolgáltató és/vagy Reklámozó a *Hirdetési szerződésben* rögzítik a kedvezményekkel csökkentett és felárakkal növelt egységárat.

Amennyiben azonban a Reklámszolgáltató és/vagy Reklámozó Reklámközzétevővel keretszerződést köt, a mennyiségi kedvezmény számlázása a vállalt forgalomnak megfelelően történik, amíg azt a teljesített mennyiség túl nem lépi. Ez esetben a további kedvezmények megállapítása utólag történik (a kedvezmény visszamenőlegesen, a teljes forgalom után jár). Ha a keretszerződés alapján vállalt mértéket a teljesített forgalom nem éri el, a Reklámszolgáltató és/vagy Reklámozó köteles a Reklámközzétevő 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 Reklámközzétevő reklámszerverének adata alapján történik. Amennyiben a hirdetések kiszolgálásában a Reklámközzétevő által üzemeltetett reklámszerveren kívül, a Reklámozó vagy

egy harmadik fél (a továbbiakban idegen szerver) is részt vesz, és az idegen szerver adatai, valamint a Reklámközzétevő szerverének adatai közötti eltérés:

- a) az 5%-ot (öt százalékot) nem haladja meg, a Reklámközzétevő elfogadja az idegen szerver adatait,
- b) a 10%-ot (tíz százalékot) nem haladja meg, a Reklámközzétevő 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 Reklámközzétevő a saját üzemeltetésében lévő szerver adatai szerint állapítja meg a díjat.

IX.

A számlázás rendje

1. A hirdetési díjat a Reklámközzétevő által kiállított számla ellenében kell megfizetni.
2. A Reklámközzétevő a teljesítés után 15 (tizenöt) banki napos átutalással fizetendő számlát állít ki. Amennyiben a teljesítés a tárgyhót követő időszakra is áthúzódik, a Reklámközzétevő 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 Reklámközzétevő 12%-os (tizenkét százalékos) késedelmi kamatot számít fel, valamint a behajtással felmerülő költségeket is a Reklámszolgáltatóra és/vagy a Reklámozóra hárítja. A Reklámtv. szerinti reklamáció a késedelmi kamat-számítások kezdetét nem függeszti fel.
5. Amennyiben a Reklámozó és/vagy Reklámszolgáltató a hirdetési díjat alapos indok nélkül határidőre nem fizeti meg, a Reklámközzétevő 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 Reklámközzétevőt felelősség nem terheli.
6. Jelen Feltételekben nem szabályozott kérdésekre a Polgári Törvénykönyvről szóló 2013. évi V. tv., valamint a Reklámtv. vonatkozó rendelkezései értelemszerűen irányadók.

Budapest, 2014. szeptember

**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**

Reklámozó által közzétett reklám szövegezésének, a hirdetésben közölt ajánlatnak egyértelműnek kell lennie. A Reklámozónak különös figyelmet kell fordítania a pontos és hiteles tájékoztatásra, egyértelmű megfogalmazásra. A Reklámozónak 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 összhátást, 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 összhátást, 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 fiatalokú 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 összhátást, mely ezek létjogosultságát, szerepét megkérdőjelezi, elítéli, vagy negatív színben tünteti fel.

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

Gyermekkorú és fiatalokú 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 fiatalokúak szervezetére.

Az alkohol tartalmú italok reklámozása az Educatio Kft. kezelésébe tartozó Educatio Médiumában 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. Az ábrázolás milyenségének eldöntésére az Educatio Kft. jogosult.

Gyermek- és fiatalok 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***

Nem tehető közzé olyan reklám, mely szerencsejátékként az állami adóhatóságnál történő bejelentésre kötelezett szolgáltatásra hívja fel a figyelmet.

- ***PR cikkek***

Az Educatio Kft. Educatio Médiumában 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.

- ***Érdekellentét***

Az Educatio Kft. fenntartja a jogot, hogy a gazdasági és/vagy szakmai érdekeit sértő hirdetések megjelenítését visszautasítsa.

- ***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 teremtené.

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 LVII. tv. a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról („Tpv.”)
- 1997. évi CLV. tv. a fogyasztóvédelemről („Fogyasztóvédelmi törvény”)
- 2013. évi CIII. 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
- 2008. évi XLVII. a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról
- 2010. évi CLXXXV. törvény a médiaszolgáltatásokról és a tömegkommunikációról (Médiatv.)
- 2010. évi CIV. törvény a sajtószabadságról és a médiatartalmak alapvető szabályairól (Sajtótv.)

Egyéb jogforrások:

- Bírósági határozatok
- A mindenkor 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 kategóriát különböztetjük meg:

Fiatalkorú: 14-18 éves korig

a) A törvény hatálya

A törvény hatálya a reklámozóként, reklámszolgáltatóként vagy reklám közlétevéként 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

7. § (1) Tilos az olyan reklám, amely erőszakos, illetve a személyes vagy a közbiztonságot veszélyeztető magatartásra ösztönöz.

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

8. § (1) Tilos az olyan reklám, amely a gyermek- és fiatalok fizikai, szellemi, érzelmi vagy erkölcsi fejlődését károsíthatja.

(2) 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.

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

(4) 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.

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

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

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

(4) 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.

10. § Tilos az olyan áru reklámja, amelynek előállítására vagy forgalmazására jogszabályba ütközik.

11. § Tilos a tudatosan nem észlelhető reklám.

c) 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 hatású,

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) köznevelési 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 dohánytermékkal 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 szerencsejátékhoz kapcsolódó reklámot olyan sajtótermékben, amely alapvetően gyermek-, illetve fiatalkorúakhoz szól.

Tilos közzétenni olyan reklámot, amely az állami adóhatóság engedélye nélkül szervezett szerencsejátékot népszerűsíti.

Tilos olyan reklámban szerepelni, amely az állami adóhatóság engedélye nélkül Magyarország területén szervezett szerencsejátékot népszerűsít.

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 tárgyzerű – kegyeleti jogokat nem sértő – felsorolása tüntethető fel.

II. Médiatv., Sajtótv., Tptv., Fogyasztóvédelmi törvény

A Médiatv. és a Sajtótv. nem tartalmaz gyermek- és fiatalkorúaknak szóló reklámtevékenységre vonatkozó külön szabályokat, amelyeket érdemes lehet figyelembe venni egy reklámetikai kódex kialakításakor.

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

III. A Hpt. szabályai

A hitelintézetekről és pénzügyi vállalkozásokról szóló 2013. évi CCXXXVII. törvény 269. § kiemelten védi a fiatalkorúakat (18 éves korig).

A fiatalkorúakat 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.

Tilos a betétbiztosításra, az OBA-ra, és az önkéntes betét- és intézményvédelmi alapra vonatkozó információt a betétállomány növelése céljából, így különösen reklámtevékenységre felhasználni.

A Hpt., valamint a végrehajtására kiadott jogszabályok a fogyasztókkal szembeni kereskedelmi gyakorlatra, így különösen az ügyfelek tájékoztatásra vonatkozó rendelkezéseinek megsértése esetén a Felügyelet a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvényben meghatározott szabályok szerint jár el, ha a jogsértés fogyasztót érint.

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 2009), melynek 13. cikkelye rendelkezik a gyermekeknek és fiataloknak szóló reklámok követelményeiről az alábbiak szerint:

13. Cikkely Gyermekek és fiatalok védelme

- (1) A gyermekeknek és fiatalok számára szóló reklámozás során különös gondossággal kell eljárni.
- (2) A gyermekeknek szóló reklámozás során különös gondossággal kell eljárni a reklám azonosíthatósága érdekében. A fikciós reklámelemek, a képzeletbeli figurák, szereplők reklámban való megjelenítése során is elvárás, hogy a gyermek számára azok az eredeti közegüktől könnyen elhatárolhatók legyenek.
- (3) A gyermekeknek, fiatalok számára vagy gyermekek és fiatalok szerepeltetésével készült reklám nem tartalmazhat olyan kijelentést, vizuális megjelenítést, vagy hangeffektust, amely szellemileg, erkölcsileg és fizikailag a kárukra lehet, kihasználja hiszékenységüket, tapasztalatlanságukat és érzésvilágukat.
- (4) A reklámozott játék tényleges természetét és felhasználási lehetőségeit illetően a reklám nem lehet félrevezető és megtévesztő. Így különösen a termék bemutatása során tilos a használatához szükséges életkort, ügyességet alábecsülni; eltúlzottan bemutatni a termék valódi méretét, értékét, tartósságát, teljesítményét; eltitkolni, hogy a bemutatott eredményt csak további tartozékok, elemek, gyűjthető darabok beszerzésével lehet elérni.
- (5) A reklám nem célozhatja, hogy gyermekekben olyan tudat alakuljon ki, hogy ha a reklámozott árut nem szereznek meg, akkor szégyenkezniük kellene, vagy hátrányba kerülnének.
- (6) 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 ígéretét szegi meg.
- (7) A reklám nem sértheti a gyermek- és fiatalok előtt a szülők és a nevelők tekintélyét, és nem ösztönözhet velük szembeni engedetlenségre.
- (8) A reklámban az ár megjelenítése nem lehet a gyermek számára megtévesztő, például aránytalanul alacsony árra utaló.
- (9) A reklám nem sugallhatja, hogy a reklámozott termék megvásárlása kivétel nélkül valamennyi család számára könnyen elérhető.

- (10) A reklámhoz kapcsolódó nyeremény esetében, amennyiben a nyeremény jellege ezt indokolja (pl. élőállat, jellemzően szülői segítséggel használható eszköz, rendezvény belépő), tiszteletben kell tartani az afeletti rendelkezéshez kapcsolódó szülői mérlegelés jogát.
- (11) A reklám nem használhatja ki tisztességtelenül a gyermek- és fiatalkorúak, szülők, nevelők iránti bizalmát.
- (12) A gyermek- és fiatalkorúaknak szóló reklám – üzenetének tartalmára és annak megjelenítésére is tekintettel – nem mutathat rossz magatartási mintát, negatív erkölcsi értéket elfogadottnak vagy elfogadhatónak.
- (13) Gazdasági reklám nem mutathat gyermek- és fiatalkorúakat veszélyes helyzetben. Gyermekkorú szereplőt a reklám nem mutathat például utcai környezetben, forgalmi helyzetben egyedül, oly módon, ami a szereplő életkorának megfelelő korú gyermekek számára veszély forrása lehet.
- (14) A gyermekkorúakhoz szóló reklám nem indíthatja őket arra, hogy bármilyen okból számukra ismeretlen felnőtt személyekkel kapcsolatot keressenek vagy létesítsenek, továbbá számukra idegen helyet keressenek fel.
- (15) Gyermekek és fiatalkorúak nem szerepeltethetők az olyan termékek, szolgáltatások reklámjában, amelyek reklámozására alapvetően alkalmatlanok, különösen ilyennek minősülnek a jellemzően kifejezetten felnőtteknek szánt termékek, szolgáltatások.
- (16) A kifejezetten felnőtteknek szánt termékek reklámját tilos gyermekeknek vagy fiataloknak szóló médiakörnyezetben elhelyezni.
- (17) A reklámban gyermekek olyan terméket, amelynek használata veszélyes vagy kockázatos csak felnőtt felügyelete mellett használhatnak. A gyermekeket tilos a reklámban úgy ábrázolni, amint gyógyszereket és gyógyszernek nem minősülő gyógyhatású készítményeket egyedül használnak.
- (18) A vonatkozó jogszabályok által nem tilalmazott esetekben is csak az intézmény vezetőjének engedélyével szabad reklámozni a gyermekek vagy fiatalkorúak részére fenntartott oktatási és szociális intézményekben. Az engedélyeztetési kötelezettség a reklámozott termék, szolgáltatás jellegére, a reklám tartalmára, a reklámozás módszerére és a közzététel helyére egyaránt vonatkozik. Az intézmény vezetőjének azt a jogát, hogy a konkrét reklám közzétételét saját hatáskörében engedélyezze vagy tiltsa, nem szabad szerződésben korlátozni.
- (19) Az iskolai reklám nem zavarhatja az oktató-, nevelőmunkát különös tekintettel az iskolaidőre, a tanítás rendjére, valamint a tanórákra.
- (20) 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 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.
- (21) A gyermeket célzó kereskedelmi kommunikáció során a gyermekek által érthető kifejezésekkel kell megadni a reklámozott ajándék, pályázat vagy verseny, a reklámozott áruhoz való hozzájutás pontos és részletes feltételeit. A közlésnek alkalmasnak kell lennie arra, hogy az ajánlatot és annak feltételeit a gyermekek pontosan megértsék.

VI. Bírósági határozatok

BH. 2002.6.247

Összhangban a törvényi szabályozással a bíróság kimondta, hogy tilos az olyan reklám közzététele, amely a gyermek-és fiatalok 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 szolgálhat ki. A felbukkanó ablakok használata esetén a hirdető törekedjen arra, hogy egy látogató korlátozott számú alkalommal találkozzon ugyanazzal a hirdetéssel.