

A közterületi reklámpiac szabályozására vonatkozó iparági áttekintés és javaslat

Címzett: KÖZLEKEDÉSI ÉS BERUHÁZÁSI MINISZTERIUM

Készítette: Magyar Reklámszövetség - OOH Tagozat

Dátum: 2026. augusztus 5.



1. Tartalomjegyzék

2. Vezetői összefoglaló.....	3
3. Preambulum és együttműködési keret.....	5
4. Helyzetelemzés.....	6
4.1. A jelenlegi jogi és intézményi helyzet.....	6
4.2. A piac szerkezete és nagyságrendje.....	10
4.3. Az illegális felületek és az adathiány problémája.....	14
4.4. Miért szükséges egymásra épülő megközelítés?.....	17
4.5. A változatlan szabályozás fő kockázatai.....	17
5. Szabályozási célok és alapelvek.....	21
6. Az A–B–C szabályozási pillérrendszer áttekintése.....	22
7. A pillér – Az illegális reklámtáblák felszámolása és kamarai rendszer létrehozása.....	23
7.1. Az illegális reklámtáblák országos adatbázisa.....	23
7.2. A tudomásulvételek felülvizsgálata és a bontási kötelezettség.....	25
7.3. A Magyar Közterületi Reklám Kamara felállítása.....	27
7.4. A Kamarai tagság direkt hatása a jogkövető magatartásra.....	28
7.5. Felmérés és szakmai validálás.....	28
7.6. A Kamara biztosíték a szabályos működésre.....	29
7.7. Bejelentési és kivizsgálási rendszer.....	29
8. B pillér – A teljes közterületi reklámpiac hosszú távú szabályozása.....	29
8.1. A B pillér kidolgozási kerete.....	29
8.2. Zónázási javaslat.....	30
8.3. Távolsági és sűrűségi korlátok.....	31
8.4. Felületek közcélú felajánlása.....	32
8.5. Általános szakmai szabályok kidolgozása.....	32
8.6. Átmeneti szabályok és jogszerűen működő felületek.....	33
8.7. Média csoportonkénti szabályozási javaslatok.....	33
8.7.1. Óriásplakátok és nagyformátumú digitális reklámberendezések.....	33
8.7.2. Tetőreklámok.....	36
8.7.3. Épülethálók, építési reklámhálók, reklámhálók és tűzfalak.....	38
8.7.4. Óriásplakátnál nagyobb reklámeszközök.....	40
8.7.5. Kisméretű egyedi reklámeszközök.....	41
8.7.6. Útbaigazító célú, vegyes méretű reklámtáblák.....	41
9. C pillér – Önkéntes bontás és ösztönző rendszer.....	43
9.1. Sortáblák és táblaerdők önkéntes ritkítása.....	43
9.2. Magánterületi felületek közterületre történő áthelyezése.....	43
9.3. Lehetséges ösztönző modellek ötlete.....	44
10. A törvényben és kormányrendeletben engedélyezhető reklámfelületek köre.....	44
11. Külföldi szabályozási példák.....	46
12. Konkrét kormányzati intézkedési igények.....	47
13. Megvalósítási ütemterv.....	48
14. Mellékletek.....	49

2. Vezetői összefoglaló

Az MRSZ OOH Tagozata támogatja a jogalkotó azon célját, hogy rendezettebbé váljon a közterületi reklámpiac, javuljon a településkép, és megszűnjenek a jogszerűtlenül elhelyezett reklámeszközök. A szakma nem e célok enyhítését, hanem olyan végrehajtási pálya kialakítását javasolja, amely már 2026-ban gyors és látható eredményt biztosít, ugyanakkor hosszú távon jogilag stabil, gazdaságilag működőképes és hatósági oldalról is végrehajtható szabályozást teremt.

A jelenlegi jogi környezet nem különíti el kellő biztonsággal az igazolhatóan jogszerűtlen, a jogszerűen létesített, valamint a további vizsgálatot igénylő reklámeszközöket. Az NMHH-nyilvántartás fontos kiindulópont, azonban az NMHH-azonosító megléte önmagában nem bizonyítja a felület jogszerű telepítését vagy fennmaradását. A megfelelő átmeneti szabályok nélküli, rövid határidejű és differenciálatlan bontási kötelezettség ezért tömeges jogvitákhoz, eltérő önkormányzati és hatósági gyakorlathoz, valamint jelentős végrehajtási és költségvetési kitérőkhöz vezethet. A nagyszámú eszköz egyidejű eltávolításához szükséges kivitelezői, daruzási, forgalomtechnikai, hulladékkezelési és hatósági kapacitás korlátozott; a végrehajthatatlan határidők pedig a rendezett bontás helyett elhagyott, városképet és közlekedésbiztonságot veszélyeztető szerkezeteket eredményezhetnek.

Az Outdoor Media Audit (OMA) 2026. júniusi felmérése és az NMHH adatbázis alapján készített adatbázis összesen 55 966 reklámfelületet tartalmaz. Az MRSZ előzetes, további jogi és hatósági validálást igénylő kategorizálása alapján ebből 10 099 felület – az állomány közel 18%-a – lehet jogszerűtlenül telepített. E kör célzott ellenőrzése és felszámolása rövid időn belül is érdemi, jól mérhető és jogilag védhető eredményt hozhat. Ezzel szemben egy jelentős, differenciálatlan állománycsökkentés közvetlen bontási költsége az előzetes iparági becslés szerint akár 7,6 milliárd forintos nagyságrendet is elérhet.

A közterületi reklám nem elszigetelt részpiac: a felülettulajdonosok mellett hirdetőket, médiaügynökségeket, értékesítőházakat, nyomdákat, kivitelezőket, karbantartókat és helyszíntulajdonosokat is érint. A közterületi reklámköltés éves nagyságrendje 37,3 milliárd forint, az iparági becslés szerint pedig a szabályozás közvetlenül vagy közvetve mintegy 20 700 ember, illetve család jövedelmére lehet hatással. A rendezés ezért csak úgy lehet tartós, ha a településképi célok mellett a jogbiztonságot, a végrehajthatóságot és az érintett értéklánc alkalmazkodási lehetőségét is figyelembe veszi.

Az A–B–C szabályozási rendszer

A javaslat három egymásra épülő pillérből áll. Az A pillér a szabályozás origója és az azonnali piacrendezés eszköze, amely gyors, látható eredményt hoz, de önmagában nem biztosít hosszú távú jogbiztonságot. A B pillér az A pillérről épülő, hosszú távú szakmai szabályozást teremt meg megfelelő átmeneti idő alatt, amely nélkül az A pillér intézkedései időről időre megkérdőjelezhetők és jogilag megtámadhatók lennének. A C pillér az A és B pillér által létrehozott keretre támaszkodva alkalmazható ösztönző rendszer, amely önkéntes vállalásokkal előrehozza a piaci és városképi tisztulást, és önkormányzati bevételi forrást is teremt — ez a hatás azonban kizárólag akkor érvényesül, ha az A és B pillér már működő jogi és intézményi hátteret ad neki.

A három pillér tehát nem alternatíva, hanem egy egységes rendszer három, egymást feltételező alkotóeleme: az A pillér nélkül a B és C pillér jogi alap nélkül maradna, a B pillér nélkül az A pillér eredményei nem lennének tartósak, a C pillér nélkül pedig a rendszer elesne a piaci alapú, önkéntes gyorsítás lehetőségétől.

A pillér – azonnali piacrendezés és intézményi kontroll. Az MRSZ OOH Tagozata vállalja, hogy az OMA, a felülettulajdonosok és az érintett adatgazdák bevonásával 2026. október 1-jéig elkészíti a vélhetően jogszerűtlen felületek első, validált adatbázisát. Az adatbázis táblaként tartalmazná a fényképet, a GPS-koordinátát, a felület tulajdonosát, az NMHH-azonosítót és a rendelkezésre álló jogi státuszadatokat. Az igazolhatóan jogszerűtlen felületek esetében megindulhat a tudomásulvételek felülvizsgálata és a bontási kötelezettség érvényesítése. A pillér része a Magyar Közterületi Reklám Kamara, valamint egy nyilvános, online lekérdezhető felület- és tagnyilvántartás létrehozása is. Közterületi kereskedelmi reklám kizárólag aktív kamarai tag jogszerűen nyilvántartott felületén lenne elhelyezhető.

B pillér – a végleges szakmai szabályozás kialakítása. Az MRSZ OOH Tagozata és a hat médiamunkacsoport 2026. december 31-éig elkészíti a teljes közterületi reklámpiacra vonatkozó részletes szakmai szabályozási javaslatot. Ennek fő elemei a települési zónázás, a reklámeszközök közötti távolság és sűrűség, a méret, a műszaki és esztétikai követelmények, a digitális működés, valamint az egyes médiatípusokra vonatkozó külön szabályok. A meglévő, jogszerű felületek átalakítása és a végleges rendszer bevezetése várhatóan 3–5 éves, mérőföldkövekhez kötött átmeneti idő alatt történne.

C pillér – önkéntes ösztönzők és a tisztulás előrehozása. Az ösztönző rendszer lehetőséget teremtene arra, hogy a felülettulajdonosok már az átmeneti idő lejártá előtt önkéntesen ritkítsák a sortáblákat és a reklámzajt okozó táblaerdőket, illetve megfelelő esetben magánterületi felületeket rendezett, önkormányzatilag kontrollált közterületi helyszínekre helyezzenek át. Az új elhelyezés településképi eljáráshoz, önkormányzati hozzájáruláshoz és közterület-használati díj fizetéséhez kötődne. A C pillér így egyszerre gyorsíthatja a városképi javulást és teremthet új, kiszámítható bevételi lehetőséget az önkormányzatok számára.

Az A pillér a szükséges kezdő lépés. Az A+B kombináció biztosítja az azonnali rendteremtés és a hosszú távú jogbiztonság összekapcsolását. Az A+B+C csomag a szakma által javasolt teljes megoldás, mert a kötelező és a fokozatos intézkedéseket piaci ösztönzőkkel egészíti ki. A B és C pillér nem helyettesíti, hanem az A pillér eredményeire épül.

Kért kormányzati döntések

A program végrehajtásához az alábbi kormányzati döntések szükségesek:

- a Törvény és a kapcsolódó kormányrendelet módosításának előkészítése a megfelelő átmeneti idő, az intézményi rendszer és a jogszerűen működő felületek arányos kezelése érdekében;
- az engedélyezhető, feltételekkel engedélyezhető és tiltott reklámeszköz-kategóriák egyértelmű meghatározása a B pillérben szereplő szakmai javaslat alapján;
- az önkormányzati rendeletek felülvizsgálatához egységes országos módszertani és jogalkotási keret kialakítása;
- a kormányhivatalok felkérése a vitatott vagy vélhetően jogszerűtlen felületek jogi státuszának és tudomásulvételének felülvizsgálatára;
- az NMHH- és az iparági adatbázisok szabályozott összekapcsolásának biztosítása;

- a Magyar Közterületi Reklám Kamara jogi alapjainak megteremtése;
- közös minisztériumi–hatósági–önkormányzati–szakmai munkacsoport létrehozása, valamint a bontási, ellenőrzési és adatkezelési feladatok felelőseinek és finanszírozásának kijelölése.

A szakma vállalásai

Az MRSZ OOH Tagozata felajánlja a rendelkezésre álló országos felületadatokat, az OMA felmérési és validálási kapacitását, valamint a felülettulajdonosok és a hat médiamunkacsoport szakmai közreműködését. Vállalja a vélhetően jogszerűtlen felületek adatbázisának 2026. október 1-jéig történő első validálását, továbbá a teljes piacra vonatkozó szakmai szabályozási javaslat 2026. december 31-jéig történő kidolgozását. A Kamara keretében a szakma működtetné a nyilvános nyilvántartást, ellenőrizné a tagsági és felületstátuszokat, kivizsgálná a lakossági bejelentéseket, valamint adatot szolgáltatna a hatóságoknak és az önkormányzatoknak. A szakma emellett felajánlja, hogy kamarai koordináció mellett a analóg felületeken havonta átlagosan 500 közcélú megjelenést, a digitális eszközökön pedig a műsoridő meghatározott részét térítésmentesen biztosítja közérdekű kommunikációra.

Jogi konklúzió: a jogszerűen létrehozott reklámeszközök általános és rövid határidejű megszüntetése megfelelő átmeneti rendelkezések, arányossági garanciák és egyedi jogorvoslati lehetőség nélkül jelentős peres és kártérítési kockázatot hordoz, míg az igazolhatóan jogszerűtlen felületek célzott felszámolása lényegesen stabilabb jogi alapokon áll.

A külföldi tapasztalatok azt mutatják, hogy a szigorú településképi szabályozás és a végrehajtható átmenet nem zárja ki egymást. Krakkó három területi zónára épülő, a belvárosban kifejezetten szigorú rendszere a teljes kikényszeríthetőség előtt kétéves átmeneti időt biztosított. Ez a példa is azt támasztja alá, hogy a differenciált területi szabályok és az előre rögzített alkalmazkodási idő együttesen eredményezhetnek érdemi és jogilag fenntartható városképi változást.

A javasolt döntési irány ezért az A pillér azonnali elindítása, a B pillér részletes szabályainak 2026. december 31-jéig történő közös kidolgozása, valamint a C pillér ösztönzőinek párhuzamos bevezetése. Ezzel 2026-ban megkezdődhet az illegális állomány igazolható felszámolása, miközben kialakul a teljes piac rendezett, ellenőrizhető és hosszú távon is működőképes szabályozási rendszere.

3. Preambulum és együttműködési keret

Jelen iparági áttekintés és javaslat célja, hogy az MRSZ OOH Tagozata a Közlekedési és Beruházási Minisztérium részére megalapozott javaslatcsomagot adjon át, és ezzel segítse a 2026. évi XX. törvényhez (a továbbiakban: Törvény) kapcsolódó kormányrendelet-, valamint a szükséges további jogszabály-módosítások előkészítését.

Az MRSZ OOH Tagozata egyetért a jogalkotó közterületi reklámszabályozás rendezésére és a településképi javítására irányuló törekvéseivel. Üdvözljük a kormányzat és a szakma közötti érdemi párbeszéd lehetőségét, és támogatjuk, hogy a településképet meghatározó döntésekben az önkormányzatok – megfelelő országos keretek között – szerepet kapjanak.

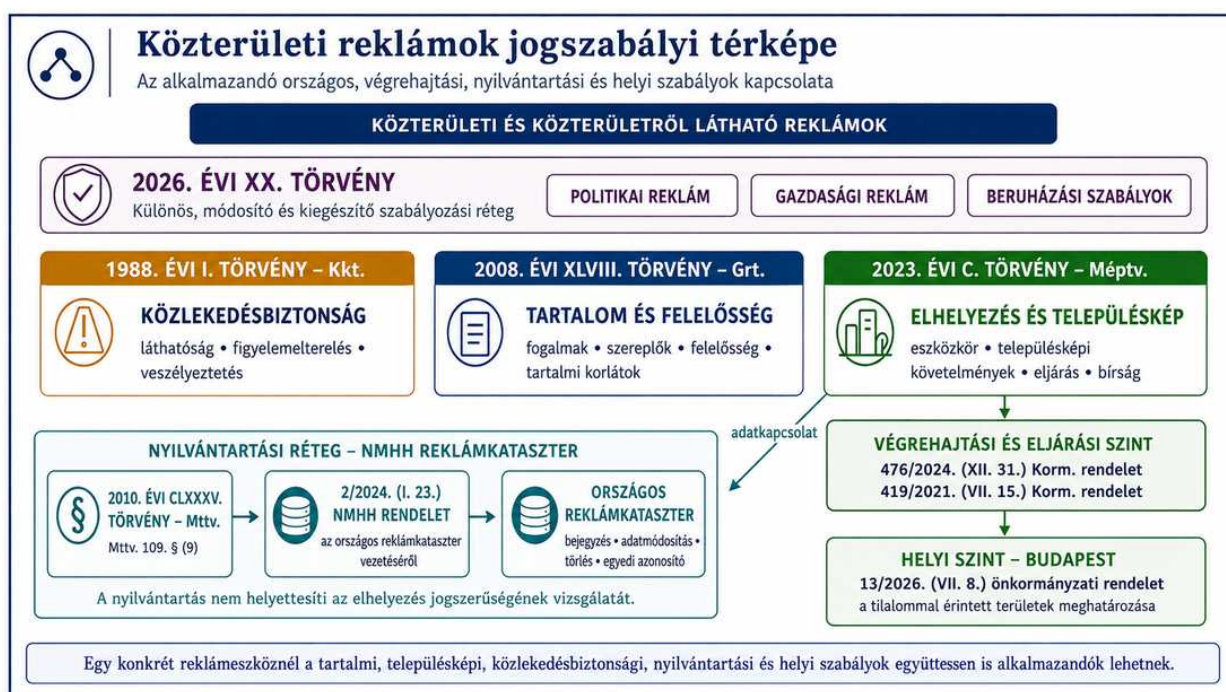
A közterületi reklámpiac összetettségére, az érintett vállalkozások és magánszemélyek széles körére, valamint a hirtelen változtatásokból eredő jogi és gazdasági kockázatokra tekintettel javaslataink túlmutatnak a készülő kormányrendeletben engedélyezhető reklámfelületek egyszerű meghatározásán.

A városképi, gazdasági és jogi hatások együttes figyelembevételével olyan, feszített, de fizikailag és jogilag is végrehajtható átmeneti időszakot javasolunk, amely lehetővé teszi a piac rendezését, az illegális felületek gyors felszámolását, valamint a jogszerűen működő szereplők kiszámítható alkalmazkodását.

Partnerséget ajánlunk a Minisztériumnak a közterületi reklámeszközök piacának tartós, átlátható és minden érintett számára végrehajtható rendezésére. Ennek részeként olyan kamarai és nyilvántartási rendszer kialakítását kezdeményezzük, amely számonkérhető szakmai kötelezettségeket teremt, egyben világos támpontot ad a hirdetőknak és a hatóságoknak a jogszerűen használható reklámfelületekről.

Az önkormányzati hatáskör és a helyi építési/településképi szabályozás jogi kerete a magyar jogi szabályozásban

A települési önkormányzatok az Alaptörvény, az önkormányzati törvény és a magyar építészetéről szóló törvény felhatalmazása alapján alkothatnak helyi építési és településképi szabályokat. Ezekben meghatározhatják a helyi beépítési, építészeti és településképi követelményeket, továbbá ellenőrizhetik azok betartását. Az önkormányzati rendeletek azonban nem lehetnek ellentétesek magasabb szintű jogszabályokkal, és csak a törvényben vagy kormányrendeletben meghatározott keretek között állapíthatnak meg eltérő vagy szigorúbb előírásokat.



*2026. október 1. állapot szerint.

4. Helyzetelemzés

4.1. A jelenlegi jogi és intézményi helyzet

A jelenlegi szabályozás a településképi védelméről szóló 2016. évi LXXIV. törvény (a továbbiakban: Tvtv.) szabályozását váltotta fel. A Tvtv. egyes rendelkezéseinek a jelenleg hatályos szabályozási környezet szempontjából is jelentősége van. A Tvtv. 11/A. § (3) bekezdése szerint reklám csak a településképi rendeletben meghatározott reklámhordozón, méretben és technológiával volt elhelyezhető, a településképi rendelet pedig a Tvtv. és a Tvtv.

a végrehajtására kiadott kormányrendelet keretei között állapíthatta meg a reklámhordozók számát és formai feltételeit, valamint a reklámok méretét és az elhelyezés technológiáját.

A Tvtv. felhatalmazása alapján kiadott 104/2017. (IV.28.) Korm.rendelet 2. § (3) bekezdése szerint közterületen reklám közzétételére, illetve reklámhordozóként, reklámhordozót tartó berendezésként kizárólag utcabútor volt használható, illetve kivételesen az építési reklámháló (kormányrendelet 2. § (6) és (7) bekezdés). Ez a rendelkezés 2017. május 28-án lépett hatályba. Az utcabútor a kormányrendelet szerint az utasváró, a kiosk, a közművelődési célú hirdetőoszlop és az információs vagy más célú berendezés (1. §, 19. pont).

A Tvtv. 2017. január 18-án hatályba lépett módosítása rögzítette, hogy a Tvtv. és a végrehajtására kiadott kormányrendelet szabályainak meg nem felelő reklámhordozó legfeljebb 2020. december 31-ig használható reklám közzétételére, de a Tvtv. lehetőséget teremtett arra, hogy az ilyen reklámhordozókat a szabályozásnak megfelelő módon átalakítsák.

A fentiekből következően 2017. május 28-át követően az utcabútorokon és építési reklámhálón kívül nem volt telepíthető új reklámhordozó, a szabályozásnak meg nem felelő meglévő reklámhordozókat vagy el kellett távolítani, vagy át kellett alakítani 2020. december 31-ig.

Ezt a szabályozást váltotta fel a magyar építészetéről szóló 2023. évi C. törvény (a továbbiakban: Méptv.) IX. fejezet 24. pontja. A Méptv. 103. §-a meghatározta, hogy mely területeken nem helyezhető el reklám (reklám-elhelyezési tilalom). Ehhez kapcsolódóan rögzítette, hogy településkép-védelmi és örökségvédelmi célú reklám-elhelyezési tilalom miatt az államot kártalanítási kötelezettség nem terheli.

A Méptv. 104. §-a előírta, hogy reklám mely reklámeszközökön helyezhető el, bővítve a korábbi szabályozás által megengedett eszközök körét: reklám elhelyezhetővé vált az eddig is szabályozott utcabútoron és hirdetőoszlopon, valamint építési reklámhálón kívül villanyoszlopon, reklámhordozót tartó berendezésen, tűzfalon, tetőreklámként és reklámhálón. Ezeket a reklámeszközöket a Méptv. 16. §-a határozza meg.

A Méptv. 104. § (7) bekezdése értelmében reklámeszköz kizárólag tudomásulvételi eljárást követően helyezhető el, és a tudomásulvételi eljárás lefolytatása a járási (fővárosi kerületi) hivatal hatáskörébe tartozik. Emellett a Méptv. létrehozta az országos reklámkatasztert, amelyet a médiaszolgáltatásokról és a tömegkommunikációról szóló 2010. évi CLXXXV. törvény a (a továbbiakban: Médiatv.) 109. § (9) bekezdésében meghatározott feladatkörében a Méptv.-ben szabályozott keretek között a Nemzeti Média- és Hírközlési hatóság (a továbbiakban: NMHH) vezet. A Méptv. 104. § (8) bekezdés előírta, hogy a településkép-védelmi előírásoknak megfelelően telepített reklámeszközön kizárólag akkor helyezhető el reklám, ha a reklámeszközt az NMHH a reklámkataszterbe bejegyezte. A Méptv. 104. § (10) bekezdés szerint az NMHH a reklámeszközt törli a kataszterből, ha a tudomásulvételi eljárás során hozott döntést a járási hivatal visszavonja, vagy az megsemmisítésre vagy hatályon kívül helyezésre kerül. A Méptv. 104. § (11) bekezdése szerint reklámeszköz elhelyezésére vonatkozó szerződés legfeljebb tizenöt évre köthető (az építési hálón való elhelyezés maximális időtartama 24 hónap).

A Méptv. 105. §-a úgy rendelkezik, hogy a reklámok és reklámeszközök elhelyezésére vonatkozó szabályok megsértése esetén a járási hivatal bírságot szab ki, és megfelelő határidővel elrendeli a jogsértő állapot megszüntetését (adott esetben a reklámeszköz átalakításával vagy elbontásával).

A Méptv. 104. § (4) bekezdése kifejezetten rendelkezett arról, hogy a helyi építési szabályzata nem tartalmazhat olyan településképi rendelkezést, amely az utcabútorok reklámeszközként történő használatát szabályozza, valamint a 230. § (7) bekezdése rögzítette, hogy a településképi rendelet reklámok és reklámhordozók elhelyezésére vonatkozó szabályait 2024. október 1-jét követően nem kell alkalmazni.

A Méptv. részletes átmeneti rendelkezéseket tartalmaz. A 230. § (4) bekezdése szerint a Méptv. és a felhatalmazása alapján kiadott kormányrendelet előírásainak nem megfelelő reklámeszköz legfeljebb 2025. június 30-ig volt használható reklám közzététele céljából. A szabályozásnak nem megfelelő reklámeszközt a reklámeszköz tulajdonosa legkésőbb 2025. június 30-ig köteles volt a saját költségén eltávolítani. Mind a szabályozásnak eleve megfelelő reklámeszközök esetén, mind az olyan reklámeszközök esetén, amelyek átalakítással feleltek meg a szabályozásnak, 2025. március 31-ig kezdeményezni kellett a tudomásulvételi eljárást. E tudomásvételi eljárásokban meghozott döntések alapján az NMHH-nak hivatalból felül kellett vizsgálnia az országos reklámkataszterbe történt korábbi bejegyzést.

Az országos reklámkataszter vezetéséről a 2/2024. (I.23.) NMHH rendelet szól. Az NMHH rendelet rögzíti, hogy milyen adatokat kell nyilvántartásba vételi kérelemben szerepeltetni (a reklámeszköz elhelyezésére szolgáló ingatlan címét, GPS koordinátáit, elhelyezésének időpontját, típusát, méretét, valamint reklámfelületeinek számát és reklámfelület-azonosító kódjait), továbbá, hogy nyilatkozni kell arról, hogy a reklámeszköz jogszerűen került elhelyezésre, és csatolni kell a beazonosításra alkalmas digitális fényképet. Az NMHH a nyilvántartásba vett reklámeszközt egyedi azonosítóval látja el, amelyet a reklámeszközön el kell helyezni. Az NMHH hivatalból törli a nyilvántartásból a reklámeszközt, ha a nyilvántartásba vétel során a kérelem visszautasításának lett volna helye, illetve akkor is, ha az egyedi azonosító meghatározott határidőn belül nem kerül elhelyezésre.

A Méptv. a kormánynak adott felhatalmazást arra, hogy a reklám-elhelyezési tilalommal nem érintett területeken a reklámhordozók és tartó berendezések elhelyezési módjára, méretére, megjelenési formájára és az elhelyezés időtartamára vonatkozó szabályokat megalkossa (225. § (1) bekezdés 10. pont).

A Méptv. felhatalmazása alapján született meg a 476/2024. (XII. 31.) Korm.rendelet a reklám és reklámeszköz elhelyezésének szabályairól (a továbbiakban: Kormányrendelet). A Kormányrendelet részletesen szabályozza a reklámeszközök és azok kihelyezése mellett a tudomásulvételi eljárást is. Ezen belül kiemelésre érdemes, hogy az eljáró hatóság vizsgálja a várható közterületi reklámzaj mértékét, ennek körében pedig az érintett közterületen már szabályosan kihelyezett reklámeszközök mennyiségét és formai kialakítását. Ehhez a hatóság felhasználja az NMHH által készített országos reklámzaj-térképet, illetve az NMHH által alkalmazott módszertant.

A Kormányrendelet szerint a járási hivatal a tudomásulvétel időbeli hatálya alatt akkor vonhatja vissza a tudomásulvételt, ha a reklámeszköz veszélyes állapotúvá válik, vagy veszélyes állapotot idéz elő, vagy az épített környezet vagy azt a közmű- vagy közlekedési infrastruktúra jelentős átalakulása indokolja, vagy a környező építmények műemléki, örökségvédelmi státuszában bekövetkezett változás azt indokolja.

A Kormányrendelet 2025. január 1-jén lépett hatályba, és rendelkezéseket tartalmazott a hatályba lépése és a 2026. október 1-je közötti időszakra. Előírta, hogy ebben az időszakban nem helyezhető el új reklámeszköz, kivéve az utasváróhoz tartozó reklámeszközt, a köztulajdonban lévő és köztulajdonban álló, közforgalmú személyszállítási szolgáltatást végző szervezet tulajdonában, vagy kezelésében álló ingatlanon elhelyezett reklámeszközt,

valamint a hirdetőoszlopot. A meglévő reklámeszközök esetében a tudomásulvételi eljárás kapcsán rögzítette, hogy a járási hivatal csak a szabályozásnak való megfelelést vizsgálja, és a tudomásulvételnek nem akadály, ha a reklámeszköz nem sorolható be a Kormányrendeletben meghatározott reklámtípusokba, amennyiben a telepítés idején a reklámeszköz elhelyezése szabályos volt, és nem kell alkalmazni a tudomásulvételi eljárás részletes szabályit, így a reklámzaj vizsgálatát sem.

A Kormányrendelet a 2017. január 18-át, azaz a Tvtv. reklámelhelyezésre vonatkozó szabályainak hatályba lépését megelőzően elhelyezett reklámeszközök esetén úgy rendelkezik, hogy amennyiben a reklámeszköz a telepítésének időpontjában megfelelt az akkor hatályos előírásoknak, a hatóság a reklámeszközt abban az esetben is tudomásul veszi 2026. október 1-ig tartó hatállyal, ha arra a Méptv., valamint Kormányrendelet feltételei nem teljesülnek. Az ilyen reklámeszközök esetén gondoskodni kell (kellett) arról, hogy 2026. október 1-jére megfeleljenek a Méptv. előírásainak.

A szabályozás fent leírt alakulása alapján látható, hogy a jelenleg hatályos szabályozási keret bár az önkormányzat szabályozási lehetőségeit leszűkítette, arra lehetőséget teremtett, hogy a közlekedésbiztonsági szabályok és településképi szempontok, így különösen a reklámzaj figyelembevételre kerüljenek. Emellett, a hatályos szabályozás arra törekedett, hogy a korábban jogszerűen telepített reklámeszközök tulajdonosait nem érje indokolatlan és aránytalan hátrány. A reklámeszközök tulajdonosai jogosan bízhattak abban, hogy a tudomásulvételi eljárásokban kiadott határozatok alapján jogszerűen folytathatják - akár a következő 15 év folyamán - a tevékenységüket. A közelmúltban elfogadott és kihirdetett, 2026. október 1-jén hatályba lépő szabályozás az alábbiak szerint részben indokolatlan, és a jelenlegi formájában súlyosan sérti a jogbiztonságot.

A jogalkotó 2026. június 23-án elfogadott és 2026. június 26-án kihirdetett a gyűlöletkeltésre alkalmas politikai reklámok visszaszorításáról, a gazdasági reklámok településképi illeszkedésének biztosításáról, valamint egyes beruházási szabályok módosításáról szóló 2026. évi XX. törvény (a (továbbiakban: „Módtv.”) útján módosította – egyebek mellett – a Méptv. reklámok és plakátok elhelyezésének szabályaira vonatkozó IX. fejezet 24. pontját. A Módtv. szerint nem helyezhető el reklám a helyi önkormányzat rendeletében meghatározott egyéb - Méptv.-ben meghatározott területekn kívüli - bel- és külterületen.

A Méptv. módosításával a jogalkotó a korábbi szabályozáshoz képest általános jelleggel, jelentős mértékben szűkíti a reklámok elhelyezhetőségét (reklám csak utcabútoron, tetőszerkezethez rögzített reklámhordozót tartó berendezésen és a még megalkotandó kormányrendeletben meghatározott egyéb reklámeszközön lesz elhelyezhető), és megtiltja az új hirdetőoszlopok, valamint korlátozza a citylight reklámeszközök elhelyezhetőségét. Továbbá, a Módtv. beiktatja, hogy a helyi önkormányzat rendeletében a Méptv.-ben meghatározottakon túl kizárhatja azon reklámeszközöket, amelyeken reklám nem helyezhető el. A Módtv. indokolása a szabályozás céljaként mint közérdekként a városok és községek településképiének védelmét, valamint a közlekedésbiztonság növelését nevezi.

A Méptv. 225.§

1. (1) bekezdés 10. pontja alapján a Kormány felhatalmazást kapott arra, hogy a reklám-elhelyezési tilalommal nem érintett területeken a reklámhordozók és a reklámhordozót tartó berendezések elhelyezési módjára, méretére, megjelenési formájára és az elhelyezés időtartamára vonatkozó szabályokat, valamint az egyéb reklámeszközök körét és a reklámeszközöknek a település közigazgatási

területén belüli elhelyezhetőségének követelményeit rendeletben határozza meg; valamint

2. (10) bekezdés 9. pontja alapján a fővárosi önkormányzat felhatalmazást kapott arra, hogy rendeletben állapítsa meg a főváros egész területére a reklám- és reklámeszköz-elhelyezési tilalommal érintett egyéb területeket, továbbá azon reklámeszközök körét, amelyeken nem helyezhető el reklám.
1. A Módtv. szerint az állam mellett a helyi önkormányzatot sem terheli kártalanítási kötelezettség a Méptv. felhatalmazása alapján kiadott rendeletben meghatározott reklám-elhelyezési tilalom vagy korlátozás miatt.

A Méptv. Módtv.-vel módosított szabályai 2026. október 1-jén lépnek hatályba, a módosított követelményeknek nem megfelelő reklámeszközöket pedig a tulajdonosaik legkésőbb 2026. december 31-ig kötelesek eltávolítani.

A Méptv. módosítása aránytalanul rövid felkészülési idő mellett jelentősen leszűkíti a reklámelhelyezési lehetőségeket és ezzel a jogszerűen telepített reklámeszközök hasznosíthatóságát egy olyan időszakban, amikor a reklámeszközök tulajdonosai jogosan bízhattak abban, hogy tevékenységüket folytathatják.

Az új szabályozás potenciálisan több alapjog – elsősorban a tulajdonhoz való jog és a vállalkozás szabadsága – sérelmét veti fel. A tulajdonjog és a vállalkozáshoz való jog nem korlátozhatatlan; az Alaptörvényből fakadó alapvető alkotmányos követelmény ugyanakkor, hogy az alapjogok korlátozása kizárólag valamely legitim közérdekű vagy más alkotmányos cél érdekében korlátozhatóak, és csak annyiban, amennyiben a korlátozás e cél eléréséhez szükséges és azzal arányos. A 2026. október 1-től hatályos szabályozás e követelményeknek való megfelelése megkérdőjelezhető: a tilalom kártalanítás nélkül, rendkívül rövid alkalmazkodási időt biztosítva és az érintett vállalkozások gazdasági érdekeit érdemi mérlegelés nélkül figyelmen kívül hagyva lép hatályba.

Az Emberi Jogok Európai Bírósága több, hasonló tényállású magyar ügyben megállapította a tulajdonhoz való jog arányos korlátozásának hiányát – éppen a kellő felkészülési idő elmaradására, a súlyos gazdasági hatásokra és a kártalanítás teljes hiányára tekintettel.

Az alapjogi kifogásokról ld. részletesebben a 2. és 3. sz. mellékletben csatolt jogi elemzést.

4.2. A piac szerkezete és nagyságrendje

A közterületi reklámpiac szereplői, értéklánca és fő médiacsoportjai:

A reklámpiac közterületi média csatornáján a többi (rádió, TV, sajtó, stb.) csatornával megegyező szereplők részvételével bonyolódnak a hirdetési folyamatok. A vonatkozó törvényben alkalmazott jogi szereplők megnevezései alapján a megrendelési lánc a következőképpen néz ki (zárójelben ezeknek a szereplőknek a hétköznapi elnevezését is megadjuk, a közérthetőség végett).

- Reklámozó (Hirdető)
- Reklám-közvetítő (Média ügynökség)
- Médiahirdetési Felületértékesítő (Sales House)
- Reklám Közzétevő (Média tulajdonos)
- Reklám Szolgáltató (erre nincs kategóriaként hétköznapi elnevezés, a nyomdák, kreatív ügynökségek, grafikai cégek, kivitelezők sorolhatók ide)

A felsorolt szereplők a megrendelési lánc leghosszabb verziója esetén mindannyian részt vehetnek a folyamatokban - de a középső két szereplő (Média ügynökség és/vagy Sales House) ki is maradhat/nak abban az esetben ha közvetlen Hirdető - Média tulajdonos kapcsolat alakul ki.

A kivitelezési folyamatba oldalágon kapcsolódnak be a Reklám Szolgáltatók. Ezek elvileg bármelyik fenti szereplő üzleti partnereként megjelenhetnek.

A vizsgálatunkba bevont fő médiacsoportok:

1. óriásplakát jellegű (legfeljebb 15 nm-es, álló- és fekvő formátumú) - hagyományos és digitális - reklámeszközök
2. tetőreklámok
3. épülethálók (építési reklámhálók, reklámhálók) és tűzfalak
4. óriásplakátnál nagyobb reklámeszközök
5. kisméretű (pl. villamosmegállókban, korlátokon, aluljárókban elhelyezett) reklámeszközök
6. útbaigazító célú - vegyes méretű - reklámtáblák

A felülettulajdonosok, hirdetők, ügynökségek, kivitelezők, nyomdák és kapcsolódó szolgáltatók érintettsége.

A közterületi piacon elérhető felületállomány adminisztratív korlátozása minden fenti szereplőt közvetlenül érint.

A Hirdetők kevesebb felületből (és/vagy kevesebb típusú felületből) választhatnak. Mivel a reklámeszközök csoportjai eltérő tulajdonságokkal - és elért célközönséggel - bírnak, ez a tény már önmagában befolyásolni tudja a Hirdetők kommunikációs lehetőségeit. További negatív folyamat Hirdetői szempontból a kínálat csökkenés következtében szinte törvényszerűen megvalósuló áremelkedés.

A Média ügynökségek jellemzően a Hirdetők érdekeit képviselve járnak el, így kimondható, hogy részben ugyanazok mondhatók el esetükben is, mint a fenti érdekkörben - de ezen felül a szakmai munkájukra is hatással van az ilyen jellegű változás (minél kevesebb média csatornát tudnak az ajánlataikban szerepeltetni, az annál kevésbé támasztható alá kommunikációs-, vagy média tervezési szempontból).

A Sales House-ok a kínálati- és a keresleti oldalt kötik össze olyan módon, hogy a Média tulajdonosok felületeit értékesítik - a megrendelői oldal (Médiaügynökségek, vagy Hirdetők) igényeinek megfelelő csomagok összeválogatásával. Ha a kínálat szűkül, az ezeknek az aggregált ajánlatoknak a színességére, minőségére, hatékonyságára negatív hatással van.

A Média tulajdonosok kisebb felület állománnyal tudnak gazdálkodni, ami a piaci pozíciójukat erodálja - ugyanakkor elképzelhető az is hogy tábla darabszámban olyan mértékű a veszteség, ami már a gazdaságos működésüket lehetetleníti el. (A 2026/XX-as törvény, és az ezen alapuló Fővárosi Rendelet hatására több Média tulajdonos megy csődbe a hatályba lépés után azonnal, mivel nincs olyan (a jogszabályban engedélyezett) médiatípus a kezelésükben, amiből bevételt tudnának generálni.)

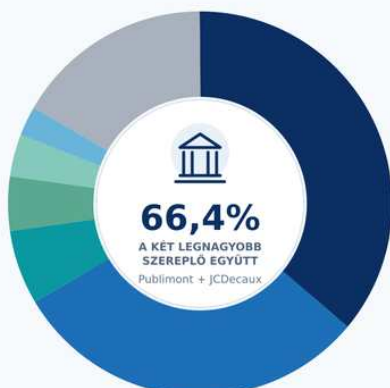
A Reklám szolgáltatók közül azok a nyomdák kerülnek nagyon nehéz helyzetbe, amelyek kifejezetten óriásplakát, citylight, reklámháló, stb. nyomtatásra specializálódtak.



A 2026. júniusi felületállomány tulajdonosi megoszlása

Csak a 2% feletti részesedésű szereplők külön feltüntetve
Az „Egyéb” kategória a 2% alatti részesedésű felülettulajdonosokat foglalja össze.

A TELJES ÁLLOMÁNY MEGOSZLÁSA



A feltüntetett részesedések összege: 100,0%

TULAJDONOSI RÉSZESEDÉSEK

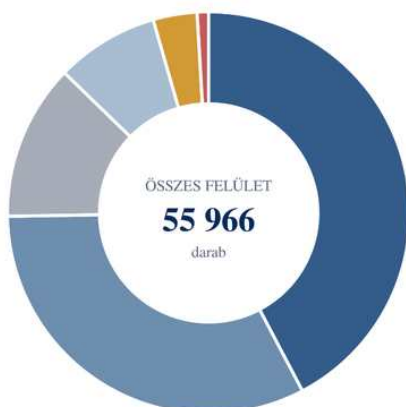
1	Publimont	36,0%
2	JCDecaux	30,4%
	Mahír Cityposter	6,3%
	Hungaroplakát Reklám Kft.	4,6%
	Kroc	3,5%
	Pont Reklám	2,5%
	Egyéb 2% alatti részesedésű szereplők összesen	16,7%

i Az „Egyéb” kategória a név szerint külön nem jelölt, egyenként 2% alatti részesedésű felülettulajdonosokat foglalja össze.



A reklámfelület-állomány megoszlása

A főbb felület típusok és a fennmaradó egyéb felületek aránya, 2026



FELÜLET TÍPUS	FELÜLET SZÁM	ARÁNY
Billboard	23 667 db	42,3%
Citylight	18 159 db	32,4%
Egyéb	7 018 db	12,5%
Önálló citylight	4 631 db	8,3%
Nagy méretű egyedi	1 977 db	3,5%
Reklámháló	514 db	0,9%

„Egyéb” = 55 966 – 48 948 = 7 018 db, vagyis az összes felület 12,5%-a.



A radikális piaci felületcsökkenés által negatívan érintett vállalkozások körét tekintve pontosabb, a potenciális munkahely megszűnések tekintetében inkább csak nagyságrendi becslést tudtunk elvégezni a rendelkezésre álló rövid idő alatt.

Az érintett működési területek (zárójelben az itt dolgozók létszáma):

- Reklám Közvétevők (Médiatulajdonosok) - 615 fő
- Médiahirdetési Felületértékesítők (Sales House-ok) - 51 fő
- Reklám Szolgáltatók (Nyomdák) - 303 fő
- Reklám Szolgáltatók (Kutató cégek) - 60 fő
- Reklám Szolgáltatók (Ragasztók, kihelyezéssel foglalkozó cégek, E.V.-k) - 650 fő
- Helyszín tulajdonosként a R. Közvétevőtől bérleti díjat realizáló magánszemélyek - 19000 fő

A budapestihez hasonlóan szigorú helyi rendeletet alapul véve - és az egyes érintett csoportok bevonódásának mértékét is megbecsülve, összesen 20 700 ember (család) jövedelmét érinti kisebb vagy nagyobb mértékben a piaci beavatkozás.

4.3. Az illegális felületek és az adathiány problémája

Az MRSZ reklámfelület-kategorizálásának jogi alapja

Az MRSZ elemzése a magyarországi közterületi és közterületről látható reklámfelületek jogszerűségét két jogi fordulóponthoz viszonyítva értékeli.

Az első fordulópont **2017. május 28., a 104/2017. (IV. 28.) Korm. rendelet** hatálybalépése. A rendelet — amelyet a **2016. évi LXXIV. törvény (Tktv., a településképp védelméről szóló törvény)** felhatalmazása alapján alkotott meg a Kormány — új engedélyezési rezsimet vezetett be a reklámeszközök elhelyezésére. Ettől az időponttól kezdve közterületen új, önálló reklámcélú berendezés (óriásplakát, digitális tábla, tetőreklám, reklámháló stb.) telepítéséhez érvényes hatósági jóváhagyás főszabály szerint nem volt megszerezhető. A tilalom az **új telepítésre** vonatkozott: a korábban jogszerűen felállított, meglévő eszközökön a reklám közzétételének joga fennmaradt.

A második fordulópont **2024. október 1., a 476/2024. (XII. 31.) Korm. rendelet** és az NMHH reklámkataszter élesítése, amely az összes meglévő és működő reklámfelületet nyilvántartásba vételi és tudomásulvételi kötelezettség alá vonta.

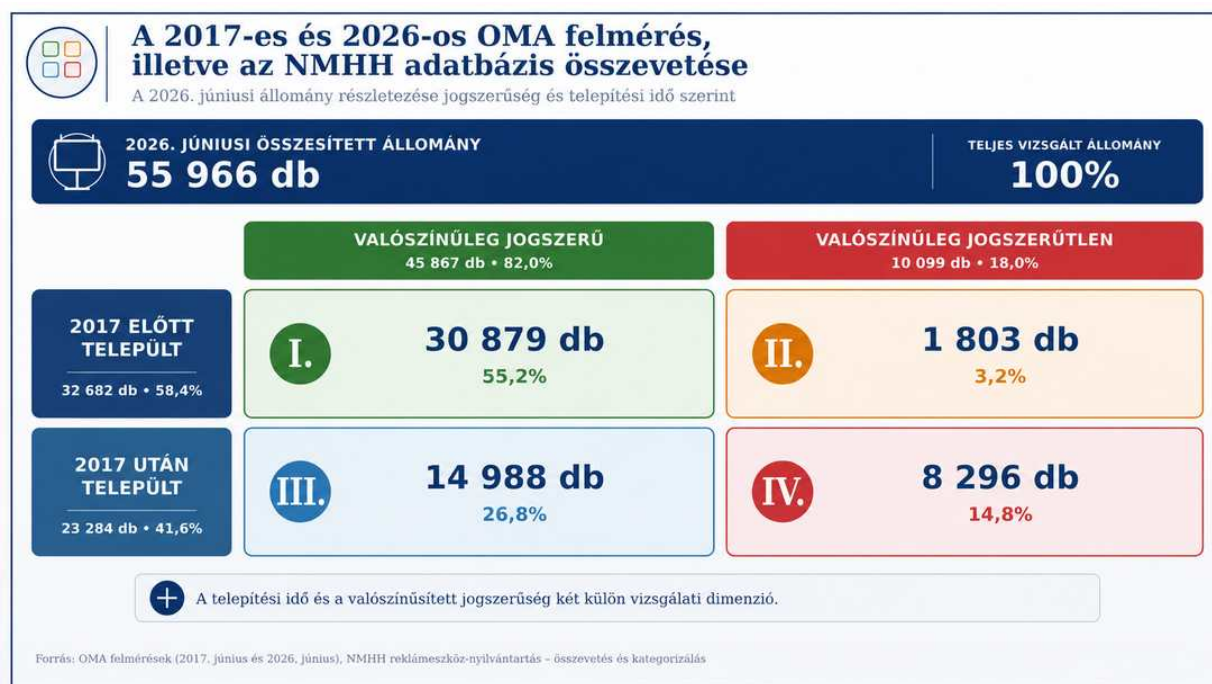
E jogi keretrendszer alapján az MRSZ — saját elemzési eszközként, nem jogszabályi kategóriaként — a nyilvántartott **55 966 reklámfelületet** négy csoportba sorolja:

I. kategória (30 879 db): 2017. május 28. előtt telepített, az akkori jogszabályoknak megfelelő, érvényes hatósági aktussal rendelkező felületek. Ezek jogszerű működése a mai napig fennáll; esetleges jövőbeli korlátozásuk egyedi eljárást és arányos átmeneti időt igényel. E kategóriák szabályozására vonatkozó javaslatainkat a 6. pont szerinti pillérrendszerben mutatjuk be.

II. kategória (1 803 db): 2017. május 28. előtt telepített, de már az akkori szabályok szerint is engedély nélküli vagy jogellenesen létesített felületek. Az ezen felületekkel szembeni fellépési lehetőségeket a 7. pont alatt ismertetjük.

III. kategória (14 988 db): 2017. május 28. után telepített, érvényes hatósági jóváhagyással (tudomásulvétellel) rendelkező felületek. E kategóriák szabályozására vonatkozó javaslatainkat a 6. pont szerinti pillérrendszerben mutatjuk be.

IV. kategória (8 296 db): 2017. május 28. után telepített, érvényes hatósági jóváhagyás nélküli felületek. Ezek esetében az új telepítési tilalom ellenére kerültek felállításra, ezért jogszerű fennmaradásuk nem alapozható meg. Az ezen felületekkel szembeni fellépési lehetőségeket a 7. pont alatt ismertetjük.



A jelenlegi reklámeszközöket a fentiek szerint négy kategóriába soroltuk:

„I.” (2017 előtt valószínűleg jogszerűen települt)

kategóriába tartoznak a településképi védelméről szóló 2016. évi LXXIV. törvényi („Tktv.”) számos szigorítását tartalmazó, 2017. január 18. napján hatályba lépett módosítása előtt települt reklámeszközök, melyek a telepítéskor legálisan, ingatlan tulajdonosának hozzájárulásával létesültek.

Példaként említhető, hogy Budapesten a Településképi védelméről szóló törvény (Tktv.) felhatalmazása alapján megalkotott, 2017. szeptember 29. napján hatályba lépett 30/2017. (IX. 29.) rendelet jelentős szigorítást vezetett be: az azt megelőzően kihelyezett reklámeszközökhöz nem volt szükség településképi véleményezésre, bejelentésre vagy főépítész hozzájárulásra, míg a rendelet hatálybalépését követően ez már kötelező feltétellé vált - ez nyilvánvalóan jelentős szigorításként értékelhető, noha a 2017. január 18. napja előtt épült egyes reklámeszközök is építési engedéllyel épültek.

„II.” (2017 előtt valószínűleg jogszerűtlenül települt)

kategóriába tartozó reklámeszközökre a javaslatunk a teljes bontási kötelezettség.

Javaslat: a 476/2024. (XII.31.) -es Kormányrendelet az alábbi mondattal egészüljön ki:

A közterületeken elhelyezett, szerződéssel nem rendelkező reklámeszközöket az ingatlan tulajdonosa köteles legkésőbb 2026. december 31-ig, saját költségén eltávolítani. A közterülethasználati engedély vagy hatósági szerződés nélkül elhelyezett reklámeszköz tulajdonosa nem jogosult semmilyen kártérítésre.

A közterület tulajdonosa köteles legkésőbb 2026. október 1-ig elküldeni a szabálytalanul elhelyezett reklámeszközök listáját az NMHH-nak és az illetékes Kormányhivatalnak. Az NMHH számokat és a tudomásulvételi határozatokat az illetékes hivatalok a bejelentést követően 30 napon belül visszavonják.

Ezen időszakban illegálisnak azon reklámeszközöket tekintjük, melyek az ingatlan tulajdonosának tudta/hozzájárulása nélkül lettek elhelyezve, jellemzően közterületen, azon belül is kirívó darabszámban a Főváros közterületein.

- Legfőbb érintett: Budapest Főváros közterületei
- Közepesen érintett: Megyei jogú városok állami tulajdonú területei (pl. Miskolc) és budapesti kerületi közterületek
- Jellemzően nem érintett: Kisebb városok, községek közterületei

A reklámszövetség vállalja, hogy az alábbi ütemezésben adatot szolgáltat az érintett Önkormányzatok számára 2026. október 1-ig. Az egyéb kisebb településeket a reklámszövetség nem tudja felmérni, ezeket célszerű a helyi Önkormányzat feladatának kitűzni.

„III.” (2017 után valószínűleg jogszerűen települt)

kategóriába tartoznak kizárólag a településképi engedéllyel létesült utcabútorok és a korszerűsítéssel átépített digitális reklámeszközök. *A 2017. május 28-át követően , településképi hozzájárulás nélkül települt reklámeszközök NMHH azonosítóját és Tudomásulvételi határozatát az illetékes hivatalok legkésőbb 2026. október 31-ig visszavonják.*

- A 2016. LXXIV. Településképi védelméről szóló törvény értelmében kizárólag utcabútoron lehetett reklámot elhelyezni.
- Ezt követően a 2023. C. törvény értelmében teljes reklámelhelyezési moratórium lépett életbe, kivéve az utasvárókra.
- A 476/2024.(XII.31.)-es kormányrendelet engedélyezte az. u.n. korszerűsítést:

18. § (2) Korszerűsített a reklámeszköz, ha felépítményének elbontását követően azonos helyen ugyanazon talapzat igénybe vételével korszerűbb (digitális, prizma vagy rollup) reklámhordozó felépítmény ráhelyezésére kerül sor.

Ezen kategóriába tartozó, óriásplakát méretű eszközök számossága elenyésző – országosan körülbelül 28 db utcabútor és 20 db korszerűsített reklámeszköz létesült, ugyanakkor nagyon nagy beruházással, engedélyes és önkormányzattal történt szerződéssel rendelkeznek. Az utcabútorok legnagyobb reklámfelülete 9 nm, hiszen a jogszabályban ez volt a megengedett legnagyobb méret, míg a korszerűsített reklámeszközöknél a legnagyobb jogszabályban megengedett felület 15 nm.

Javaslat: A magyar építészetéről szóló 2023. évi C. törvény 230. §-a a következő (9) és (10) bekezdéssel egészül ki, biztosítva az Alaptörvény M) cikk - A gazdasági rend alapelvei és a XII. cikk - a vállalkozáshoz való jognak való megfelelést.

(9) Az e rendelkezés hatálybalépését megelőzően jogszerűen felállított utcabútorok fennmaradhatnak és azon reklám elhelyezhető.

(10) A legálisan, 2017 előtt telepített reklámeszköz helyére, szabályos korszerűsítési eljárásban telepített nagyformátumú digitális reklámberendezések fennmaradhatnak és a korszerűsítés tudomásulvételére pozitívan elbírált berendezések korszerűsítése megengedett.

„IV.” (2017 után valószínűleg jogszerűtlenül települt)

kategóriába tartozó táblákra a javaslatunk a teljes bontási kötelezettség.

Az NMHH és az illetékes Kormányhivatalok annak ellenére kiadták az NMHH kódot és a Tudomásulvételi határozatot, hogy az eszközök törvényellenesen települtek. A „II.” pontnál megfogalmazott jogszabályi javaslat alapján ezen, szabálytalanul létesített felületek is kikerülnének a Reklámkataszterből és Tudomásulvételi határozatuk visszavonásra kerül.

Megfelelő adatok problémája:

Az NMHH reklámkataszterének kialakítása során az adatfelvétel nem terjedt ki a fent meghatározott valamennyi jogi és szakmai szempont vizsgálatára, továbbá a jogalkotói megbízás nem tartalmazta a reklámeszközök I., II., III. és IV. kategóriák szerinti egyértelmű besorolását. Ennek következtében az NMHH nyilvántartásában olyan eszközök is szerepelhetnek, amelyek telepítése vagy fennmaradása jogszerűségi szempontból vitatható.

A rendelkezésre álló iparági felmérések fontos kiindulási alapot jelentenek, azonban jelenlegi adattartalmuk alapján nem alkalmasak teljes körűen a reklámeszközök jogszerűségének megállapítására. A megalapozott kategorizáláshoz a meglévő műszaki, elhelyezkedési és üzemeltetési adatok mellett további jogi, engedélyezési, területhasználati és telepítéstörténeti szempontok vizsgálata is szükséges.

A tulajdonos- és üzemeltetőváltások, valamint az egyes adatok időközbeni változása miatt teljes körű és minden elemében naprakész adatbázis nem garantálható. A meglévő felmérések kiegészítésével és a felülettulajdonosok bevonásával ugyanakkor a jelenleginél lényegesen pontosabban azonosíthatók és kategorizálhatók a vélhetően jogszerűtlenül telepített reklámeszközök.

Az MRSZ OOH Tagozata vállalja, hogy a felülettulajdonosokkal együttműködve 2026. október 1-jéig elkészíti a kiegészített és kategorizált adatbázist, továbbá szakmai javaslatot dolgoz ki a szükséges bontások végrehajtására.

4.4. Miért szükséges egymásra épülő megközelítés?

- A rendelkezésre álló rövid idő nem elegendő egy több tízmilliárd forintos piacot érintő, minden médiatípusra kiterjedő komplex hatástanulmány elkészítésére.
- Az MRSZ OOH Tagozata jelenlegi szervezeti formájában nem rendelkezik olyan kötelező erejű eszközökkel, amelyekkel a tagok önkorlátozása vagy a közös vállalások teljesítése kikényszeríthető.
- Jogi megalapozás és megfelelő átmeneti idő nélkül még mérsékelt felület darabszám csökkentés esetén is jelentős számú jogvita indulhat.
- Ezért az A pillérben gyors, jól azonosítható és jogilag védhető eredményt kell elérni az illegális felületek felszámolásával; a B pillérben médiatípusonként kell kialakítani a hosszú távú szabályokat; a C pillér pedig önkéntes ösztönzőkkel gyorsíthatja a városképi ritkítást.

4.5. A változatlan szabályozás fő kockázatai

Jogi kockázatok

A megfelelő átmeneti rendelkezések nélküli, túl gyors vagy differenciálatlan szabályozási beavatkozás tömeges jogvitákat eredményezhet. Az érintett vállalkozások elsősorban a tulajdonjog védelmére, a szerzett jogokra, az arányosság követelményére és a jogbiztonság sérelmére hivatkozhatnak (ld. ezzel kapcsolatban az 2. és 3. sz. mellékletben csatolt jogi elemzést is). További bizonytalanságot okozhat, ha az egyes önkormányzatok és hatóságok eltérően értelmezik vagy alkalmazzák ugyanazokat az előírásokat. A peres eljárások

elhúzódnása a szabályozás végrehajtását is késleltetheti, és tartósan bizonytalan helyzetet teremthet a piacon.



Gazdasági kockázatok

A reklámfelület-állomány rövid időn belüli, jelentős csökkentése közvetlen árbevétel- és eszközérték-vesztést okozhat az érintett vállalkozásoknak. A hatások nemcsak a felülettulajdonosokat érinthetik, hanem továbbgyűrűzhetnek a gyártási, nyomdai, kivitelezési, karbantartási és értékesítési tevékenységet végző vállalkozásokra is. A bevételek hirtelen visszaesése egyes szereplőknél fizetőképességi problémákhoz, szélsőséges esetben pedig vállalkozások megszűnéséhez és munkahelyek elvesztéséhez vezethet. Mindez az állami és önkormányzati adó-, járulék- és díjbevételek csökkenésével is járhat. Csak a Fővárosi rendelet hatására az OOH reklámtorta 37,3 Mrd Ft-ról vélhetően 18 Mrd Ft-ra esik vissza éves szinten. Az alvállalkozói, valamint a bérleti díjak kiesése további több ezer fő munkanélkülit generál.



Végrehajtási kockázatok

Nagyszámú reklámeszköz rövid határidőn belüli eltávolítása jelentős műszaki, szervezési és hatósági kapacitást igényel. A bontás sok esetben daruzást, forgalomkorlátozást, speciális munkagépeket, hulladékkezelést, valamint közmű- és tulajdonosi egyeztetést tehet szükségessé. Amennyiben a rendelkezésre álló kivitelezői és hatósági kapacitás nem elegendő, a munkák költségei emelkedhetnek, a határidők pedig tarthatatlanná válhatnak. Az eltérő önkormányzati lehetőségek és végrehajtási gyakorlatok területileg egyenetlen jogalkalmazást is eredményezhetnek.



Városképi kockázatok

A szabályozás a deklarált településképi célokkal ellentétes eredményhez is vezethet, ha a bontás végrehajtása megfelelő ösztönzők és ellenőrzés nélkül marad. A fizetéseképtelenné vagy elérhetetlenné váló tulajdonosok magukra hagyhatják a reklámtartó szerkezeteket, illetve előfordulhat, hogy csak a reklámfelületet távolítják el. Az elhanyagolt, üres vagy sérült szerkezetek idővel nemcsak városképi, hanem műszaki és közlekedésbiztonsági problémát is jelenthetnek. Így a jelenlegi „plakáterdők” rendezett felszámolás helyett rendezetlen „plakáttemetőkké” válhatnak, amelyek megszüntetése hosszú éveket vehet igénybe.

ROSSZ SZABÁLYOZÁS MIATT KIALAKULT TORZÓK



Költségvetési kockázatok

Ha a bontásra kötelezett felület tulajdonosa nem teljesít, fizetéseképtelenné válik vagy nem azonosítható, a bontási kötelezettség egyetemlegesen a terület tulajdonosát is érinti. Amennyiben ő sem teljesíti bontási kötelezettségét, akkor végső soron az államnak vagy az érintett önkormányzatnak kellhet megelőlegeznie ennek költségét. A közvetlen bontási költségeken túl a szállítás, a hulladékkezelés, a terület helyreállítása, az esetleges tárolás és a hatósági eljárások költségei is felmerülhetnek. Ezeknek az összegeknek a kötelezettől történő utólagos behajtása bizonytalan lehet, különösen megszűnt vagy fizetéseképtelen vállalkozások esetében. Nagy eszközállomány és rövid végrehajtási határidő mellett a költségvetési kitétség összességében jelentős nagyságrendet érhet el.

Mintaként itt egy, a Ferihegyi gyorsforgalmi út mentén található, hátulról megvilágított (un. backlight) felületeket tartalmazó reklámeszköz bontási ajánlatát mutatjuk be alább:

Reklámeszköz bontása és helyreállítása

Budapest, Gyömrői út • 2026. augusztus

BRUTTÓ FIX VÁLLALÁSI DÍJ

31 686 500 Ft

1. FIX ÁRAS TÉTELEK

#	Tétel	Bruttó	Arány
1	Előkészítő munkálatok	596 900 Ft	1,9%
2	Elektromos bontás	1 079 500 Ft	3,4%
3	Acélszerkezet bontása	10 795 000 Ft	34,1%
4	Vasbeton alaptest bontása és földmunka	6 096 000 Ft	19,2%
5	Földkabel kiásása, felszedése, visszatemetése	4 889 500 Ft	15,4%
6	Anyagmozgatás, rakodás és gépi munka	1 397 000 Ft	4,4%
7	Terület-helyreállítás és befejező munkák	952 500 Ft	3,0%
8	Bontási hulladék megsemmisítése, elszállítása	2 921 000 Ft	9,2%
9	Műszaki tartalék 10%	2 959 100 Ft	9,3%

A BRUTTÓ KÖLTSÉGEK MEGOSZLÁSA

2. VÁLTOZÓ TÉTELEK

Szállítási költség	30 000 Ft + ÁFA / óra
Tehergépjármű / darus autó kiállása	40 000 Ft + ÁFA / óra
Hulladék elszállítása / lerakása	Tényleges költség
Veszélyes hulladék elszállítása	Tényleges költség

3. MŰSZAKI TARTALOM ÉS AJÁNLATI FELTÉTELEK

Előkészítés, áramtalanítás, munkaterület kialakítása
 Berendezések és acélszerkezet bontása
 Daruzás, rakodás, anyagmozgatás
 Beton alaptest és földkabel bontása
 Hulladékkezelés és terület-helyreállítás

FIZETÉS

80% előleg
20% a munkavégzés után 8 napon belül

ÉRVÉNYESSÉG

Az ajánlat 30 napig érvényes

KÖLTSÉGSÚLY

- Acélszerkezet bontása — 34,1%
- Vasbeton alaptest és földmunka — 19,2%
- Földkabel munkái — 15,4%

A három tétel együtt a fix díj 68,7%-át adja.



5. Szabályozási célok és alapelvek

- Gyors és látható eredmény elérése az igazolhatóan illegális reklámeszközök felszámolásával.
- A településkép javítása mérhető, térképezhető és ellenőrizhető módon.
- Jogbiztonság, arányosság és megfelelő átmeneti idő biztosítása.
- Az önkormányzati döntési lehetőség és bevételi érdek összehangolása az országos szabályozási célokkal.
- A hirdetőik számára ellenőrizhető, jogszerű felületállomány kialakítása.

- A szakmai önszabályozás megerősítése és számon kérhető kamarai felelősség létrehozása.
- A szabályozás várható hatásainak a rendelkezésre álló információkkal arányos, utólag pontosítható bemutatása.

6. Az A–B–C szabályozási pillérrendszer áttekintése

Az A, B és C elem nem egymást kizáró alternatíva, hanem kombinálható, egymásra épülő szabályozási pillér. Az A pillér az azonnali piacrendezést és a végrehajtási intézményrendszert, a B pillér a teljes piac hosszú távú, médiatípusonként kidolgozott szakmai szabályozását, a C pillér pedig az önkéntes városképi ritkítás és az áthelyezés ösztönzőit tartalmazza.

Elem	Szerepe	Időtáv	Fő kimenet	Várt eredmény
A	Azonnali piacrendezés	2026. október 1. / december 31.	Illegális adatbázis, bontás, kamara, nyilvántartás.	Gyors, látványos és ellenőrizhető tisztulás.
B	Átfogó szakmai szabályozás	2026. december 31-ig javaslat; 3–5 éves átmenet.	Zónázás, távolság, sűrűség, eszköztípusonkénti szabályok.	Kiszámítható, jogilag védhető végállapot.
C	Önkéntes ritkítás és áthelyezés	Az A és B mellett, ütemezetten.	Bontási ösztönzők, közterületi elhelyezés, díjfizetés.	Kevesebb reklámzaj és önkormányzati többletbevétel.



Választható csomag	Logika	Tartalom
A	Azonnali piacrendezés	Az illegális állomány és a kamarai/nyilvántartási rendszer rendezése.
A+B	Piacrendezés és végleges szabályozás	Az A intézkedéseire épülő, médiatípusonként kidolgozott hosszú távú keret.
A+B+C	Teljes javaslatcsomag	A kötelező piacrendezés és szabályozás kiegészítése önkéntes városképi ösztönzőkkel.



7. A pillér – Az illegális reklámtáblák felszámolása és kamarai rendszer létrehozása

7.1. Az illegális reklámtáblák országos adatbázisa

Az MRSZ OOH Tagozata már korábban is tett a jelenlegihez hasonló együttműködési felajánlást: a 2016-ban ismertetett javaslatunkban már szerepelt a Reklámkataszter létrehozásának koncepciója. Ebben nem csak a rendszerezett városképet megalapozó, minden szereplő által megismerhető és használható adatbázis kialakítását vállaltuk, hanem ezen túlmutatóan is megfogalmaztunk számos önkorlátozó javaslatot.

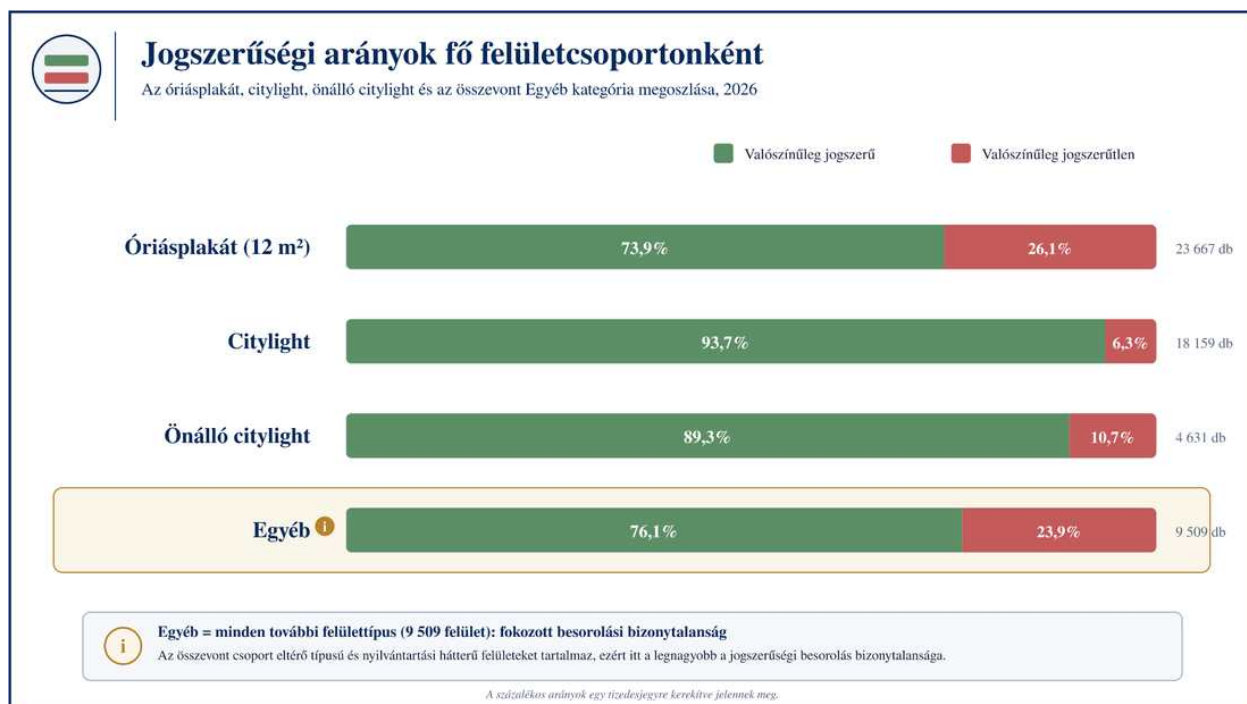
A következő lépésben több kerületi önkormányzattal is elindult a szakmai egyeztetés, majd 2017-re a Fővárosi Önkormányzattal már szerződésközel állapotig jutottunk el (amelyben vállaltuk az illegális reklámháló feltérképezését és eltávolítását). A szerződés megkötésére - rajtunk kívül álló okokból - nem került sor.

A következő mérföldkő a 2024-ben végül bevezetett reklámkataszter elfogadása volt, amelynek keretében több, mint 50.000 reklámfelületet regisztrált az NMHH. Az idő szűkében egyelőre nem volt ideje a kormányhivataloknak arra, hogy az összes reklámfelület legalitását (lásd 4.3) felülvizsgálja, ezért fordulhat elő, hogy az NMHH kóddal rendelkező reklámeszközök között is található illegálisan telepített eszköz. Tagozatunk ezért is vállalja, hogy a független

közterületi monitoring cég (OMA) adataira támaszkodva elkészíti október 1-ig azt az adatbázist, amely az összes illegális reklámeszköz adatait tartalmazza.



*Forrás: Outdoor Media Audit 2017-06 és 2026-06 felmérés, NMHH reklámkataszter 2026.07.10.



*Forrás: Outdoor Media Audit 2017-06 és 2026-06 felmérés, NMHH reklámkataszter 2026.07.10.

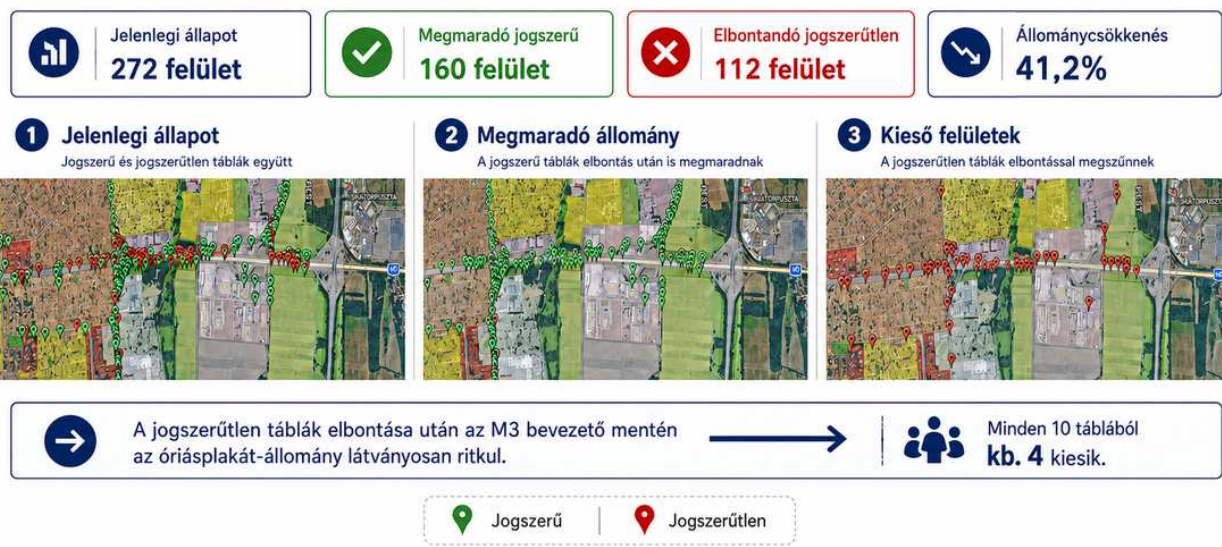
Azzal, hogy felmérésre kerülnek a jogszerűtlen felületek és ezek bontása első lépésként meg tud történni 2026. december 31-ig, ezzel jelentős tisztulás várható a legforgalmasabb útszakaszokon.

Két szemléltető példát mutatunk be:

M3 bevezető – az óriásplakát-állomány ritkulása

Szemléltetés a feltöltött térképmetszetek alapján

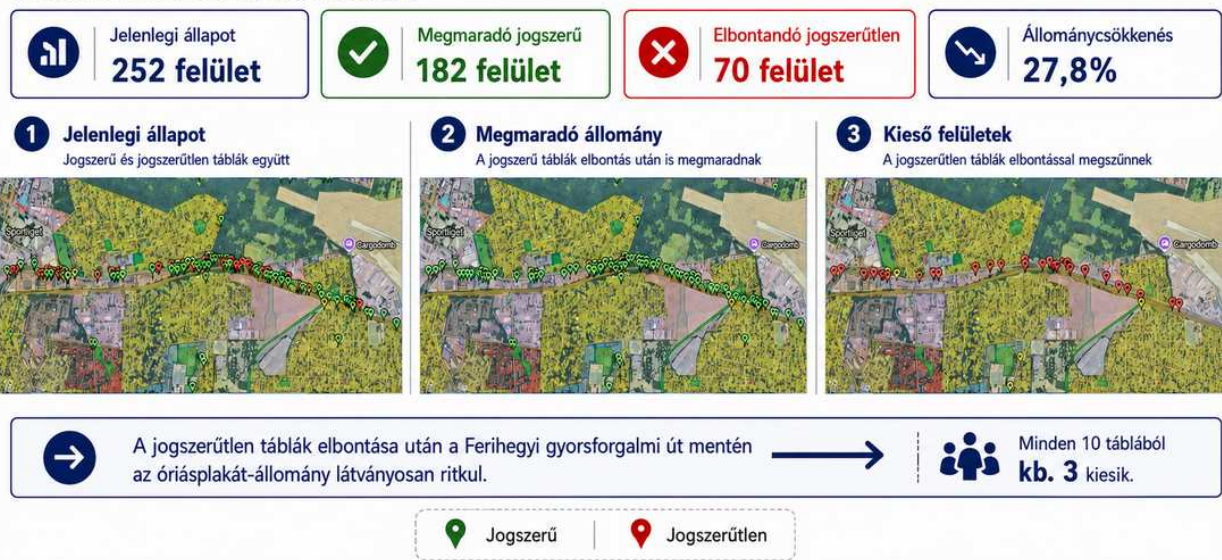
A darabszámok a térképmetszet alapján
becsült értékek.



Ferihegyi gyorsforgalmi út – az óriásplakát-állomány ritkulása

Szemléltetés a feltöltött térképmetszetek alapján

A darabszámok a térképmetszet alapján
becsült értékek.



7.2. A tudomásulvételek felülvizsgálata és a bontási kötelezettség

Az illegálisnak minősített reklámeszközök tudomásulvételét felül kell vizsgálni, és – a szükséges jogalap, hatáskör és eljárási garanciák biztosítása mellett – vissza kell vonni. Az érintett felületek elbontására 2026. december 31-i határidőt javasunk. A folyamat során a kormányhivatalok és az önkormányzatok munkáját a rendelkezésünkre álló adatok átadásával és szakmai közreműködéssel messzemenőig támogatjuk.

JOGI HÁTTÉR:

A reklámeszköz fennmaradásának feltétele a járási (fővárosi kerületi) hivatal (a továbbiakban: „járási hivatal”) által folytatott ügyvezetett tudomásulvételi eljárás a reklám és a reklámeszköz elhelyezésének szabályairól szóló 476/2024. (XII. 31.) Korm. rendelet („Kormányrendelet”) alapján.

A tudomásulvételi eljárás keretében a kérelmezőnek nyilatkoznia kell arról, hogy a reklámeszköz a telepítésének időpontjában megfelelt az akkor hatályos előírásoknak, illetve be kell mutatnia, hogy az elhelyezésre 2017. január 18-át megelőzően került sor.

A Kormányrendelet tehát a 2017. január 18. napját megelőző telepítések tudomásulvételi eljárásában könnyített bizonyítási rendet ír elő: a járási hivatal a kérelmező nyilatkozatának megalapozottságát főszabály szerint nem vizsgálja érdemben, bizonyítási eljárást kizárólag akkor folytat le, ha a kérelmező nyilatkozatának megalapozottságával kapcsolatban kétség merül fel. Ez azt jelenti, hogy a kezdeti tudomásulvétel kiadásakor **főszabályként a hatóság gyakorlatilag a nyilatkozat tartalmára hagyatkozott, ellenőrzés nélkül – ez a mechanizmus azonban teret nyithatott a hamis nyilatkozatok alapján történő tudomásulvételnek.**

A Kormányrendelet 19. § (7) bekezdése alapján ugyanakkor **bármikor felülvizsgálhatóak a tudomásulvételi döntések**, és ha megállapításra kerül, hogy a reklámeszköz nem felel meg a feltételeknek, akkor a tudomásulvétel visszavonható. Vagyis, ha a felülvizsgálat során a hatóság megállapítja, hogy a telepítés 2017. január 18. utáni, akkor nem állnak fenn a Kormányrendeletben meghatározott, a tudomásulvételre vonatkozó feltételek, vagyis az nem jogszerű és az kitelepített reklámeszköz felszámolandó.

A telepítés időpontjával kapcsolatban tett hamis nyilatkozatra tekintettel az NMHH a reklámeszközt törölheti az országos reklámkataszterből: a 2/2024. (I. 23.) NMHH rendelet alapján a tulajdonosnak arról is nyilatkoznia kell, hogy a reklámeszköz jogszerűen került elhelyezésre (ld. 3. § (2) bek. a) pont), továbbá a nyilvántartásba vételi kérelemben meg kell jelölnie a reklámeszköz létesítésének időpontját is (ld. 3. § (1) bek. bc) alpont). Ha utólag megállapítást nyer, hogy ez a nyilatkozat – így különösen a telepítés időpontjára vonatkozó adat – valótlan volt, az NMHH az érintett reklámeszközt törli az országos reklámkataszterből, mivel a nyilvántartásba vétel során a kérelem visszautasításának lett volna helye. Mivel a Méptv. szerint reklám kizárólag a kataszterbe bejegyzett reklámeszközön tehető közzé, a kataszterből való törlésre tekintettel a reklámeszköz használata már nem lesz jogszerű, és megalapozhatja a tudomásulvétel párhuzamos, hamis nyilatkozatra alapított visszavonását is – vagyis a Kormányrendelet szerinti tudomásulvétel-felülvizsgálat mellett ez egy önálló, alternatív fellépési lehetőséget kínál.

Az elsőfokú eljárásra – így a tudomásulvétel felülvizsgálatára és visszavonására is – a reklámeszköz helye szerint illetékes járási (fővárosi kerületi) hivatal jogosult. **Ha a járási hivatal nem lép fel hivatalból, a fővárosi és vármegyei kormányhivatal felügyeleti szervként avatkozhat be:** jogszabálysértő döntést megváltoztathat vagy megsemmisíthet, és szükség esetén a járási hivatalt új eljárásra utasíthatja az általános közigazgatási rendtartástól szóló 2016. évi CL. törvény („Ákr.”) szabályai alapján.

Ha a hamis nyilatkozat alapján kiadott tudomásulvételt utóbb visszavonják, a reklámeszköz a Méptv. 230. § (4) bekezdése szerint a jogszabályi követelményeknek meg nem felelő eszköznek minősül, amelyet a tulajdonos haladéktalanul, de legkésőbb 2026. december 31-ig saját költségén köteles eltávolítani.

A különböző közterületi reklámeszközök egymástól lényegesen eltérő felépítéssel, kialakítással rendelkeznek. A kültéri táblák műszaki kialakításában egy dolog azonban közös: tekintélyes, a várható legnagyobb szélterhelésre méretezett alappal rendelkeznek. Már önmagában ezek eltávolítása is időt igénylő feladat - de ezen felül is a munkagödör helyreállítása, megvilágított tábla esetén az elektromos vezetékek kiakasztása, áramtalanítás, lekötés, a keletkezett hulladék teherautóra pakolása, elszállítása, stb. még ezen felül is tetemes költséggel jár. Szakmai javaslatunk egyéb részeiben ezt részletesen, számokkal alátámasztva bontjuk ki.

7.3. A Magyar Közterületi Reklám Kamara felállítása

Az MRSZ a kormányrendelet mellett egy hosszabb távú, strukturális javaslatot is tesz: a köztestületi jogállású **Magyar Közterületi Reklám Kamara** (a továbbiakban: Kamara) felállítását, amelynek elsődleges célja nem érdekképviselés, hanem a piac jogszerűségének piaci alapú végrehajtása.

A jelenlegi szabályozási környezetben egy jogellenes operátor ma is értékesíthet reklámfelületet hirdetőknél, hiszen sem a hirdetők, sem a médiaügynökségek számára nem áll rendelkezésre olyan ellenőrzési mechanizmus, amely alapján megbizonyosodhatnának arról, hogy a megvásárolt hirdetési felület jogilag rendezett státuszú-e. Ha azonban reklámfelületet kizárólag kamarai tag értékesíthet, és a tagság feltétele a jogszerű működés folyamatos igazolása, akkor az illegális operátor piaci kizárás alá kerül: bevétel hiányában az illegálisan elhelyezett eszköz magától megszűnik — számottevő állami végrehajtási kapacitás igénybevétele nélkül.

A modell nem előzmény nélküli: ügyvéd kamarai tagság nélkül nem láthat el jogi képviseletet; gyógyszerész engedély nélkül nem forgalmazhat gyógyszert. Ugyanezen logika alapján: reklámeszköz-operátor kamarai regisztráció nélkül nem értékesíthet közterületi reklámfelületet — a regisztráció feltétele pedig a jogszerű és ellenőrzött működés igazolása.

A Kamara felállítása az alábbi közös célokat szolgálja:

- a városok vizuális esztétikájának helyreállítása és tartós megőrzése;
- a közterületi hirdetési folyamatok közvetlen nyomon követhetősége;
- a kamarai tagság etikai kontrollja az OOH-piacon belül;
- a közterületi hirdetés szakmai, technikai és fizikai korlátainak megalkotása és betartatása;
- az állam által ezen a területen jelenleg végzett feladatok részbeni, szervezett átvétele;
- az összességében jelentős vizuális hatást kiváltó reklámeszköz-állomány rendezettségének biztosítása.

A Kamara működési modelljének elemei:

A kötelező tagság értelmében kültéri reklámfelületet kizárólag kamarai tag értékesíthet hirdetőknél vagy médiaügynökségeknek; a tagság feltétele az érvényes elhelyezési engedélyek megléte, a műszakilag megfelelő eszközállomány, valamint az adórendezettség. A piaci végrehajtás mechanizmusa az, hogy a nagy hirdetők és médiaügynökségek önkéntesen vállalják, hogy kizárólag kamarai tagtól vásárolnak felületet — ez az illegális működéssel szemben nem hatósági bírságon, hanem piaci kizáráson alapuló szankciót jelent. Az önszabályozó szerepkör keretében a Kamara tartja fenn és frissíti az eszközszabványokat — méret, fényerő, esztétikai követelmények —, ami csökkenti az állami végrehajtási terhet, és lehetővé teszi, hogy a digitális eszközökre vonatkozó technikai előírások iparági szinten, kormányrendelet-módosítás nélkül naprakészek maradjanak. A versenyőrzés és EU-konformitás érdekében a tagsági feltételek kizárólag objektív jogszerűségi kritériumokon alapulhatnak; a versenykorlátozás kockázatának kizárása végett a GVH bevonása az alapszabály kialakításába szükséges. Köztestületi jogállásából következően a Kamara kötelező egyeztetési joggal rendelkezik: minden, az ágazatot érintő jogszabályváltozás előtt a Kamarával való egyeztetés kötelező.

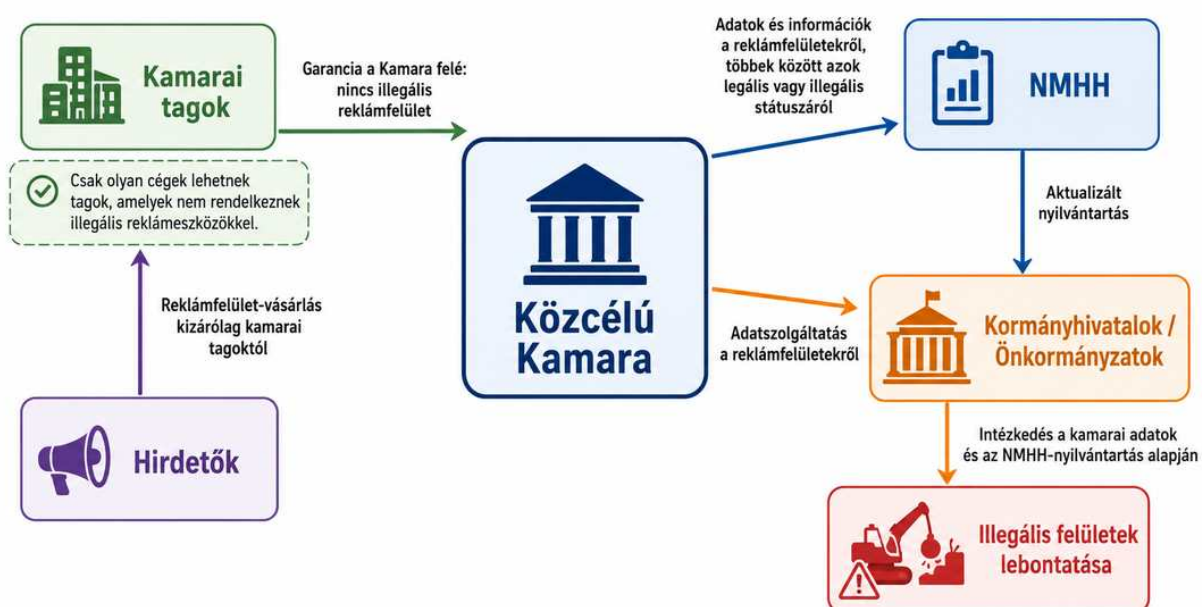
Intézményi előnyök a szakminisztériumok számára:

A kamarai működési modellre való áttérés a szakminisztériumok számára az alábbi konkrét intézményi hasznot biztosítja: az OOH-eszközök országos szakmai nyilvántartásához szükséges szakmai input rendelkezésre állása (elsősorban az NMHH felé); a jogszerűségi és műszaki követelmények folyamatos ellenőrzése; egységes adatstandardok kialakítása és fenntartása; hatóságokkal együttműködő, ágazati szintű ellenőrzési mechanizmus.

Az MRSZ javaslata:

A Magyar Közterületi Reklám Kamara nem a kormányrendelet helyett, hanem azzal párhuzamosan, második lépésként épül be a szabályozási rendszerbe. Az MRSZ javasolja, hogy a kormányrendelet szövegébe kerüljön be egy felhatalmazó rendelkezés a Kamara felállítására vonatkozóan — ezzel a szabályozási folyamat és az iparági önszabályozás összekapcsolódik, és a hosszú távú végrehajthatóság biztosított. A Kamara törvényi alapjainak kidolgozása párhuzamos, de önálló jogalkotási nyomvonal.

A közcélú Kamara szerepe a reklámfelületek szabályozásában



7.4. A Kamarai tagság direkt hatása a jogkövető magatartásra

Azok a felülettulajdonosok, akik 2026. december 31-éig nem bontják el illegális reklámtábláikat, nem vehetők fel a kamarába. Amennyiben a kamara tudomására jut, hogy valamely tagja illegális reklámeszközt üzemeltet, az érintett vállalkozással szemben vizsgálatot kell indítani, és a jogsértés igazolása esetén a vállalkozást ki kell zárni a kamarából.

7.5. Felmérés és szakmai validálás

A közterületi reklámeszközök felmérését jelenleg is az Outdoor Media Audit Szolgáltató Kft. (OMA) végzi. A Kamara az OMA-t bízna meg az országos reklámeszköz-állomány kiinduló adatbázisának elkészítésével, a már kialakított felmérési módszertanára és szakmai tapasztalatára építve.

Az adatbázisba integrálásra kerülnének az NMHH reklámkataszteréből átvett adatok is, az eltérő adatforrások összevetésével és egységesítésével. Így létrejönne a közterületi

reklámeszközök egységes, központi adatbázisa, amelyet a Kamara működtetne és az új telepítések, módosítások, illetve megszűnések alapján folyamatosan frissítene. Az adatok pontosságát és megbízhatóságát az OMA rendszeres szakmai ellenőrzése és validálása biztosítaná.

7.6. A Kamara biztosíték a szabályos működésre

A hirdető a szerződéskötést megelőzően online felületen ellenőrizhetik a kamarai nyilvántartást, amelyben az NMHH nyilvántartása is egységes, kereshető és lekérdezhető formában jelenik meg. A nyilvántartást a Magyar Közterületi Reklám Kamara üzemelteti, és annak adataiból rendszeresen adatot szolgáltat a kormányhivatalok és az önkormányzatok részére.

Magyar Közterületi Reklám Kamara
Nyilvános kamarai és reklámfelület-nyilvántartás

Tagok Reklámfelületek Bejelentés Nyilvános adatbázis

Nyilvános kereső
Tag vagy reklámfelület ellenőrzése

Felületkód, NMHH-azonosító, cím vagy felülettulajdonos

Keresés

Nyilvántartás / Reklámfelületek / 0114141A1

Reklámfelület adatlapja 0114141A1

NYILVÁNTARTOTT FELÜLET

A nyilvántartásban szereplő fénykép

GPS-POZÍCIO

Térképen rögzített helyszín

HELYSZÍN ÉS CÍM
Budapest, XIV. kerület
M3 ráhajtó, OMV kút előtt, Hungária krt. felé, felső tábla

2017-ben már megvolt: Igen

GPS-pozíció térképen rögzítve

ELLENÖRZÖTT JOGSULTSÁG
A felületen hirdetés elhelyezhető

KAMARAI STATUSZ
AKTÍV TAG

FELÜLETTULAJDONOS
Hungaroplakát Reklám Kft.

FELÜLETKÓD
0114141A1

FELÜLETTÍPUS
Billboard

MASTER ID
M019545

NMHH-AZONOSÍTÓ
1018219

JOGI STATUSZ
Valószínűleg jogszerű

ELETÜT
Meglévő

HIRDETÉSI JOGSULTSÁG ELLENŐRIZVE
A tulajdonos aktív kamarai tag
Kereskedelmi reklám ezen a felületen elhelyezhető.

Csak aktív kamarai tag felületén lehet hirdetni.

Szemléltető felület – nem végleges webdesign

7.7. Bejelentési és kivizsgálási rendszer

Az online felületen bejelentő űrlapot hozunk létre, amelyen keresztül bárki jelezheti, ha feltételezhetően jogszerűtlen reklámtáblát észlel. A bejelentéseket a kamara 15 napon belül kivizsgálja, és szükség esetén továbbítja az eljárásra jogosult hatóság részére.

8. B pillér – A teljes közterületi reklámpiac hosszú távú szabályozása

Az MRSZ OOH Tagozata 2026. december 31-ig elkészíti a teljes közterületi reklámpiacra vonatkozó átfogó szabályozási javaslatát. A javaslat célja, hogy megfelelő, várhatóan 3–5 éves átmeneti idő biztosítása mellett – a jogi támadhatóság kockázatának csökkentésével – a piac a rendezettebb településkép és a tényleges szabályozási célok mentén tisztuljon meg és alakuljon át.

8.1. A B pillér kidolgozási kerete

A B pillér célja, hogy az A pillér keretében megvalósuló jogszerűségi rendteremtésre építve létrejöjjön a teljes közterületi reklámpiac hosszú távú, átlátható és kiszámítható szabályozása. Az országosan egységes alapelvek – így különösen a zónázás, a felületek közötti távolság, a sűrűség, a méret és a digitális működés követelményei – mellett a szabályozás figyelembe

venné az egyes reklámeszköz-típusok sajátosságait is. A részletes javaslatokat az MRSZ OOH Tagozatának hat médiamunkacsoportja és elnöksége dolgozza ki, valós piaci adatokra és gyakorlati példákra támaszkodva. A piac átalakítása megfelelő, várhatóan 3–5 éves átmeneti idővel történne, biztosítva a településképi célok fokozatos elérését, valamint a jogbiztonság és a gazdasági működőképesség megőrzését.

8.2. Zónázási javaslat

A javasolt zónázási rendszer – a minisztériumi iránymutatásnak megfelelően – a településrendezésben már alkalmazott építési övezeti és övezeti tagozódásra épül. Ennek jogszabályi alapját a 280/2024. (IX. 30.) Korm. rendelet 6. § (3)–(4) bekezdése adja, amely általános használatuk szerint elkülöníti a beépítésre szánt és a beépítésre nem szánt területeket.

A szabályozás alaplogikája szerint a településközpontból a külsőbb területek felé haladva fokozatosan enyhülnek a korlátozások: a belvárosi, sűrűn beépített és településképi szempontból érzékeny területeken egyes reklámeszköz-típusok elhelyezése tiltott vagy szigorúbb feltételekhez kötött, míg a külső, gazdasági és közlekedési területeken nagyobb elhelyezési mozgástér biztosítható. Ezáltal a rendszer a helyi adottságokhoz igazodó, differenciált és a meglévő településrendezési tervekhez közvetlenül kapcsolható szabályozást tesz lehetővé.

A rendszer gyakorlati alkalmazhatósága érdekében javasoljuk, hogy reklámeszköz-típusonként készüljön egységes, a TÉKA szerinti területi és övezeti tagozódást követő szabályozási táblázat. A táblázat egyértelműen rögzítené, hogy az egyes területi kategóriákban az adott reklámeszköz elhelyezése tiltott, feltételekkel megengedett vagy megengedett.

AZ ALÁBBIKBAN EGY SZEMLÉLTETŐ MINTA A BUDAPESTI ÓRIÁSPLAKÁT ZÓNÁKRA

Budapesti TSZT zónák – óriásplakát-szabályozási mintaterv

Egyszerűsített szemléltető összefoglaló

Szemléltető mintaanyag – nem végleges szabályozási anyag

Összes egyértelmű zónakód: 60

Tiltott: 17

40 m védőtávolság: 20

50 m védőtávolság: 20

100 m védőtávolság: 3

Tiltott

40 m

50 m

100 m

1) Beépítésre szánt területek

Lakóterületek

Tiltott Ln-1, Lke-3
40 m Ln-2, Ln-3, Ln-T, Lke-1, Lke-2
100 m Lk-1, Lk-2, Lk-T

Vegyes területek

Tiltott Vt-V, Vt-VI, Vt-H
40 m Vi-1, Vi-2, Vi-3

Gazdasági területek

Tiltott Gip-E
40 m Gksz-1, Gksz-2

Üdülõterületek

50 m Üh

Különleges területek

Tiltott K-Hull, K-T
40 m K-Ker, K-Log, K-Vás, K-Sp, K-Köz
50 m K-Okt, K-Eü, K-Rek, K-ÁN, K-Hon, K-Sz, K-Kik, K-Rept, K-Mü, K-Tp, K-Vke

2) Beépítésre nem szánt területek

Közlekedési területek

Tiltott KÖv
40 m KÖk, KÖl
50 m KÖu

Vízgazdálkodási területek

40 m Vf, Vá, Vb

3) További beépítésre nem szánt területek

Zöldterületek

Tiltott Zkp, Zvp

Erdõterületek

50 m Ev, Ek, Eg

Mezőgazdasági területek

50 m Má, Mk

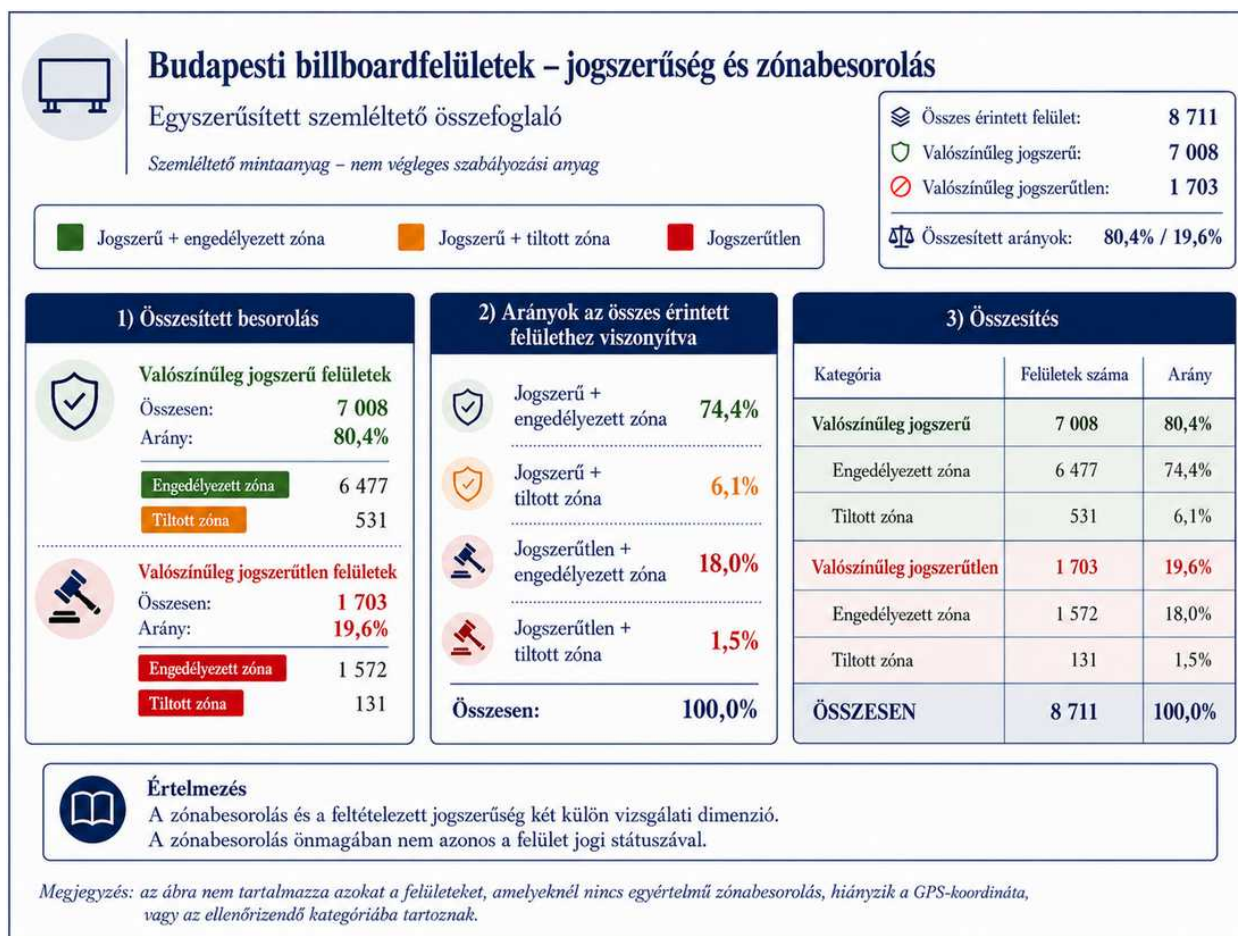
Természeti területek

Tiltott Tk

Különleges területek

Tiltott Kb-Rég, Kb-Ez, Kb-T, Kb-En, X-Y/Z
50 m Kb-Rek, Kb-Hv

Ha a jelenlegi óriásplakát felület állományt megvizsgáljuk és besoroljuk a zónáknak megfelelően, akkor a 1703 db valószínűleg jogszerűtlen felületeken felül (19,6%) további 531 db felület kerülne lebontásra a zónás tiltás miatt. A jogszerű felületek elbontására ösztönzőket alkalmazunk, amelyet a C pillérben ismertetünk.



8.3. Távolsági és sűrűségi korlátok

A távolsági és sűrűségi korlátok célja a túlzott reklámkoncentráció mérséklése, valamint annak biztosítása, hogy a reklámeszközök elhelyezése igazodjon az eszköz méretéhez és a közlekedési környezethez. A minimális távolság meghatározásánál ezért indokolt figyelembe venni az eszköztípust, a reklámfelület méretét, az út jellegét és a megengedett sebességet. Nagyobb sebesség mellett hosszabb észlelési időre van szükség, így a sűrűn elhelyezett reklámfelületek fokozott vizuális terhelést és közlekedésbiztonsági kockázatot jelenthetnek.

A szabályozásnak egyértelműen meg kell határozni a távolságmérés módját, például a reklámfelületek geometriai középpontjai vagy a tartószerkezetek tengelyei közötti vízszintes távolság alapján. A légvonalbeli távolság azonban önmagában nem minden esetben mutatja meg a tényleges vizuális konfliktust, mivel nem derül ki belőle, hogy a felületek azonos haladási irányból és egyidejűleg láthatók-e.

Külön szabályozást igényelnek a kétoldalas táblák, a közös szerkezeten elhelyezett dupla és hármas felületek, a sortáblák, valamint az egymással szemben álló reklámeszközök. Előfordulhat továbbá, hogy egy épület két oldalán vagy egy főút és egy mellékutca mentén elhelyezett felületek légvonalban 50 méteren belül vannak, de a közlekedő számára egyszerre

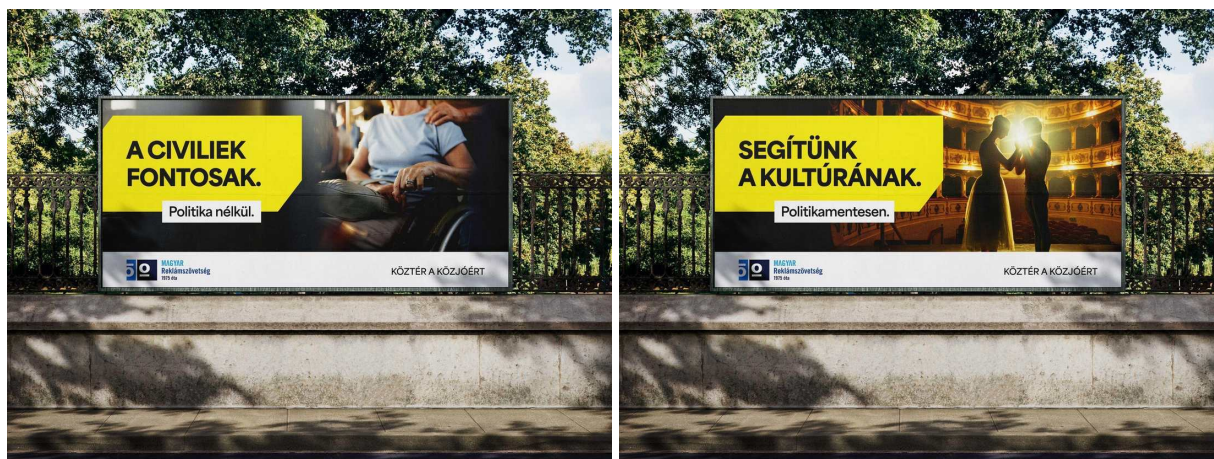
nem láthatók. Ezekben az esetekben az egységes távolsági szabály indokolatlan bontási kötelezettséget eredményezhet.

Távolsági konfliktus esetén objektív szempontrendszer alapján kell kiválasztani a megtartható felületet. Figyelembe vehető többek között a jogszerűség, a nyilvántartási és engedélyezési státusz, a létesítés időpontja, a műszaki állapot és a környezetre gyakorolt vizuális hatás.

A budapesti állomáson végzett szemléltető számítás szerint egy egységes, 50 méteres korlát a vizsgált felületek jelentős részét érintené. A rendelkezésre álló pontadatok ugyan alkalmasak a szabály várható nagyságrendi hatásának bemutatására, de önmagukban nem elegendők a végleges előírás megalkotásához. Ezért indokolt az eszközméret, az úttípus, a sebesség és a tényleges együttláthatóság alapján differenciált szabályozási rendszer kialakítása.

8.4. Felületek közcélú felajánlása

Meggyőződésünk, hogy a közterületi reklám nem csupán a gazdaság egyik motorja, hanem kiváló eszköz a közcélú kommunikációra (ami természetesen nem politikai propaganda). Ilyen kommunikáció lehet különböző egészségügyi szűrésekre való felhívás, SZJA 1%-os kampányok népszerűsítése, stb. Éppen ezért felajánljuk, hogy a Magyar Közterületi Reklám Kamara koordinációjában az analóg felületeinken térítésmentes közcélú kampányok futhatnak (átlagosan havi 500 db felületen) digitális reklámhordozókon pedig a műsoridő harmadán. Természetesen ennek részletes kidolgozását is december 31-ig vállaljuk.



8.5. Általános szakmai szabályok kidolgozása

Az általános szakmai szabályoknak egységes követelményeket kell meghatározniuk a reklámeszközök méretére, oldalarányára, magasságára, megvilágítására és digitális működésére. Külön kezelendők a sortáblák, a dupla vagy hármas kialakítások, valamint az egymásra épülő szerkezetek.

A szabályozásnak a magánterületen álló, de közterületről látható eszközökre is ki kell terjednie, és egyértelműen el kell határolnia a cégtáblát, az útbaigazító táblát és a kereskedelmi reklámot. Emellett rendezni szükséges az üres felületek esztétikus vagy közérdekű hasznosítását, valamint a karbantartási, biztonsági és bontási kötelezettségeket.

Főbb szabályozási pontok:

- Eszközméret, oldalarány, magasság, megvilágítás és digitális működés.
- Reklámeszköz környezetében elhelyezhető további felületek korlátozása.

- Sortáblák, dupla/hármas táblák és egymásra épülő reklámszerkezetek.
- Magánterületen álló, de közterületről látható reklámeszközök.
- Cégtáblák, útbaigazító célú táblák és kereskedelmi reklámtartalom elhatárolása.
- Üres vagy eladatlan felületek esztétikai és közérdekű hasznosítása.
- Karbantartási, biztonsági és bontási kötelezettségek.

8.6. Átmeneti szabályok és jogszerűen működő felületek

A reklámeszközök differenciált bontási határidői			
A bontási határidő a beruházási igény és a településképi hatás alapján			
REKLÁMTARTÓ BERENDEZÉS BERUHÁZÁSI IGÉNYE	KISCSI TELEPÜLÉSKÉPI HATÁS	KÖZEPES TELEPÜLÉSKÉPI HATÁS	MAGAS TELEPÜLÉSKÉPI HATÁS
Alacsony beruházási igény	2 m ² -nél kisebb kisplakátok 36 HÓNAP	Tűzfal molinó 24 HÓNAP	Homlokzatra feszített molinó 12 HÓNAP
Közepes beruházási igény	Önálló citylight 48 HÓNAP	Autópálya melletti óriástábla 36 HÓNAP	Óriásplakátok 24 HÓNAP
Magas beruházási igény	Útasváró Tetőreklám 60 HÓNAP	Digitális reklámeszköz 48 HÓNAP	Óriás backlightok (30 m ² felett) 36 HÓNAP
A mátrix logikája: nagyobb beruházási igényhez hosszabb, erősebb településképi hatáshoz rövidebb bontási határidő társul.			

Kidolgozandó 2026. december 31-ig:

- A 5 éves átmeneti idő kezdete, vége és mérföldkövei.
- A meglévő jogszerű felületek kiválasztási és fennmaradási szabálya.
- Ütköző felületek esetén objektív prioritási rendszer.
- Áthelyezés, csere, kompenzáció vagy időben korlátozott továbbműködés lehetősége, a közterületen lévő felületek előnyben részesítése mellett (C pillér)
- Utcabútorok (más közcélú is szolgáló eszközök) előnyben részesítése
- A bontási kötelezettség és a tulajdonosi felelősség biztosítása fizetésképtelenség esetére.

8.7. Média csoportonkénti szabályozási javaslatok

A hat médiamunkacsoport anyaga nem külön fejezetblokk, hanem a B pillér szakmai szabályozásának része. A most átadott anyaggal a célunk a fő szabályozási álláspont rögzítése és nem teljes körű tanulmány elkészítése. A szabályozási anyag 2026. december 31-ig fog elkészülni.

8.7.1. Óriásplakátok és nagyformátumú digitális reklámberendezések

Az óriásplakát a modern reklámszakma egyik leghosszabb múltra visszatekintő eszköze: Európában a 19. század végén jelent meg, és a 20. század első felére a tömegkommunikáció alapvető platformjává vált. Magyarországon az 1990-es évek elejétől, a piactgazdaságra való áttérést követően alakult ki a mai értelemben vett óriásplakát-iparág. A hagyományos értelemben vett óriásplakátok mérete 12 nm. A legelső táblák felépítése 1989-ben történt. Az

ekkor piacra lépő hazai és nemzetközi szereplők a hatályos hatósági engedélyezési eljárások keretében — az illetékes hatóságok jóváhagyásával — fektették le az iparág alapjait.

A ma meglévő kiemelt kategóriás eszközök meghatározó része e folyamat során, jogszerűen telepített struktúraként áll fenn. A legrégebben települt óriásplakátok az akkori szabályozás szerint még építési engedéllyel épültek, később erre már nem volt szükség.

Az óriásplakát hirdetői köre a reklámeszközök közül a legszélesebb: a kategóriát élelmiszer- és italgártók, autóipari cégek, pénzügyi intézmények, kiskereskedelmi láncok, gyógyszercégek, kulturális intézmények és szórakoztatóipari szereplők egyaránt rendszeresen igénybe veszik.

Szemben egyes prémium formátumokkal, az óriásplakát a hazai kis- és középvállalkozások, helyi rendezvények és közintézmények, civil szervezetek (pl 1% felajánlása) számára is az egyik legköltséghatékonyabb és legszélesebb elérésű tömegkommunikációs eszközt jelenti.

Az óriásplakátok a köztéri reklámozás (ezen nem feltétlenül közterületet értünk, más szóhasználat szerint outdoor (és indoor) vagy OOH (out of home) legjelentősebb ága, az eszköz jelentős korlátozása vagy tiltása alapjaiban változtatja meg a köztéri reklámozást, az abban szerepet vállaló cégek helyzetét, jövőjét, lehetőségeit, amely rengeteg jogi (alkotmányos, verseny, stb), gazdasági, szociális következménnyel jár.

A kategória az elmúlt évtizedekben két markáns technológiai fejlődési irányt mutatott. Az első ütemben a statikus papírplakátot a mechanikus forgású prizma- és rollup-rendszerek váltották fel, amelyek egyetlen fizikai struktúrán három különböző hirdetés egyidejű megjelenítésére tesznek alkalmassá, ezzel érdemben növelve a felület reklámkapacitását anélkül, hogy a struktúrák száma nőtt volna. Megjelentek később óriásplakát méretű backlight-ok is.

A második ütemben — a korszerűsítési eljárás jogi keretein belül, tudomásulvételi eljárást követően — a jogszerűen telepített eszközök egy részét nagyformátumú LED-alapú digitális berendezésre cserélték, amelyek dinamikus tartalomkezelésre, valamint napszak-, időjárás- és helyszínalapú hirdetési optimalizálásra alkalmasak, és egyetlen fizikai struktúra egyszerre több hirdető számára is kiszolgálható. E folyamat jelenleg is tart. E fejlesztési lépés nem bővítette a reklámszerkezet-állományt, hanem annak technológiai megújítását valósította meg — a berendezések telepítése minden esetben hatósági tudomásulvételi eljáráson ment keresztül.

A 2017 után, érvényes településképi engedéllyel telepített digitális utcabútorok szintén ebbe a fejlődési ívbe illeszkednek: műsoridejük egyharmadán közcélú kommunikációt futtatnak, ami a közszolgálati tartalom terjesztéséhez is hozzájárul, miközben a kereskedelmi reklámpiacon is funkciót töltenek be.

A jogszerűen telepített óriásplakátok és digitális berendezések esetében az általános területi alapú reklámkorlátozás visszaható hatályú lenne: az elhelyezés idején hatályos szabályok szerint kiadott egyedi hatósági engedélyeket és jogszerűen elvégzett befektetéseket semmisítené meg. Az MRSZ OOH Tagozat ezért az A és C kategóriás eszközökre vonatkozóan is a felmenő rendszerű alkalmazást javasolja: a reklámtilalmi zónák és esetleges további korlátozások kizárólag az újonnan létesítendő, korábban egyedileg nem engedélyezett felületekre vonatkozzanak.

Az MRSZ OOH Tagozat hangsúlyozza, hogy a szektor szereplői az NMHH reklámkataszter bevezetésével aktívan együttműködtek a hatósági nyilvántartás felépítésében, és készek a szabályozás további fejlesztésében is konstruktív partnerként részt venni — azzal a feltétellel, hogy a jogszerűen szerzett pozíciók védelme a megújuló szabályozási keretben is érvényesül.

Kategória definíciók:

Óriásplakát (billboard): olyan, legalább 5,04 m × 2,38 m, legfeljebb 15 m² méretű reklámeszköz, amelynek frontoldalán papír vagy fólia alapú reklám helyezhető el ragasztásos, festett, feszített ponyva vagy digitális technológiával, és amely lehet önállóan tartószerkezeten álló vagy falra, kerítésre, építményre szerelt, egyedül vagy csoportban álló;"



Digitális nagyformátumú reklámeszköz: 7- 15 nm-es, 2017 előtt szabályosan telepített óriásplakát helyére, szabályosan korszerűsített, tudomásulvételi eljárás lefolytatását követően telepített nagyformátumú digitális reklámeszközök



Digitális Utcabútorok: 7-15 nm-es, 2017 után, érvényes településképi engedéllyel, közterületre telepített nagyformátumú digitális utcabútor, amelyek műsoridejének harmadán közcélú kommunikáció fut.



javaslatunk szerint az átmeneti időszakban a fent felsorolt eszközökön a reklám közzététel megengedett.

8.7.2. Tetőreklámok

A tetőreklám világszerte, így Európa nagyvárosaiban is széles körben használt reklámeszköz, mely mind hagyományos, mind modernizált kivitelben jól illeszkedik a városképbe

A tetőreklámok jellemzően azon nagy magyar és nemzetközi cégeket szolgálják ki, akiknek image szempontból stratégiai fontosságú a magyar jelenlét (Budapesten jelenleg is látható ikonikus fényreklámok pl. Samsung, LG, Richter Gedeon, Stihl, Rolex, stb.). **Ezek hosszú távú (3-5-10 éves) szerződésekkel rendelkező reklámeszközök, melyek az elmúlt 100 évben szerves részévé váltak a városképnek.**

A tetőreklám mentes a politikai hirdetésektől is — ezt a tudatosan vállalt öncenzúra mellett a Társasházakkal kötött bérleti szerződések többsége is előírja — soha nem voltak ezeken láthatóak gyűlöletkeltő reklámok, sem egyéb politikai hirdetések.

A tetőreklámok sajátosságaiból adódóan (hosszú távú szerződések, jelentős beruházási költségek, nemzetközi ügyfélkör) ezen reklámeszközök mindegyike építési engedéllyel (ill. a későbbiekben tudomásulvétellel) rendelkezik, melynek során egyedileg került elbírálásra az adott tetőreklám elhelyezése, kialakítása és mérete — sőt számos esetben a Kulturális Örökségvédelmi Hivatal hozzájárulásával, az örökségvédelmi szakemberek által meghatározott módon kerültek elhelyezésre.

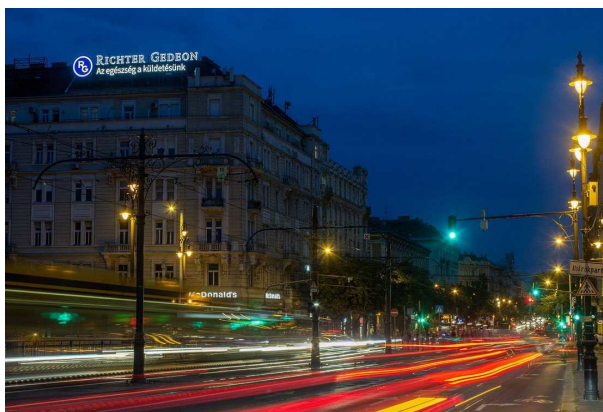
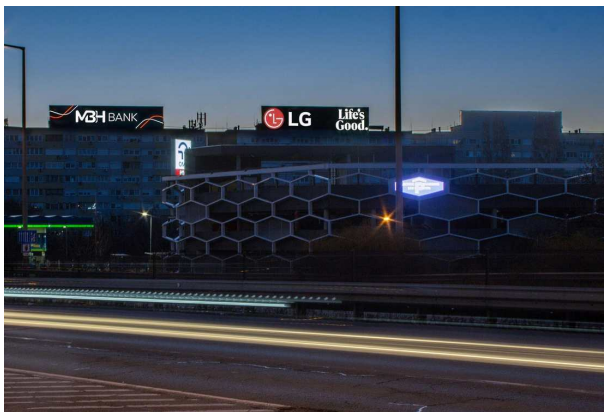
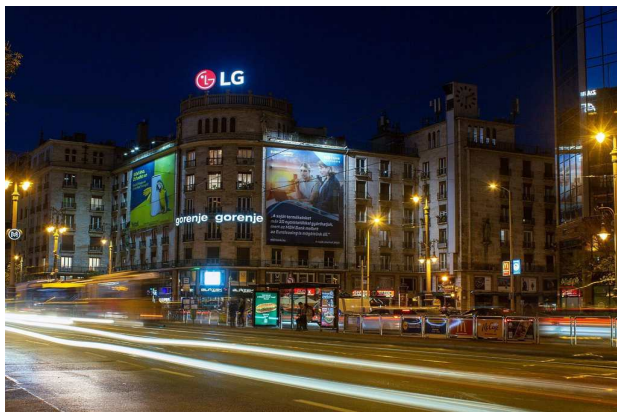
Az Oktogon tér esetében például a Kulturális Örökségvédelmi Hivatal, a VI. kerületi főépítész, és a konkurens piaci szereplők együttműködése eredményeként alakult ki a jelenlegi állapot, mely szerint a korábbi 3-3 db tetőreklám helyett mindegyik épületen csupán 1 db tetőreklám látható — ezzel az érintett tetőreklám cégek a településképi és örökségvédelmi szempontoknak megfelelően drasztikusan csökkentették a reklámeszközök számát a rendezett városkép érdekében ott, ahol már a századfordulón is voltak fényreklámok a tetőkön.

Összességében tehát elmondható, hogy a Méptv. és annak módosítása által is engedélyezett tetőreklámok mind történelmileg, mind elhelyezésüket és megjelenésüket tekintve illeszkednek a városképbe. Jól látszik, hogy mivel ez egy rendezett piac, a törvényhozó sem állt elő szigorítási elvárásokkal. Ha ma lenézünk Budapestre a Várból, vagy a pesti rakpartról felnézünk Budára, semmiféle zavaró látvány nem jelenik meg a tetőkön.

Tekintettel arra, hogy a tetőreklámok korábban építési engedélyek (ill. a későbbiekben tudomásulvétel) alapján épültek, az általános területi alapú reklámkorlátozás ellentétes lenne az illetékes Önkormányzat által korábban kiadott egyedi engedélyekkel. Ennek feloldására a reklámtilalmi zónák felmenő rendszerben — azaz kizárólag az újonnan létesítendő, korábban egyedileg nem engedélyezett tetőreklámokra — történő alkalmazását javasoljuk, elkerülve a visszamenőleges korlátozás miatti kártalanítási pereket, különös tekintettel arra, hogy talán ez a közterületi reklámpiac legrendezettebb szegmense.

A meglévő tetőreklámok tartószerkezetén elhelyezett reklám cserélhető, módosítható vagy átalakítható, a meglévő tetőreklám átépíthető vagy korszerűsíthető. Az átépített vagy korszerűsített **tetőreklám a városközponti területeken javaslatunk szerint maximum 4 m, azon kívül maximum 6 m magasságú legyen!** Ezen méretkorlátozást célszerűnek tartanánk bevezetni, mivel a jelenleg érvényben lévő kormányrendelet a méretkorlátozást elég szerencsétlenül a reklámhálókkal azonosan 800nm-ben adja meg. Ugyan senki nem élt vissza ezzel a szabályozással, de a mi javaslatunk ennél lényegesen szigorúbb, az a törvényhozó által elfogadott jelen állapotok, méretek (még észlelhető, olvasható) megőrzésére irányul és nem enged elrugaszkodott méretű reklámokat, ennél kisebb méretkorlát viszont olvashatatlaná teszi a reklámot a tetők magasságában.

Tájékoztatásul megjegyezzük, hogy a kormány felhívására a tetőreklámos cégek szinte a teljes állományuk energiafogyasztását a Paksi atomerőmű leállása miatt kialakult energia krízisben szinte a nullára redukálták.



8.7.3. Épülethálók, építési reklámhálók, reklámhálók és tűzfalak

Az épületfelújításokat kötelező módon egészítik ki azok a porvédő hálók, amelyek hatalmas, monoton, szürke (vagy zöld...) faltjai nehezen tudnának a városkép üde színfoltjaivá válni. Szerte a világban használják ezeket a hatalmas felületeket reklámozásra is, hogy a funkció mellett párhuzamosan némi bevételhez segítsék az építető lakóközösséget. Európa szerte megszokott a látványuk - és annak ellenére, hogy városról városra különböző módon szabályozzák a használatukat, a helyileg konzekvens keretek miatt nincsen meg a szemlélőben a rendezetlenség érzése.

Az MRSZ OOH Tagozataként érzékeljük a reklámhálók és építési reklámhálók megnövekedett száma miatti vizuális reklámteher negatív hatásait. Éppen ezért szigorú - de a felújítandó társasházak érdekeit is figyelembe vevő - szabályozást tartunk indokoltnak.

Ennek vezérelvei:

- Kizárólag építkezéshez, felújításhoz kapcsolódva lehet reklámhálót kihelyezni
- A fenti célok mentén kihelyezett hálók teljes időtartama a felújítás valós időtartama - de maximum 24 hónap
- A reklám elhelyezés időtartama - a fenti maximum 24 hónapon belül - 12 hónap
- Az építési védőháló maximális mérete a felújítás alatt álló épület homlokzati méretével megegyező
- Ezen belül a reklámháló maximális nagysága a háló teljes méretének 60%-a (a háló többi részén az építés/felújítás alatt lévő épület homlokzatának vázlatos rajzát kell feltüntetni).
- Ugyanazon épületet 5 éven belül nem lehet reklámháló igénybevétele mellett felújítani.
- Két reklámháló közötti minimális védőtávolság: 200 m

Fontosnak tartjuk a reklámháló médiacsoport részeként a tűzfal reklámokat külön kezelni. Ezek egyrészt számosságukat tekintve sem jelentősek, de ráadásul esetükben még logikusabb az a következtetés, hogy ezek a reklámok egy egyébként nem feltétlenül esztétikus falfelületnek adnak egy kis színt. Ráadásul vannak olyan felületek, amelyek brandingelt image kreatívot hordoznak, amelyek az adott környezethez igazodva járulnak hozzá a város színes megjelenéséhez.

Fontos szempont a már nem használt reklámhálók környezeti terhelése.

A piacon ma már elérhetők olyan PVC-mentes reklámhordozó anyagok, amelyek nagyformátumú kültéri felhasználásra, építési reklámhálókhoz és tűzfalreklámokhoz is alkalmasak. A PVC-mentesség azonban önmagában nem jelent automatikusan sokkal kisebb környezeti lábnyomot. Ezért elsősorban olyan alternatívák alkalmazását indokolt ösztönözni, amelyek környezeti teljesítményét független vagy harmadik fél által ellenőrzött, termékspecifikus életciklus-értékelés – LCA – támasztja alá.

Az iparági tapasztalatok alapján a magyar nagyformátumú nyomdaipar műszakilag felkészült az átállásra. Több hazai pilotprojekt valósult már meg, és már van olyan nagyvállalati megrendelő – bankszektor szereplő – 2026-ban már PVC-mentes alapanyagot követel meg építési reklámhálós megjelenéseinél. A piac akár 3–6 hónap alatt képes lenne alkalmazkodni az új követelményekhez.

Nemzetközi példaként Tallinn 2025-ben úgy döntött, hogy 2026. január 1-jétől megtiltja a PVC reklámfelületi anyagként történő használatát. A rendelkezést 2026 áprilisában hatályon kívül helyezték, mert az észti igazságügyi kancellár megállapítása szerint a helyi önkormányzat nem rendelkezett megfelelő jogalkotási felhatalmazással. Az észti állásfoglalás ugyanakkor nem vitatta a környezetvédelmi cél indokoltságát. Kifejezetten rögzítette, hogy Tallinn országos szabályozás kezdeményezését javasolhatja az illetékes minisztériumnak.

A közterületi reklámokat érintő jelenlegi jogalkotási folyamat lehetőséget biztosíthat arra, hogy Magyarország fokozatosan korlátozza a PVC-tartalmú, rövid élettartamú reklámfelületek alkalmazását. Egy ellenőrizhető és technológiásmentes szabályozás környezetvédelmi szempontból előremutató, az iparág számára pedig kiszámítható fejlesztési irányt jelentene.

Kapcsolódó források

- [Brit felhasználási példa – Embrace Building Wraps és KAVALAN](#)
- [A KAVALAN PVC-mentes anyagcsalád bemutatása](#)
- [Iparági reakció – Metroprint Systems](#)

Szemléltető példák reklámháló kihelyezéséből finanszírozott felújításokra:

Az alább látható 3 reklámháló helyszín ugyan a lokációjukra való tekintettel kifejezetten előnyös helyzetben van, de ez nem von le annak a több tízmilliós - reklám értékesítésből származó - bevételnek a jelentőségéből, amelyet lift-, vízvezeték-, csatorna-, tető-, stb. felújításra tudtak költeni. A házak a következő értékben tudtak az ilyen irányú bevételből korszerűsítésre költeni az évek során:

- Oktogon tér 1.:
 - Külső- és belső homlokzat felújítása: 60 mFt
 - Lift felújítása: 9 mFt
 - Vízvezeték rendszer cseréje: 5,5 mFt
 - Csatornahálózat felújítás (eddig, folyamatban): 1,9 mFt
 - Tető felújítás (eddig, folyamatban): 7 mFt
 - Összesen: 83,4 mFt
- Andrassy út 49.:
 - Homlokzat felújítás: 30 mFt
 - Felvonó felújítás: 15 mFt
 - Gázvezeték hálózat csere: 14,5 mFt
 - Vízvezeték csere (eddig, folyamatban): 4,5 mFt
 - Csatornahálózat felújítás (eddig, folyamatban): 3,45 mFt
 - Tető felújítás: 8,5 mFt
 - Elektromos hálózat korszerűsítése: 9,65 mFt
 - Összesen: 58,6 mFt
- Vörösmarty u. 6.:
 - Homlokzat felújítás: 19 mFt
 - Tetőszerkezet és -fedés felújítás: 19 mFt
 - Gázvezeték felújítás: 5,6 mFt
 - Elektromos hálózat felújítás: 14,9 mFt
 - Összesen: 58 mFt



Az alábbi képek pedig régós nagyvárosokban készültek. Jól látszik az, hogy a teljes felületnek csak egy részét foglalja el a reklám, a többi részen a készülő homlokzat vonalas rajza látható.



8.7.4. Óriásplakátnál nagyobb reklámeszközök

Nagyméretű egyedi reklámeszköz: óriásplakátnál nagyobb méretű – reklámhálónak, építési reklámhálónak vagy tetőreklámnak nem minősülő –, közterületen vagy közterületről látható magánterületen elhelyezett reklámeszköz, amely lehet önállóan tartószerkezeten álló vagy falra, kerítésre, építményre szerelt, egyedül vagy csoportban álló.

Javaslatunk egyezik a hatályos **476/2024 (XII.31.) kormányrendeletben** foglaltakkal. Azaz, csak 8 m x 4 m és 10 m x 5 m-es, egységesített formában legyen engedélyezve 2026. október 1-től. Az egységesítés eredményeként sokkal rendezettebb összképet alkotnának ezek a reklámberendezések.

M1-M7 közös bevezető (jelenlegi állapot):



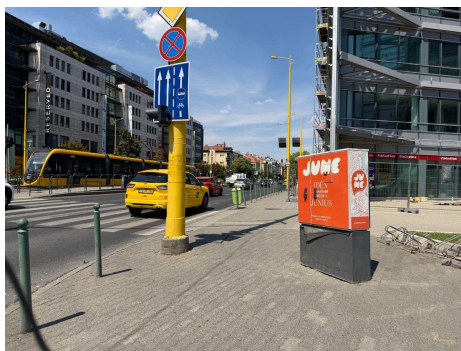
M1-M7 közös bevezető (szabályozás utáni állapot):



8.7.5. Kisméretű egyedi reklámeszközök

Kisméretű egyedi reklámeszköz: citylight reklámeszköznél kisebb méretű (2 nm) reklámeszköz, amelynek frontoldalán papír vagy fólia alapú reklám helyezhető el ragasztásos, festett vagy digitális technológiával, és amely lehet önállóan tartószerkezeten álló vagy falra, kerítésre, építményre szerelt, egyedül vagy csoportban álló;

Javaslatunk: egyetértünk a jogalkotó szándékával abban, hogy az ilyen típusú eszközökön ne lehessen reklámot közzétenni 2026. október 1-től.



8.7.6. Útbaigazító célú, vegyes méretű reklámtáblák

Útbaigazító, vegyes méretű reklámtáblák: 83/2004. (VI. 4.) GKM rendelet

a közúti jelzőtáblák megtervezésének, alkalmazásának és elhelyezésének követelményeiről - rendeletileg meghatározott fogalom szerint: Függelék:

r) Útbaigazító jelzőtábla: a járművezetők utazás közbeni eligazítására vagy egyéb hasznos tájékoztatással való ellátására szolgáló – útmutató (útirány-előjelző, útirányjelző, útvonal-megerősítő, útagonosító), helymeghatározó, utaló, rávezető és terelő – jelzőtábla.

Javaslatunk: egyetértünk a jogalkotó szándékával abban, hogy az ilyen típusú eszközökön ne lehessen reklámot közzétenni 2026. október 1-től. Ugyanakkor elfogadhatónak tartjuk, hogy az önkormányzatok a HÉSZ keretében engedélyezzék ezeket az eszközöket.

Kandeláber hirdetés és korlát reklám



Útbaigazító reklámtáblák — egységesítési javaslat

Az MRSZ OOH Tagozat egyetért azzal a jogalkotói szándékkal, hogy az útbaigazító jelzőtáblákon 2026. október 1-jétől ne legyen közzétehető kereskedelmi reklám, és elfogadhatónak tartja, hogy az önkormányzatok a helyi építési szabályzat (HÉSZ) keretében továbbra is engedélyezhessék e táblák elhelyezését. Az egységes és visszaélésektől mentes alkalmazás érdekében azonban az MRSZ az alábbi tartalmi, formai és elhelyezési követelmények egyidejű rögzítését javasolja.

Tartalmi szempontból az útbaigazító tábla kizárólag a megjelölt cél nevét, irányát és megközelítési távolságát tartalmazhatja. Promóciós szöveg, ár, szlogen, termékfotó és QR-kód nem szerepelhet. A vállalkozás logója akkor és olyan mértékben engedélyezhető, ha az az úticél egyértelmű azonosítására szolgál, és nem foglalja el a táblafelület 25 százalékánál nagyobb részét.

Formai szempontból az MRSZ a 83/2004. (VI. 4.) GKM rendeletben meghatározott jelzőtábla-esztétikával összhangolt, kötelező vizuális sablonrendszer bevezetését javasolja. A sablon meghatározza a kötelező háttérszínt a célkategória szerint (turisztikai, ipari, vendéglátó stb.), a betűtípust, a nyílelemet és a maximális méretmodulokat. Az ettől eltérő kialakítású tábla útbaigazítóként nem minősíthető.

Elhelyezési feltételként az útbaigazító tábla kizárólag tényleges navigációs döntési pontnál — kereszteződésnél, elágazásnál, parkoló bejáratánál — helyezhető el. Ahol nincs valós navigációs funkció, ott az eszköz útbaigazítóként nem engedélyezhető.

A visszaélések megelőzése és a hatósági végrehajthatóság érdekében az MRSZ önkormányzati nyilvántartási kötelezettség bevezetését javasolja: minden engedélyezett tábla esetén rögzíteni szükséges a megjelölt célvállalkozást, az irányt és az elhelyezés pontos helyét. Ha a megjelölt vállalkozás megszűnik vagy az adott helyszínről elköltözik, a tábla engedélye automatikusan hatályát veszti, és az eszközt el kell távolítani.

E négy feltétel — kizárólagos tartalom, kötelező vizuális sablon, funkcionális elhelyezési kööttség és nyilvántartási kötelezettség — együttesen biztosítja, hogy az útbaigazító tábla kategóriája a jogalkotói szándéknak megfelelően valódi tájékoztatási funkciót töltsön be, és ne váljon alternatív reklámfelület-típussá.



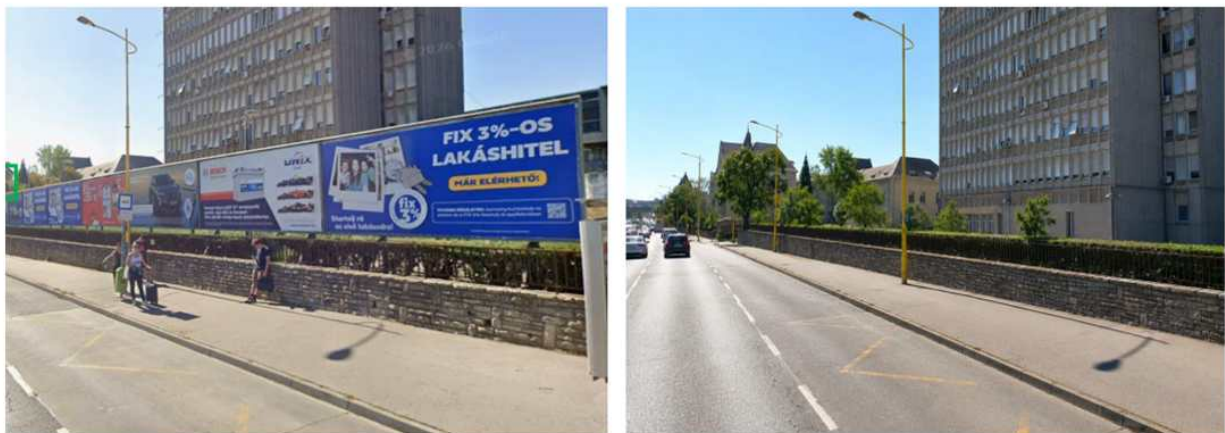
9. C pillér – Önkéntes bontás és ösztönző rendszer

9.1. Sortáblák és táblaerdők önkéntes ritkítása

Az illegális reklámeszközök kötelező elbontásán túl ösztönözni kell a jogszerű, de jelentős reklámzajt okozó felületek önkéntes ritkítását is. Azok a felülettulajdonosok, akik önkéntesen ritkítják vagy elbontják sortábláikat, valamint a zsúfolt, jelentős reklámzajt okozó táblaerdőket, lehetőséget kaphatnak arra, hogy az érintett önkormányzat közigazgatási területén, közterületen helyezzenek el reklámtáblát.

Az új felületek elhelyezésének feltétele a kötelező településképi eljárás lefolytatása, az önkormányzat hozzájárulása és közterület-használati díj fizetése. A rendszer ezáltal a településképi javítása mellett többletbevételt is biztosít az önkormányzatok számára.

Példa a sortáblák bontására:



9.2. Magánterületi felületek közterületre történő áthelyezése

Az illegális reklámeszközök kötelező elbontásán túl ösztönözni kell a jogszerű, de jelentős reklámzajt okozó felületek önkéntes ritkítását is. Érdekeltek legyenek a felülettulajdonosok abban, hogy önkéntesen ritkítsák vagy elbontsák sortábláikat, valamint a zsúfolt, jelentős reklámzajt okozó táblaerdőket. Kapjanak lehetőséget arra, hogy az érintett önkormányzat közigazgatási területén, közterületen helyezzenek el reklámtáblát.

Az új felületek elhelyezésének feltétele a kötelező településképi eljárás lefolytatása, az önkormányzat hozzájárulása és közterület-használati díj fizetése. A rendszer ezáltal a településképi javítása mellett többletbevételt is biztosíthat az önkormányzatok számára.

9.3. Lehetséges ösztönző modellek ötlete

Ösztönző és jogosultsági modellek		
Négy lehetséges konstrukció – működési logika és ellenőrzési szempontok		
MODELL	MŰKÖDÉSI LOGIKA	ELLENŐRZENDŐ FŐ SZEMPONT
01  Cserearány	Meghatározott számú vagy pontértékű régi felület bontásáért korlátozott számú új felület létesíthető.	 Nettó felületcsökkenés • díjbevétel piaci koncentráció
02  Pontozás	A bontás, az elhelyezés, a minőség és a közérdekű vállalat egyaránt pontszámot ad.	 Átláthatóság és ellenőrizhetőség
03  Időben korlátozott jog	Az átmeneti időn túl meghatározott idejű továbbműködési jogosultság.	 Jogbiztonság kivezetési kockázat
04  Önkormányzati pályázat	Közterületi helyek versenyeztetett, díjfizetéshez kötött használata.	 Verseny • településképi eredmény önkormányzati bevétel
 A modellek eltérő módon kapcsolják össze a bontást, az új jogosultságot és az ellenőrizhetőséget.		

10. A törvényben és kormányrendeletben engedélyezhető reklámfelületek köre

A 2023. C. tv értelmében:

(3) Reklám – közterületen vagy közterületről látható magánterületen – kizárólag utcabútoron, tetőszerkezethez rögzített reklámhordozót tartó berendezésen és a (4) bekezdésben foglaltak figyelembevételével kormányrendeletben meghatározott **egyéb reklámeszközön** helyezhető el. Kormányrendelet állapítja meg az elhelyezhető reklámeszközöknek a település közigazgatási területén belüli elhelyezhetőségi követelményeit.

Javaslatunk, a **476/2024 (XII.31.) kormányrendeletben** az alábbi “egyéb reklámeszközök” szerepeljenek:

- Szabályosan elhelyezett óriásplakáton és nagyformátumú korszerűsített digitális reklámeszközön, amely megfelel e rendelet és a helyi önkormányzati rendelet szabályozásainak.
- Szabályosan elhelyezett nagyméretű reklámeszközön, amely megfelel e rendelet és a helyi önkormányzati rendelet szabályozásainak.
- Szabályosan, tűzfalon elhelyezett molinó, reklámfestés, feszített reklámháló vagy egyéb reklámhordozó anyag, amely megfelel e rendelet és a helyi önkormányzati rendelet szabályozásainak.
- Szabályosan, önállóan elhelyezett 1 vagy 2 oldalas, törvényben megfogalmazott citylight reklámeszköz, amely megfelel e rendelet és a helyi önkormányzati rendelet szabályozásainak. (Módosítani szükséges a 2023. évi C törvény 104. § (4) bekezdését.)
- E rendelet értelmében szabályosan elhelyezett építési reklámhálón.

Építési reklámháló definíciója, valamint az építési reklámhálókra vonatkozó szabályozás egészüljön ki:

24. *építési reklámháló*: építmény, építményrész, épületegyüttes megépítése, átalakítása, bővítése, felújítása, helyreállítása, korszerűsítése, karbantartása, javítása, lebontása, elmozdítása érdekében végzett építési-szerelési vagy bontási munka során az e munka folyamatait legalább részben elfedő **állványzaton elhelyezett** reklámhordozó.

4.§ (3) Az építési reklámháló kihelyezését és leszedését elektronikus építési naplóban rögzíteni kell. Egy ingatlan esetében 5 évente legfeljebb 1 alkalommal, a kivitelezés időtartama alatt, de maximum 24 hónapig megengedett építési háló elhelyezése, amiből az építési hálót legfeljebb 12 hónapig lehet reklámközzététel céljából használni, az országos reklámkataszterbe történő bejegyzés mellett.

Az önkormányzati rendeletek megalkotásához egységes jogalkotási és módszertani keret kialakítása szükséges. (ld. ezzel kapcsolatban az 4. sz. mellékletben csatolt javaslatot)

Digitális megjelenítési technológiát alkalmazó reklámeszközökre vonatkozó speciális szabályozások

Az MRSZ OOH tagozata támogatja a digitális reklámberendezések terjedését a következő indokok miatt:

- 1.) Egy digitális berendezés a rotációs megjelenítés révén akár 4 hirdetőt is kiszolgálhat egyidejűleg, ami a szükséges reklámstruktúrák számát csökkentheti.
- 2.) A digitális reklámhordozók fizikai anyagfelhasználása és cseréjének logisztikai terhe lényegesen alacsonyabb, mint a hagyományos ragasztott plakátoknál — az ezzel járó hulladékképződés és szállítási kibocsátás hirdetőnként kisebb
- 3.) A technológia által kiszolgálható a modern piaci igényeknek megfelelő digitális reklámpiac, így a hazai cégek hazai GDP-t növelnek, nem pedig az u.n. globális szereplőknél költenek (Meta, Google, TikTok)

A fenti pozitív hatásokat értelemszerűen a magasabb figyelem indukálja, ezért nagyon fontos erre speciális, a hagyományos reklámoknál szigorúbb szabályokat alkotni.

Itt nem tettünk különböző alternatívák közötti javaslatot, mert ezen szigorításokban nem lehet kompromisszum:

Közlekedésbiztonsági előírások

- a.) Vasúti átjárótól 150 méteres távolságon belül digitális reklám nem helyezhető el
- b.) Körforgalom bejáratától 50 méteres távolságon belül digitális reklám nem helyezhető el.
- c.) Közlekedési lámpával nem védett gyalogosátkelő előtt és után 20 méteren belül nagy formátumú digitális reklám nem helyezhető el.
- d.) Olyan útszakasz mellett, ahol a megengedett legnagyobb sebesség 70 km/h-nál nagyobb, ott digitális reklám nem helyezhető el.

Megjelenített tartalomra vonatkozó előírások

- e.) A megjelenített tartalom nem lehet villódzó, káprázást okozó. Animált tartalom csak a teljes képernyő egy részén jelenhet meg úgy, hogy az animált rész háttere statikus,

vagy lassan változó. Valós idejű videó csak rövid ideig, a lassú mozgásokat tartalmazva a képernyőt nem teljesen kitöltve jelenhet meg.

Amennyiben a videó gépjárművet, vagy más egyéb közúti forgalomban előforduló járművet tartalmaz, úgy a megjelenített jármű nem mozoghat vagy nem lehet meganimálva oly módon, hogy az a gépjárművezetőket megtéve, megijessze vagy elterelje a figyelmüket a vezetéstől.

Üzemidőre és technológiára vonatkozó előírások:

- f.) Digitális reklámeszközökön animált tartalmat kizárólag reggel 6.00 és este 22.00 között lehet megjeleníteni. Az animált tartalom megjelenítésének hosszát a helyi önkormányzat a helyi adottságokhoz igazodva rövidítheti.
- g.) A digitális reklámeszközök automatikus fényerő szabályozással kell rendelkezzenek. A túlságosan fényes berendezések fényerejét az Önkormányzat vagy közútkezelő kérésére a reklámeszköz tulajdonosának csökkentenie kell.

11. Külföldi szabályozási példák

A külföldi tapasztalatok kiválasztásánál három feltétel érvényesült: összehasonlítható városszerkezeti és adminisztrációs adottságok, a magyar javaslatához közvetlenül kapcsolódó szabályozási elemek megléte, valamint elsődleges jogszabályi forrással ellenőrizhető megvalósítás. E feltételek alapján Krakkó (Lengyelország), Bécs (Ausztria) és Franciaország (nemzeti szint) kerültek összehasonlításra.

Krakkó 2020 februárjában fogadta el tájrendeletét (uchwała krajobrazowa), amely a várost három területi zónára osztja. Az I. zónában (történelmi belváros és UNESCO-védőövezet) önálló reklámhordozó nem telepíthető; a II. zónában (lakóterületek, Nowa Huta, Zwierzyniec, Krowodrza kerületek) szintén tilos az önálló óriásplakát; a III. zónában (kereskedelmi és gazdasági területek) 12–18 m² mérethatárral engedélyezett. A rendelet 2022 júliusától vált teljesen kikényszeríthetővé, azaz kétéves átmeneti időt biztosított. A bírság mértéke napi 122 PLN/m². *Forrás: Uchwała nr CXII/2919/18 Rady Miasta Krakowa (2018. jún. 6.); hatályba lépés: 2020. február 26.*

Bécs szabályozása két ponton releváns. A Bezirk-alapú területi differenciálás az 1. kerület (Innere Stadt, UNESCO) esetén lényegében kizárja az új nagy formátumú reklámfelületeket; a kereskedelmi kerületekben engedélyezett, de hatósági előzetes bejelentéshez kötött. Emellett az osztrák Werbeabgabegesetz (2000) alapján a reklámozó 5%-os adót fizet a köztéri reklámfelületek bérleti díja után, amelynek bevételei az önkormányzati költségvetésbe folynak — ez közvetlenül megfeleltethető a C pillér önkormányzati díjfizetési modelljének. *Forrás: Werbeabgabegesetz, BGBl. I Nr. 29/2000; Bauordnung für Wien §§ 62–65.*

Franciaország a Code de l'Environnement L.581-1. és azt követő cikkei alapján egységes, de a településméretehez igazított rendszert alkalmaz. Belterületen kívül a reklám teljes egészében tilos. Belterületen két egymáshoz közeli tábla elhelyezése azonos úton legfeljebb 50 méteres védőtávolsággal engedélyezett. Digitális felületekre 2013 óta éjszakai megvilágítási tilalom vonatkozik (1:00–6:00 között lekapcsolási kötelezettség), a digitális eszközök szabályozásának kialakításakor ez közvetlenül alkalmazható elem. *Forrás: Code de l'Environnement L. 581-1–581-45.; Décret n° 2012-118.*

Lengyelországi példák (előtte-utána):



Külföldi példák – összehasonlító áttekintés

Reklámszabályozási minták: Krakkó, Bécs és Franciaország

 Szempont	 Krakkó (PL)	 Bécs (AT)	 Franciaország
 Zónázás alapja	3 területi zóna: örökség / lakó / kereskedelmi-ipari	Kerület (Bezirk) szerinti differenciálás	Nem zónalapú; méretszabályok településméret szerint lépcsőzöttek
 Távolsági korlát	Nincs méterszabály; zónánkénti sűrűségkorlátozás	Nincs egységes méterszabály	50 m azonos úton (belterületen)
 Mérethatár	I–II. zóna: tilalom; III. zóna: 12–18 m ²	Örökségi zóna: 0 m ² ; kereskedelmi: korlátozott	12 m ² (10 000 fő alatt) → 16 m ² (100 000 fő felett)
 Digitális felületek	Külön nem szabályozott	Külön engedélyköteles	Éjszakai lekapcsolás: 1:00–6:00
 Átmeneti időszak	2 év (2020–2022)	Folyamatos rendszer	Típusonként eltérő, fokozatos
 Önkormányzati díj	Nincs	Werbeabgabe: 5% reklámadó	Nincs közvetlen díjmodell
 Jogszabályi forrás	Uchwała CXII/2919/18	Werbeabgabegesetz BGBl. I Nr. 29/2000	Code de l'Environnement L.581-1



A három példa eltérő logikát követ: **Krakkó** zónalapú, **Bécs** kerületi differenciálásra épül, **Franciaország** pedig településméret szerinti szabályozást alkalmaz.

12. Konkrét kormányzati intézkedési igények

- A Törvény szükséges módosításának előkészítése a végrehajtható átmeneti idő és az intézményi rendszer biztosítására.
- A kormányrendeletben engedélyezhető, feltételes és tiltott reklámfelület-kategóriák pontos rögzítése.
- Az önkormányzati rendeletek felülvizsgálatához egységes jogalkotási és módszertani keret kialakítása.
- A kormányhivatalok felkérése a vitatott vagy jogszerűtlen felületek tudomásulvételi és jogi státuszának felülvizsgálatára, különösen a 2017 után telepített óriásplakátok, épülethálók és más kiemelt kategóriák esetében.

- Az NMHH- és más állami adatbázisok szabályozott hozzáféréseinek, összekapcsolásának és frissítésének biztosítása.
- A Magyar Közterületi Reklám Kamara létrehozásához és működéséhez szükséges jogi felhatalmazás vizsgálata.
- Közös minisztériumi–hatósági–önkormányzati–kamarai munkacsoport és rendszeres döntési fórum létrehozása.
- A bontási, ellenőrzési és adatkezelési feladatok felelőseinek, finanszírozásának és határidejének kijelölése.

13. Megvalósítási ütemterv

Ez a fejezet a javasolt intézkedések későbbi végrehajtási időrendjét mutatja be.

Szakasz	Határidő	Fő kimenet	Fő felelős
Előkészítés	2026. augusztus – szeptember	Adatmódszertan, jogi kérdéslista, intézményi egyeztetés.	MRSZ OOH, jogi és szakmai munkacsoport
Első mérföldkő	2026. október 1.	Az illegális felületek adatbázisának első, validált változata.	MRSZ OOH / OMA / adatgazdák
Azonnali piacrendezés	2026. december 31.	Bontási határidő, kamarai rendszer és nyilvántartás jogi-szervezeti alapjai.	Kormányzat, hatóságok, önkormányzatok, szakma
B pillér véglegesítése	2026. december 31.	A teljes piacra és a hat médiatípusra vonatkozó szakmai szabályozási javaslat.	MRSZ OOH és hat médiamunkacsoport
Jogalkotás és felkészülés	Párhuzamosan	Törvény/kormányrendelet/önkormányzati szabályok, rendszerfejlesztés, tájékoztatás.	Kormányzat és érintett szervek
Átmenet és C ösztönzők	3–5 év	Áthelyezés, átalakítás, önkéntes ritkítás, ütemezett bontás és nyomon követés.	Piaci szereplők, önkormányzatok, kamara
Végállapot	Átmeneti idő lejárt	Rendezett felületállomány és folyamatos kamarai/hatósági kontroll.	Valamennyi érintett



14. Mellékletek

1. KÍSÉRŐLEVÉL - MRSZ OOH támogatók felsorolása
2. ÖSSZEFOGLALÓ - A kültéri reklámszabályozás törvényi keretrendszerével (Méptv.) kapcsolatos aggályokról
3. ÖSSZEFOGLALÓ - A kültéri reklámszabályozás (Méptv./Rendelet) jogi értékeléséről
4. JAVASLAT - Önkormányzati rendeletalkotás kereteinek szabályozására
5. NYILATKOZAT - Reklámbevételből megvalósított társasházi felújításról (Oktogon tér 1.)
6. NYILATKOZAT - Reklámbevételből megvalósított társasházi felújításról (Andrássy út 49.)
7. NYILATKOZAT - Reklámbevételből megvalósított társasházi felújításról (Vérmező u. 6.)

Kísérőlevél az MRSZ OOH Tagozat által készített, "Szakmai javaslatok a közterületi reklámpiac szabályozásának végrehajtásához" c. munkához

Tisztelt Gombos Márk Helyettes Államtitkár Úr!

A Magyar Reklámszövetség OOH Tagozata ezúton nyújtja át a 2026. évi XX. törvényhez kapcsolódó kormányrendelet, valamint a szükséges további jogszabály-módosítások előkészítését támogató szakmai javaslat csomagját.

Az OOH Tagozat egyetért a jogalkotó azon célkitűzésével, hogy a közterületi reklámok piaca rendezettebbé kell, hogy váljon. Ugyanakkor ez a piac egy összetett gazdasági rendszer, amely vállalkozások, munkavállalók, ingatlantulajdonosok, önkormányzatok, közlekedési és közszolgáltatási szereplők széles körét jelenti. Ezért mindenképpen célszerűnek tartanánk, hogy a végrehajtási szabályok elfogadását részletes gazdasági, jogi, foglalkoztatási, önkormányzati és versenypiaci hatásvizsgálat, valamint az érintett szakmai szereplőkkel folytatott érdemi konzultáció előzze meg.

Az általunk készített szakmai javaslatcsomag kidolgozására szűk három hét állt rendelkezésünkre - ennek megfelelően a fenti leírásnak távolról sem tud eleget tenni. Ugyanakkor az átadott dokumentáció legjobb tudásunk szerint tartalmazza azokat a szigorú logika mentén felépített lépéseket, amelyek végrehajtása esetén minden szereplő (ideértve a Kormányt és a lakosságot) számára elfogadható megoldás születik. Amit javasunk: fesztett, de fizikailag, gazdaságilag és jogilag is végrehajtható átmeneti időszak meghatározása, egyértelmű reklámeszköz-kategóriák kialakítása, továbbá megfelelő nyilvántartási- és ellenőrzési rendszer létrehozása.

A fentiek végrehajtásához partnerséget ajánlunk a Minisztériumnak a közterületi reklámpiac tartós, átlátható és minden érintett számára végrehajtható rendezésében.

Az alábbi szakmai szervezetek támogatják a Magyar Reklámszövetség OOH Tagozatának azon törekvését, amely a közterületi reklámpiac szabályozására alkotott rendelkezésekhez részletes hatásvizsgálat elkészítését és szakmai egyeztetés lefolytatását szorgalmazza a Közlekedési és Beruházási Minisztériummal folytatott konzultáció során:

MAKSZ – Magyarországi Kommunikációs Ügynökségek Szövetsége

MNKSZ – Magyar Nemzeti Kereskedelmi Szövetség

PNYME - Papír- és Nyomdaipari Műszaki Egyesület

Bízunk abban, hogy szakmai javaslataink hozzájárulhatnak egy hosszú távon is működőképes, arányos, átlátható és kiszámítható szabályozási környezet kialakításához.

Budapest, 2026. augusztus 04.

Bauer Tamás
Magyar Reklámszövetség
OOH Tagozat elnök

ÖSSZEFOGLALÓ

A kültéri reklámszabályozás törvényi keretrendszerével (Méptv.) kapcsolatos aggályokról

1. Háttér

A magyar építészetéről szóló 2023. évi C. törvényt (**Méptv.**) módosító 2026. évi XX. törvény (**Módtv.**) 2026. október 1-jétől jelentősen szűkíti a reklám-elhelyezési lehetőségeket, egyrészt a törvényben meghatározott eszközökön kívül kormányrendelet (a „**Kormányrendelet**”) fogja meghatározni azokat az eszközöket, amelyeken reklám elhelyezhető, másrészt széles felhatalmazást ad a helyi önkormányzatoknak arra, hogy helyi önkormányzati rendeletben további, akár teljes reklámeszköz-típusokra vonatkozó tilalmakat vezessenek be az adott település teljes közigazgatási határán belül.

A Méptv. emellett kártalanítási kötelezettség nélkül teszi mindezt lehetővé, és rendkívül rövid határidőt szab: az érintett reklámeszközöket 2026. december 31-ig el kell távolítani.

2. A törvényi szabályozás fő jogi kockázatai

(a) Alapjogi érintettség problémája.

A Kormányrendelet érdemi szabályainak kialakítása során fokozott figyelmet kell fordítani az alapjogi követelmények betartására. Amennyiben a Kormányrendelet a reklámeszközök körét indokolatlanul, a legitim jogalkotói célokon túlmenően szűkítené, az érintené a reklámeszközöket kezelő vállalkozások tulajdonhoz való jogát (Alaptörvény XIII. cikk), továbbá a vállalkozáshoz fűződő jogukat (XII. cikk) is, mivel egy széleskörű tilalom eredményeként adott esetben évtizedek óta működő vállalkozások lennének kénytelenek teljesen vagy felhagyni tevékenységükkel.

A széleskörű reklámtilalmak emellett a társasházak és egyéb ingatlantulajdonosok tulajdonhoz való jogát is érintheti, amennyiben megfosztja őket a felületek hasznosításának lehetőségétől, így jelentős bevételtől eshetnek el.

Az Alaptörvény XIII. cikke kimondja, hogy mindenkinek joga van a tulajdonhoz, és tulajdonát az állam csak kivételesen, közérdekből, törvényben meghatározott esetekben és módon, teljes, feltétlen és azonnali kártalanítás mellett veheti el. A tulajdonjog azonban nem csak teljes elvonás esetén sérülhet: az is alapjogi aggályt vethet fel, ha az állam ugyan nem veszi el a tulajdont, de olyan mértékben korlátozza annak használatát vagy gazdasági hasznosíthatóságát, hogy az lényegében értéktelenné válik.¹

Az Alkotmánybíróság szerint a tulajdonhoz való jog nem abszolút jog, azonban kizárólag szigorú feltételek fennállása esetén korlátozható. Egy alapvető jelentőségű határozatában² az Alkotmánybíróság meghatározta azokat az alkotmányos feltételeket, amelyek mellett alapvető jogok – különösen a tulajdonhoz való jog – korlátozhatók.

A korlátozás akkor tekinthető alkotmányosnak, ha szükséges, vagyis elkerülhetetlen valamely nyomós alkotmányos cél (például más alapvető jog vagy közérdek) védelme érdekében, arányos, vagyis a korlátozás mértéke nem haladja meg az elérni kívánt célhoz szükséges mértéket; valamint nem érinti az alapjog lényeges tartalmát, vagyis az alapjog "magja" nem üresedhet ki, és nem szüntethető meg.

Az Alkotmánybíróság döntése szerint az alapvető jogok egymással konfliktusba kerülhetnek, és ilyen esetben az állam törvény útján korlátozhat egy alapjogot egy másik alapjog vagy valamely alkotmányos közérdek érvényesítése érdekében. Ennek megfelelően a tulajdonhoz való jog korlátozható például: környezetvédelem, közbiztonság vagy közérdek érdekében, azonban kizárólag akkor, ha a korlátozás valóban szükséges, és nem tekinthető túlzottnak.

Az Alaptörvény XII. cikk (1) bekezdése értelmében mindenkinek joga van a munkához és a foglalkozás szabad megválasztásához, valamint a vállalkozáshoz. A vállalkozáshoz való jog – a tulajdonhoz való joghoz hasonlóan – alapvető jog. Mint alapvető jog, a vállalkozáshoz való jog korlátozása is csak akkor

¹ _____

¹ A 39859/14. sz. PANNON PLAKÁT KFT AND OTHERS v. HUNGARY ügyben hozott ítélet, 56. pont

² Alkotmánybíróság 2299/B/1991. számú határozata

alkotmányos, ha az szükséges, és az elérni kívánt céllal arányos: a korlátozásnak valamely legitim cél eléréséhez alkalmasnak kell lennie, annál nem lehet szélesebb körű, és a jogalkotónak meg kell vizsgálnia, hogy nem áll-e rendelkezésre kevésbé korlátozó eszköz.

Mind a Méptv. módosítása önmagában, illetve a Kormányrendeletben kialakítandó szabályok függvényében, mind a Méptv. széleskörű felhatalmazás a helyi önkormányzatok szabályozására vonatkozóan korlátozza a tulajdonhoz és a vállalkozáshoz való jogot: a Méptv. általában szűkíti le a reklámeszközök elhelyezésének lehetőségeit, illetve tiltja meg vagy korlátozza új reklámeszköz elhelyezését, a helyi önkormányzati rendeletek pedig érdemi korlátozás nélkül állapíthatnak meg szigorúbb szabályokat. A Méptv. rögzíti, hogy sem az államot, sem az önkormányzatot nem terheli kártalanítási kötelezettség a korlátozások miatt, és a Méptv. rendkívül rövid időt biztosít az érintett vállalkozások számára a felkészülésre.

Az alábbiakban azt vizsgáljuk, hogy nemzetközi alapjogi döntések fényében az új szabályozás a hivatkozott alkotmányos közérdek(ek) vonatkozásában szükséges és arányos-e, illetve kellő időt biztosít-e az érintettek számára a felkészülésre.

(b) Nemzetközi döntések.

Röviden összefoglaljuk az EJEB két magyar ügyben (a közúti reklámkorlátozással és a trafiktvörvénnyel kapcsolatos ügyekben), valamint az Opole és Gdańsk városai kapcsán a lengyel alkotmánybíróság, illetve Lyon szabályozása kapcsán született bírósági ítéleteket.

Pannon Plakát Kft. és mások kontra Magyarország ügy (EJEB, 2022)³

A feljegyzés tárgyát képező szabályozáshoz hasonló eset képezte tárgyát az EJEB 2022. december 6-i ítéletének, amelyet a Pannon Plakát Kft. és mások kontra Magyarország ügyben hozott. Az ügyben hét magyar vállalkozás sérelmezte, hogy az állam jogszabályi módosítások sorozatával – 2011-től fokozatosan, majd 2013-tól általánosan – betiltotta a közúti hirdetőtáblák kihelyezését, majd a már jogszerűen kihelyezett táblák jelenlétét is.

A kérelmező vállalkozások először az Alkotmánybírósághoz fordultak, amely elutasította a panaszt, és a tilalmat alkotmányosnak minősítette. Az EJEB ezzel ellentétben megállapította az Egyezmény 1. Kiegészítő Jegyzőkönyvének 1. cikke szerinti,⁴ a javak békés élvezetéhez való jog megsértését, és négy vállalkozás javára összesen 690.000 EUR kártalanítás megfizetésére kötelezte Magyarországot.

Az EJEB a jogsértést a következő, az új szabályozás szempontjából is közvetlen relevanciával bíró körülményekre alapozta.

- **Kellő felkészülési idő hiánya:** az első módosítás kihirdetése és hatálybalépése között csupán két nap telt el, a már kihelyezett eszközök eltávolítására pedig mindössze nagyjából két hónap állt rendelkezésre. Az EJEB kimondta, hogy több mint tíz éve stabil jogi keretek között működő vállalkozások esetében ez az időtartam aligha tekinthető kellő felkészülési időnek ahhoz, hogy üzleti működésüket és szerződéses viszonyaikat a megváltozott körülményekhez igazíthassák.
- **Jelentős gazdasági érintettség:** az érintett reklámhordozók kizárólag reklámcélra alkalmas eszközök, amelyek a tilalom következtében elvesztették gazdasági értéküket – a vállalkozásoknak meglévő szerződéseiket fel kellett mondaniuk, az eltávolítás költségét maguk viselték, és befektetéseik értéke nullára csökkent. Az érintett vállalkozások bevételkiesése 20–97% között mozgott; az EJEB ezt az aránytalanság megállapításának önálló alapjaként kezelte. Az EJEB külön kiemelte, hogy a tilalom a vállalkozások cégértékére

¹

³ A 39859/14. sz. PANNON PLAKÁT KFT AND OTHERS v. HUNGARY ügyben hozott ítélet

⁴ 1. Cikk: „Minden természetes vagy jogi személynek joga van javai tiszteletben tartásához. Senkit sem lehet tulajdonától megfosztani, kivéve, ha ez közérdekből és a törvényben meghatározott feltételek, valamint a nemzetközi jog általános elvei szerint történik. Az előző bekezdésben foglaltak nem korlátozzák az államok jogát olyan törvények alkalmazásában, melyeket szükségesnek ítélnék ahhoz, hogy a javaknak a köz érdekében történő használatát szabályozhassák, illetőleg az adók, más közterhek vagy bírságok megfizetését biztosítsák.”

is hatással volt, hiszen az üzleti tevékenység értéke szorosan összefügg a folyamatosan generált bevételekkel – a tilalom tehát nemcsak az eszközök értékét „nullázta le”, hanem a vállalkozás egészének piaci értékét is csökkentette, amely az EJEB szerint szintén a „javak békés élvezetéhez való jog” körébe eső, önállóan értékelhető vagyoni sérelmet jelent.

- **Szükségesség/arányosság:** a bíróság a tilalom célját (közlekedésbiztonság) legitimnek találta, az arányosság hiányát azonban megállapította: a rövid átmeneti idő és a kártalanítás teljes hiánya a szabályozást aránytalanná tette. Döntő súllyal esett latba, hogy a magyar állam semmilyen érveléssel nem indokolta a rövid átmeneti idő szükségességét, és nem hivatkozott semmilyen olyan sürgős gazdasági vagy társadalmi szükségletre, amely kizárta volna a hosszabb átmeneti időszak biztosítását. A bíróság külön hangsúlyozta, hogy az érintett vállalkozásoknak jogos elvárásuk volt a stabil jogi környezet fennmaradására, és az ennek megsértéséből fakadó aránytalanságot semmilyen pozitív állami intézkedés – így különösen észszerű kártalanítási rendszer bevezetése – nem enyhítette.

Vékony kontra Magyarország (EJEB, 2015)⁵

A 2012-ben elfogadott trafiktvörvény a dohánytermékek kiskereskedelmét állami monopóliummá tette, és azt kizárólag koncessziós szerződés útján tette lehetővé. A törvényt 2012. szeptember 24-én hirdették ki, és 2013. július 1-jén lépett hatályba. Az érintett vállalkozás 1994 óta üzemeltetett vegyesboltot, ahol a dohánytermékek árusítása a bevétel egyharmadát tette ki. Az érintett vállalkozás koncessziós pályázatát elutasították – indoklás és jogorvoslati lehetőség nélkül –, aminek következtében fel kellett hagynia a dohánytermékek árusításával, ez pedig vállalkozása teljes felszámolásához vezetett. A törvény nem biztosított kártalanítást azoknak a kiskereskedőknek, akik nem kaptak koncessziót. Az érintett vállalkozás által az ügy kapcsán előterjesztett alkotmányjogi panaszt az Alkotmánybíróság elutasította.

Az EJEB megállapította, hogy a trafiktvörvény a szükségesség és arányosság követelményét figyelmen kívül hagyva korlátozta az érintett vállalkozás tulajdonhoz való jogát, és az érintett vállalkozás részére 15 000 euró kártérítést ítélt meg (ez az általa igényelt teljes összeg volt). Az EJEB az alábbi főbb indokokra alapozta döntését:

- **Kellő felkészülési idő hiánya:** mindössze tíz hónap telt el a jogszabály kihirdetése és a tevékenység megszüntetésére szabott határidő között, azon belül pedig a koncesszió megtagadásáról való értesítéstől a megszüntetési határidőig kevesebb mint három hónap állt rendelkezésre – egy közel húsz éve működő vállalkozás esetében ez nem tekinthető elegendőnek.
- **Jelentős gazdasági érintettség:** az engedély elvesztése a vállalkozás bevételét egyharmadával csökkentette, amely végső soron annak felszámolásához vezetett – az EJEB ezt a jogsérelem szempontjából súlyos intézkedésnek minősítette.
- **Az eljárás önkényessége:** az intézkedés nem biztosított reális esélyt a tulajdonhoz kapcsolódó használat megtartására: a korábbi engedélyt figyelmen kívül hagyták, az eljárás nélkülözötte az átláthatóságot, és a korábbi engedélyesek semmilyen előjogot nem kaptak.
- **Szükségesség/arányosság:** Az EJEB a beavatkozás célját – a fiatalok dohányzásának visszaszorítását – legitimnek fogadta el, ugyanakkor megállapította, hogy a szabályozás módja és körülményei nem arányosak a cél szempontjából. Etekintetben a következő körülményeknek tulajdonított jelentőséget: az engedély elvesztése a vállalkozás bevételét egyharmadával csökkentette, amely végső soron annak felszámolásához vezetett; a Bíróság ezt súlyos intézkedésnek minősítette. Mindössze tíz hónap telt el a jogszabály kihirdetése és a megszüntetési határidő között, a koncesszió megtagadásától a tényleges megszüntetésig

¹ _____

⁵ A 65681/13. sz. VÉKONY v. HUNGARY ügyben hozott ítélet

pedig kevesebb mint három hónap. Az engedély kártalanítás és bírósági jogorvoslat lehetősége nélkül veszítette érvényét, és az állam a rendelkezésre álló rövid időt semmilyen pozitív intézkedéssel – így különösen ésszerű kártalanítási rendszer bevezetésével – nem ellensúlyozta.

A Vékony-ügyben az EJEB ott hosszabb felkészülési idő mellett – a kihirdetéstől számítva tíz hónap, a koncesszió megtagadásától a tényleges megszüntetésig három hónap – is megállapította az arányosság hiányát, figyelemmel arra is, hogy a szabályozás jelentős gazdasági hatást gyakorolt a kérelmezőre, és az állam ezt kártalanítással nem ellensúlyozta. E körülmények együttesen vezettek a tulajdonhoz való jog sérelmének megállapításához.

Lengyel Alkotmánybíróság döntése – Opole és Gdańsk (2023. december) települések szabályozása ellenében

A lengyel Alkotmánybíróság 2023 decemberében alkotmányellenessé nyilvánított két önkormányzati tájképvédelmi rendeletet, amelyek Opole és Gdańsk városában kötelezték a reklámtáblák és reklámeszközök tulajdonosait azok saját költségükön való eltávolítására, kártalanítás nélkül. A rendeletek minden meglévő reklámeszközt alkalmazandók voltak, tekintet nélkül arra, hogy azokat jogerős építési engedély alapján, jogszerűen helyezték-e el, vagy sem – ez az egyenlőtlen bánásmód tovább erősítette az alkotmányellenesség megállapítását. Opole város szabályozása esetében a felkészülési idő 30 hónap volt, Gdansk esetében pedig 24 hónap.

Az Alkotmánybíróság megállapította, hogy az érintett tulajdonosok jogerős engedélyek alapján, teljes mértékben jogszerűen jártak el, és az állam engedéllyel lehetővé tette számukra ezt a tevékenységet – az ennek ellenére, kártalanítás nélkül történő elvonás sérti az állampolgárok államba vetett bizalmának elvét, és kimeríti az alkotmányos kisajátítás fogalmát. A lengyel Alkotmánybíróság hangsúlyozta, hogy a törvényhozóra hárul a kötelezettség, hogy az érintett személyek számára megfelelő kártalanítási mechanizmust biztosítson.

A döntés legfontosabb elvi tétele, hogy a lengyel Alkotmánybíróság az átmeneti időszak hosszát nem vizsgálta önállóan döntő tényezőként, és a jogsértést kizárólag a kártalanítási mechanizmus törvényi szintű teljes hiányára alapozta: ez azt jelenti, hogy még a viszonylag hosszabb (24–30 hónapos) felkészülési idő sem orvosolja a kártalanítás elmaradásából fakadó alkotmányos sértést. A városképvédelmi cél jogszerűségét a bíróság nem vitatta – a tilalom alkotmányos lett volna, ha megfelelő kártalanítási mechanizmust biztosít.

Szintén fontos analógia, hogy a magyar szabályozás alapján jogszerűen telepített, illetve elhelyezett reklámeszközökről van szó – a hatályos tudomásulvételi határozatok megteremtik annak alapját, hogy államba vetett bizalom elvébe, a jogbiztonság sérelmére hivatkozhatnak az érintett vállalkozások.

Lyon-i Közigazgatási Bíróság döntése (Tribunal Administratif de Lyon, 2026. július)

A Lyon-i közigazgatási bíróság 2026. július 9-i ítéletével részben megsemmisítette a Métropole de Lyon 2023-ban elfogadott helyi reklámszabályzatát (RLP), amely számos reklámeszköz-típusra általános tilalmakat vezetett be.

A bíróság kimondta, hogy a helyi hatóságok ugyan szabadon szabályozhatják a reklámokat, ez a jog nem terjed odáig, hogy területi differenciálás nélkül, általános tilalmakat vezessenek be anélkül, hogy megvizsgálták volna, nem lennének-e elegendők kevésbé korlátozó megoldások. A bíróság emellett hangsúlyozta, hogy még ha a szabályozás célja a közrend védelme, a hatóság köteles figyelembe venni a kereskedelmi szabadságot, a versenyszabályokat és a véleménynyilvánítás szabadságát is, és a bíróság felülvizsgálja, hogy ezek egyensúlyát helyesen mérte-e fel a helyi jogalkotó.

A bíróság fenntartotta azokat a tilalmakat, amelyek csak bizonyos zónákra vonatkoztak, a fő kereskedelmi és közlekedési csomópontokon valamilyen elhelyezési forma mindig engedélyezett maradt, és az indoklás tartalmazott zónaszpecifikus magyarázatot. Megsemmisítette ezzel szemben a tetőre és teraszra szerelt cégérekre vonatkozó általános tilalmat, amely Lyon közigazgatási területének mintegy 90%-ára kiterjedt – azért, mert (i) a tilalom indokolása egyáltalán nem tartalmazott

magyarázatot arra, hogy e kategória miért tilos az összes érintett területen, és (ii) a hatóság nem vizsgálta, hogy nem lennének-e elegendők kevésbé korlátozó intézkedések (pl. méretkorlátozás, környezeti integrációs követelmény). Ez a két hiányosság együttesen – az indokolás hiánya és a kevésbé korlátozó alternatívák vizsgálatának elmaradása – vezette a bíróságot a megsemmisítéshez.

(c) Az új szabályozás értékelése a tulajdonhoz való jog, valamint a vállalkozáshoz való jog korlátozása fényében

Az alábbiakban az új szabályozás alkotmányossági értékelését az alapjogi vizsgálat általános módszertanához igazítva mutatjuk be.

Az alapjogi vizsgálat első lépése annak meghatározása, hogy az adott szabályozás egyáltalán érinti-e valamely alapjog védelmének körét; a II.3.1. és II.3.2. pontokban ezért bemutatjuk, hogy az eddigi alkotmánybírósági és EJEB-gyakorlat alapján miért megalapozott a tulajdonhoz való jog, illetve a vállalkozás szabadságához való jog érintettségének megállapítása.

A tulajdonhoz való jog sérelmének megalapozottsága

A Méptv. jelentősen korlátozza a reklámhordozó felületek gazdasági hasznosíthatóságát, ezáltal elértékteleníti azokat mint vagyontárgyakat.

Hasonló körülmények között (függetlenül az értékelés végeredményétől) mind az Alkotmánybíróság, mind pedig az EJEB elfogadta, hogy az érintett vállalkozások tevékenységének állami (önkormányzati) tilalom útján való megszüntetése vagy **korlátozása a tulajdonhoz való joggal ütközik, megalapozva az alkotmányossági vizsgálatot, vagyis a korlátozás szükségességének-arányosságának vizsgálatát**. Ez alapján a tulajdonhoz való jog sérelme **a jelen ügyben megalapozottnak tűnik**: az érintett reklámhordozók kizárólag reklámcélra alkalmas eszközök, amelyek a tilalom következtében **elveszítik gazdasági értéküket** – a vállalkozások **meglévő szerződéseiket kénytelenek felmondani**, az **eltávolítás költségét** maguk viselik, és **befektetéseik értéke** nullára csökken.

A *Pannon Plakát*-ügyhöz hasonlóan a hatás feltehetően nem áll meg az egyes eszközöknél: a tartósan kieső bevételek az érintett vállalkozások egészének piaci értékére, cégértékére is negatív hatással lehetnek – ezt a szempontot az EJEB szintén a tulajdonjog sérelme körébe vonható önálló vagyoni sérelemként értékelte. A *Vékony*-ügyben az EJEB a tulajdonhoz való jog érintettségét egyharmados bevételek kiesés alapján (amelynek következménye a vállalkozás felszámolása volt) már súlyosnak minősítette.

Fontos, hogy a Módtv.-hez kapcsolódóan nem ismert, hogy készült-e hatáselemzés, de ha készült is, annak tartalma nem hozzáférhető, ami önmagában is felveti azt, hogy megalapozott-e a szabályozás szükségessége és arányossága.

A vállalkozáshoz való jog sérelmének megalapozottsága

A vállalkozáshoz való jog – a tulajdonhoz való joghoz hasonlóan – alapvető jog. Mint alapvető jog, a **vállalkozáshoz való jog korlátozása is csak akkor alkotmányos, ha az szükséges és az elérni kívánt céllal arányos**: a korlátozásnak valamely legitim cél eléréséhez alkalmasnak kell lennie, annál nem lehet szélesebb körű, és a jogalkotónak meg kell vizsgálnia, hogy nem áll-e rendelkezésre kevésbé korlátozó eszköz.

Álláspontunk szerint az új szabályozás e jog sérelmét is megalapozhatja.

A Méptv. korlátozásai a kültéri reklámszolgáltatásból élő vállalkozások – ideértve a reklámügynökségeket, médiaközvetítőket és a reklámfelületek üzemeltetőit – **tevékenységének folytatását jelentősen korlátozza**. Az arányossági követelmény azért sem teljesül, mert **aszabályozás nem differenciál** sem területileg, sem az eszközök típusa szerint kellő mértékben, indokolása nem tartalmaz szükségességi és arányossági vizsgálatot, és semmilyen átmeneti vagy kompenzációs intézkedést nem tartalmaz.

A *Pannon Plakát* ügyben hozott alkotmánybíróági határozathoz kapcsolódó különvélemény – amely a többségi döntéssel nem értett egyet – kifejezetten nem a tulajdonhoz való jog, hanem a vállalkozás szabadsága tekintetében találta megállapíthatónak az alaptörvény-ellenességet. A lyoni döntésben is megjelent a vállalkozási szabadság mint a szükségesség-arányossági mérlegelés egyik szempontja, bár nem önálló jogalapként, hanem a tilalom arányosságának vizsgálata keretében. Mindezekre tekintettel úgy ítéljük meg, hogy a vállalkozáshoz való jogra való hivatkozás a tulajdonvédelmi érvek mellett kiegészítő jogalapként szolgál.

A szabályozás szükségessége és arányossága szempontjából releváns körülmény: kártalanítás hiánya

A kártalanítás kérdése kapcsán a Méptv. törvényi szinten rögzíti, hogy az államot, illetve az önkormányzatot a reklám-elhelyezési tilalom vagy korlátozás miatt kártalanítási kötelezettség nem terheli. A Méptv. ezen rendelkezése önmagában is alkotmányossági aggályokat vet fel.

Az EJEB mind a *Pannon Plakát*-, mind a *Vékony*-ügyben kimondta – még ha az Alkotmánybíróság ezt nem is állapította meg –, hogy hasonló tilalmak esetén a kártalanítás teljes hiánya, egyéb körülményekkel együtt, kétségbe vonja a tulajdonhoz való jog korlátozásának arányosságát, így jogszerűségét.

A lengyel Alkotmánybíróság döntéséből levonható legfontosabb elvi tétel szerint a kártalanítási mechanizmus törvényi szintű teljes hiánya önmagában – az átmeneti idő hosszától függetlenül – alkotmányosértő: a törvényhozóra hárul a kötelezettség, hogy az érintett személyek számára megfelelő kompenzációs rendszert biztosítson, és ennek kizárása a kisajátítás alkotmányos tilalmával ütközhet.

Megjegyezzük, hogy a Méptv. vonatkozó – kártalanítást kizáró – rendelkezése nem újkeletű, már a hatályos szabályozásban is szerepel. Alkotmányossági aggály az 2026. október 1-től hatályos, reklámelhelyezési tilalmakat kibővítő szabályozásra tekintettel merül fel: a Méptv. ugyanis a kártalanítás nélkül korlátozható területek körét kiterjeszti a helyi önkormányzat rendeletében meghatározott egyéb bel- és külterületre is. Ebből következően a Méptv. vonatkozó, 2026. október 1-től hatályos 103. § (1) f) pontja a kártalanítási kötelezettség hiányát megállapító 103. § (2) bekezdésével összefüggésben képezheti alkotmányjogi vizsgálat tárgyát.

A szabályozás szükségessége és arányossága szempontjából releváns körülmény: a kellő felkészülési idő hiánya és a visszaható hatály

A Méptv. kihirdetése (2026. június 26.) és hatálybalépése (2026. október 1.) között mindössze nagyjából három hónap áll rendelkezésre – ez a *Pannon Plakát*-ügyben vizsgált, nagyjából két hónapos határidőhöz hasonlóan rövid, és az EJEB azt is elégtelennek minősítette. (Megjegyezzük, hogy az EJEB a *Vékony*-ügyben még a tíz hónapos határidőt is elégtelennek tekintette.) A reklámpiacon hosszú évek óta, stabil jogi környezetben működő vállalkozások az ezen alig 3 hónapos határidőn időn belül kénytelenek felmondani vagy módosítani fennálló szerződéseiket, valamint 2026. december 31-ig kötelesek eltávolítani a már meglévő eszközeiket és alternatív bevételi forrásokat keresni.

A felkészülési idő kapcsán lehet kifogásolható az is, hogy a Módtv. indokolása nem tartalmazza azt, hogy milyen szempontok alapján állapította meg a 2026. október 1-jei hatályba lépési időpontot, illetve a 2026. december 31-i határidőt a reklámeszközök eltávolítására, így arra vonatkozóan sem készült, illetve ismerhető meg hatáselemzés, hogy a felkészülési idő ténylegesen elegendő-e az új szabályozás esetében.

(d) Következtetés

A fentiekben ismertetett döntések alapján hangsúlyozni kell, hogy az új szabályozás szerinti reklámelhelyezési korlátozások önmagukban valószínűleg nem minősülnének minden további nélkül

alkotmányellenesnek. A városképvédelem és a közlekedésbiztonság mint közérdekű cél legitim, és a joggyakorlat alapján a jogalkotó elvben jogosult bizonyos reklámeszközöket bizonyos területeken megtiltani – sem a Pannon Plakát-ügyben, sem a lengyel alkotmánybírószági döntésben nem maga a tilalom minősült jogsértőnek, a lyoni ügyben pedig a bíróság nem semmisítette meg teljes egészében a tiltó jogszabályt.

Az igényérvényesítés legvalószínűbb és legkézzelfoghatóbb eredménye ezért nem a Méptv. új rendelkezéseinek a teljes megsemmisítése lehet, hanem: (i) a kártalanítási kötelezettség megállapítása, illetve a jogalkotó kötelezése kártalanítási rendszer bevezetésére; (ii) a tilalom aránytalan, differenciálatlan és kellő indokolást nélkülöző részeinek megsemmisítése; valamint (iii) a kellő felkészülési idő biztosítása.

Álláspontunk szerint a kedvező EJEB joggyakorlat alapján sikerrel támadható az új szabályozás.

3. A kellő felkészülési idő hiánya – önmagában is fennálló alkotmányos probléma

Az Alaptörvény B) cikk (1) bekezdéséből fakadó jogállamiság elvének – és az abból levezett jogbiztonság követelményének – szerves részét képezi a kellő felkészülési idő biztosításának kötelezettsége. A kellő felkészülési idő tehát nem csak a tulajdonhoz való jog, illetve a vállalkozáshoz való jog korlátozása kapcsán értékelhető, hanem önmagában is.

Az Alkotmánybíróság következetes gyakorlata szerint a jogszabály kihirdetése és hatálybalépése között olyan időnek kell eltelnie, amely elegendő arra, hogy a jogalanyok – különösen az érintett gazdasági szereplők – magatartásukat az új szabályozáshoz igazíthassák, szerződéses kötelezettségeiket felülvizsgálhassák, és gazdasági döntéseiket megtehessek. A felkészülési idő elégtelensége önmagában alkotmányossági kifogást alapozhat meg, függetlenül a szabályozás egyéb tartalmi elemeitől.

A Módtv. 2026. június 26-án, és 2026. október 1-jén lép hatályba – a kihirdetés és hatálybalépés között tehát mindössze nagyjából három hónap áll rendelkezésre. Figyelemmel arra, hogy a módosított Méptv. hatása országos, és az érintett eszközök gazdasági hasznosíthatóságát jelentősen korlátozza, ez az időtáv nem tekinthető elegendőnek: az érintett vállalkozásoknak e rövid időn belül kellene felmondani vagy módosítani fennálló szerződéseiket, eltávolíttatni eszközeiket, és alternatív bevételi forrásokat keresni – mindez egy olyan szabályozói környezetben, amelyre hosszú éveken át stabil jogi keretek között rendezkedtek be. A Pannon Plakát-ügyben és a Vékony-ügyben az EJEB hasonló körülmények között – szintén stabil jogi környezetben működő vállalkozások, rövid átmeneti idő, kártalanítás hiánya – állapította meg az aránytalanságot, és kifejezetten hangsúlyozta, hogy a rövid felkészülési idő önmagában is közvetlen és azonnali pénzügyi terhet ró az érintettekre.

4. A társasházak / ingatlanok tulajdonosainak tulajdonhoz való jogával kapcsolatos lehetséges jogsérelem

A Méptv. módosítása és a Kormányrendelet együttese a reklámfelületeket nyújtó vállalkozásokon túl a magántulajdonban álló épületek – ideértve a társasházakat – tulajdonosait is érinti. Amennyiben a szabályozás megtiltja az épületekre, falra, kerítésre szerelt reklámeszközök elhelyezését, az közvetlen hatással van azokra a társasházakra és egyéb ingatlan-tulajdonosokra, amelyek homlokzatukat reklámfelületként hasznosítják.

Ez a bevétel számos társasháznál a közös költség kiegészítését, szükséges felújítások – homlokzatifelújítás, tetőcsere, liftek karbantartása – finanszírozását teszi lehetővé. A reklámfelület elvonása nemcsak a tulajdonos rendelkezési jogát korlátozza, hanem közvetve a lakóközösség teherbíró-képességét is csökkenti, ami a szabályozás deklarált városképi céljával is ellentétes hatást válthat ki, ha a finanszírozás elvonása következtében az érintett épületek állapota romlik.

A tulajdonhoz való jog sérelme e körben szintén érvényesíthető, amennyiben egy érintett társasház vagy tulajdonos közvetlen érintettségre hivatkozva alkotmányjogi panaszt terjeszt elő – ez az igényérvényesítési út a vállalkozói oldal mellett önálló és közvetlen panaszalapot teremthet.

5. Igényérvényesítési lehetőségek

(a) Normakontroll eljárások

Alkotmányjogi panasz eljárás

A Módtv. alkotmányosságának vizsgálatára az Alkotmánybíróság jogosult, és amennyiben megállapítja azok alaptörvény-ellenességét, jogosult azokat megsemmisíteni. Az Alkotmánybíróság eljárási szabályait maga az Alaptörvény, valamint az Alkotmánybíróságról szóló 2011. évi CLII. törvény („Abtv.”) határozza meg.

Az Alkotmánybíróság eljárhat hivatalból, meghatározott közjogi méltóságok indítványára, folyamatban lévő bírósági eljárásban az eljáró bíró kezdeményezésére, valamint bizonyos feltételek fennállása esetén bárki – így a Reklámszövetség bármely tagja is – kezdeményezheti az eljárást ún. alkotmányjogi panasz benyújtásával.

Gyakorlati megfontolások alapján az alábbi eljárásindítási formákat emeljük ki:

- Az ún. önálló alkotmányjogi panasz

Az önálló alkotmányjogi panasz útján közvetlenül támadható az alaptörvény-ellenes jogszabály anélkül, hogy előtte bírósági eljárást kellene kezdeményezni vagy lefolytatni.

Az alkotmányjogi panasz ezen típusa akkor nyújtható be az Alkotmánybírósághoz, ha egy alaptörvény-ellenes jogszabály alkalmazása vagy hatálybalépése bírósági döntés meghozatala nélkül okoz sérelmet, és a jogsérelem orvoslására más jogorvoslati eljárás nem áll rendelkezésre, vagy azt már kimerítették. Az alkotmányjogi panaszt az alaptörvény-ellenes jogszabály hatálybalépésétől számított 180 napon belül kell benyújtani. Az Alkotmánybíróság döntésének meghozatalára jogszabály nem állapít meg kötelező határidőt.

- Folyamatban lévő bírósági eljárásban a bíró által kezdeményezett eljárás

Megindított, de még le nem zárult bírósági eljárásban az eljáró bíró jogosult az Alkotmánybíróság eljárását kezdeményezni akkor, ha az előtte folyamatban lévő ügyben valamely alkalmazandó jogszabály alaptörvény-ellenességét észleli. Ezesetben a bíróság köteles az eljárást felfüggeszteni és az Alkotmánybírósághoz fordulni.

A gyakorlatban az a jellemző, hogy az alkalmazandó jogszabály alaptörvény-ellenességére valamelyik peres fél hívja fel a bíróság figyelmét, és ez a fél indítványozza, hogy a bíróság forduljon az Alkotmánybírósághoz. Ha a bíróság a fél indítványát elutasítja, az indítvány a fellebbezési és felülvizsgálati szakaszokban ismételten előterjeszthető. Ennek megfelelően a bíróság az ügy teljes időtartama alatt dönthet úgy, hogy az Alkotmánybírósághoz fordul. Így az Alkotmánybíróság előtti eljárás megindítására hozzávetőleg három hónaptól akár három évig terjedő időszakon belül is sor kerülhet.

Az Abtv. rendelkezései alapján az Alkotmánybíróságnak 90 nap áll rendelkezésére az eljárás lefolytatására és határozatának meghozatalára. Megjegyzendő ugyanakkor, hogy az Abtv. nem ír elő

semmilyen jogkövetkezmenyt vagy szankciót arra az esetre, ha az Alkotmánybíróság e 90 napos határidőt túllépi.⁶

- Alkotmányjogi panasz jogerős bírósági határozattal szemben

Ha a bírósági eljárás már jogerősen lezárult, akkor az érintett peres fél nyújthat be alkotmányjogi panaszt a jogerős bírósági határozattal szemben arra hivatkozva, hogy a jogerős határozat az Alaptörvénybe ütközik, mivel azt egy alaptörvény-ellenes jogszabályra alapították.

Az alkotmányjogi panasz ezen típusának nincs további előfeltétele, és nem függ az eljáró bíró előzetes döntésétől. A panaszt a jogerős határozat kézbesítésétől számított 60 napon belül kell benyújtani. Ebben az eljárásban sincs jogszabályban meghatározott határidő az Alkotmánybíróság döntésének meghozatalára.

Összegezve, a fentiek alapján két főbb módon kezdeményezhető az Alkotmánybíróság eljárása a Módtv.-vel szemben. Egyrészt az ún. önálló alkotmányjogi panasz útján, amely esetben – a fent részletezett feltételek fennállása esetén – nem szükséges előzetesen pert indítani. Másrészt megindítható egy per az állammal szemben (amint azt a jelen feljegyzés következő fejezete részletesebben ismerteti), és ennek folyamatban léte alatt vagy a per jogerős befejezését követően is kezdeményezhető az Alkotmánybíróság eljárása.

Az Alkotmánybíróság eljárásának következményei részben függenek attól is, hogy melyik típusú eljárásban folytatja le az alkotmányossági vizsgálatot, de az Alkotmánybíróság alapvetően az alábbi döntéseket hozhatja:

- formai okokból elutasíthatja az alkotmányossági vizsgálat lefolytatását (például, ha az eljárás kezdeményezésének feltételei nem álltak fenn);
- elutasíthatja a jogszabály és/vagy jogerős bírósági határozat alaptörvény-ellenesség megállapítását;
- megállapíthatja a jogszabály és/vagy jogerős bírósági határozat alaptörvény-ellenességét, és ez esetben megsemmisíti azokat.
- elrendelheti a megsemmisített jogszabály általános vagy egyedi ügyekben történő alkalmazhatatlanságát.

Polgári jogi igényérvényesítés jogalkotással okozott kárral összefüggésben

A Módtv.-vel összefüggésben potenciálisan felmerülő kártérítési igényekre általánosságban a Polgári Törvénykönyvről szóló 2013. évi V. törvény (a továbbiakban: „Ptk.”) irányadó.

Ugyan a Ptk. kifejezetten a közhatalom gyakorlásával okozott károkra vonatkozóan is tartalmaz felelősségi szabályokat, a jogalkotással okozott kár megtérítése iránti igény nem ezen felelősségi alakzat alapján, hanem a Ptk. általános kártérítési szabályai alapján érvényesíthető a bírósági gyakorlat szerint.

A Kúria egyik irányadó határozatában világos különbséget tett a két felelősségi alakzat között. A Kúria szerint a jogalkotás az állam közhatalmi tevékenységének körébe tartozik. E körben az állam és a jogalkotás által érintett személyek között nem jön létre olyan magánjogi jogviszony, amely megalapozhatná a polgári jogi kártérítési felelősséget. Más a helyzet azonban akkor, ha az

¹ _____

⁶ Abtv. 25.§ (1) bekezdés és Alaptörvény 24 cikk (2) bekezdés b) pont.

Alkotmánybíróság valamely jogszabályt Alaptörvény-ellenessége miatt megsemmisít. Ebben az esetben a jogalkotói aktus elveszíti közjogi kötőerejét, a közhatalmi elem megszűnik, és az állam károkozó magatartása polgári jogi szempontból is értékelhetővé válik.

A Kúria ezt a következőképpen fogalmazta meg:

- „Az állam illetékes szervei útján más személyekkel közjogi vagy magánjogi jogviszonyba léphet. A bíróságok főszabály szerint polgári jogi szempontból vizsgálhatják az államnak a magánjogi jogviszonyokban tanúsított, magánérdekeket sértő magatartását. A polgári bíróság az állam közjogi tevékenységét kizárólag akkor vizsgálhatja, ha erre jogszabály felhatalmazást ad. Ilyen felhatalmazást jelent a Ptk. 6:548. és 6:549. §-a szerinti, közhatalom gyakorlásával okozott károk miatti felelősség elbírálása. A jogalkotással okozott károkért való felelősség azonban nem tartozik e körbe, mivel azt a jog nem szabályozza önálló felelősségi alakzatként. Az államigazgatási szervek, bíróságok, ügyészségek, közjegyzők vagy végrehajtók kötelező erejű döntéseivel és eljárásaival szemben a jogalkotás – jóllehet szintén közhatalmi tevékenység – nem jár sajátos magánjogi felelősséggel.”
- „Ha azonban a jogalkotás következtében bekövetkező érdeksérelem olyan jogalkotói aktushoz kapcsolódik, amely közjogi kötőerővel nem rendelkezik, akkor a magánjogi felelősséget kizáró közjogi jogviszony hiányzik. Amennyiben az Alkotmánybíróság valamely kihirdetett jogszabályt Alaptörvény-ellenessége miatt megsemmisít, ezzel megállapítja, hogy a jogalkotói aktus közjogi értelemben nem bír kötelező erővel, közjogilag érvénytelen, az Alaptörvény által biztosított jogalkotói felhatalmazás keretein kívül esik, és nem alkalmas arra, hogy az állam és a jogalkotás címzettjei között közjogi jogviszonyt hozzon létre. Ha az ilyen jogalkotói magatartás valamely személynek vagy személyek meghatározott körének vagyoni kárt okoz, az polgári jogi jelentőséggel bír.”⁷

A Kúria arra is rámutatott, hogy ugyanez az elhatárolás alkalmazandó akkor is, ha a jogalkotó utólag maga szünteti meg az alaptörvény-ellenes szabályozást. Ebben az esetben ugyanis: „Ha a jogalkotó utóbb megszünteti azt a szabályozási hiányosságot, amely az alkotmányellenességet okozta, az ebből eredő vagyoni hátrányok továbbra is a közjog körébe tartoznak, és kívül esnek a Polgári Törvénykönyv alkalmazási körén.”⁸

A Ptk. általános szabálya szerint: „Aki másnak jogellenesen kárt okoz, köteles azt megtéríteni. Mentesül a felelősség alól, ha bizonyítja, hogy magatartása nem volt felróható.”⁹ Ennek megfelelően a felperesnek kell bizonyítania, hogy az alperes jogellenesen járt el, ezen jogellenes magatartás kárt okozott keletkezett, valamint fennáll az okozati összefüggés a jogellenes magatartás és a bekövetkezett kár között.

A Kúria gyakorlata szerint **jogalkotással okozott károk esetében a jogellenesség csak akkor bizonyítható, ha az alapul szolgáló jogszabályt az Alkotmánybíróság megsemmisítette.** A Kúria szerint: „Ha nincs érvényes jogszabály, és kizárólag a jogalkotási rendellenességből ered kár, az ilyen kár a Ptk. 6:520. §-a alapján eredményében jogellenesnek minősül, mivel sem magánjogi, sem közjogi jogalappal nem rendelkezik.”¹⁰

Mindazonáltal önmagában az a körülmény, hogy az Alkotmánybíróság valamely jogszabályt megsemmisít, még nem alapozza meg automatikusan az állam kártérítési felelősségét. A Kúria ezzel

¹ _____

⁷ BH 2019.106 és Kúria Pfv. 20.308/2018/8.

⁸ BH 2024.184.

⁹ Ptk. 6:519.

¹⁰ Kúria Pfv. 20.308/2018/8. számú döntése.

kapcsolatban hangsúlyozta, hogy: „Az Alkotmánybíróság jogalkotással vagy jogalkotói mulasztással összefüggő Alaptörvény-ellenességet megállapító határozata önmagában nem keletkeztet kártérítési igényt a jogalkotóval szemben.”¹¹

Ennek megfelelően a felperesnek továbbra is bizonyítania kell, hogy az alaptörvény-ellenes jogszabály megalkotása és/vagy alkalmazása kárt okozott számára; valamint, hogy a jogszabály és a bekövetkezett kár között okozati összefüggés áll fenn. A Ptk. alapján kárnak minősülhet különösen az elmaradt haszon, a vagyonban beállt értékcsökkenés, illetve a felmerült költségek.¹²

Nemzetközi igényérvényesítés lehetősége

Magyarország számos olyan nemzetközi egyezménynek részese, amelyek a jelen esetben megalapozhatják a nemzetközi jogérvényesítést.

Amennyiben a jogalkotás a tulajdonhoz való jogot, illetve a vállalkozás szabadságát olyan módon és mértékben korlátozza, amely sérti a Magyarország által megkötött két-, vagy többoldalú beruházásvédelmi egyezményeket, akkor külföldi befektetők számára lehetőség nyílna nemzetközi beruházásvédelmi választottbíróági eljárás, így különösen az ICSID (International Centre for Settlement of Investment Disputes) eljárásának kezdeményezésére a magyar állammal szemben. Az ICSID gyakorlata meglehetősen szerteágazó, és tényállásukban hasonló ügyekben is előfordul, hogy eltérő kritériumok alapján ítéli meg a külföldi befektetők jogosultságát kártérítésre. Továbbá az alapul fekvő beruházásvédelmi egyezmények tartalma is jelentősen eltérhet, ezért minden külföldi befektető esetében egyedileg vizsgálendő, hogy az adott beruházására kiterjed-e az alkalmazandó egyezmény hatálya, a kifogásolt állami intézkedés sérti-e az abban biztosított beruházásvédelmi standardokat, valamint ennek alapján megalapozottan érvényesíthető-e kártérítési igény ICSID vagy más nemzetközi beruházásvédelmi választottbíróági fórum előtt.

Továbbá a jelen feljegyzésben tárgyalt intézkedések által érintett természetes és jogi személyek – honosságuktól függetlenül – az Emberi Jogok Európai Egyezményében biztosított alapjogaik sérelmére hivatkozva kérelmet terjeszthetnek elő az Emberi Jogok Európai Bírósága előtt is a hazai jogorvoslati lehetőségek kimerítése után. Az EJEB az Egyezmény 41. cikke alapján ún. igazságos elégtételt (just satisfaction) ítélhet meg, ami nem azonos a polgári jogi vagy beruházásvédelmi jogi értelemben vett teljes kártérítéssel.

¹

¹¹ BH 2019.106 és Kúria Pfv. 20.308/2018/8. számú döntése.

¹² Ptk. 6:522.§ (2) bekezdés.

ÖSSZEFOGLALÓ

A kültéri reklámszabályozás (Méptv./Rendelet) jogi értékeléséről

1. Háttér

Budapest Főváros Önkormányzata Közgyűlésének 13/2026. (VII. 8.) önkormányzati rendelete („Rendelet”) 2026. október 1-jétől a kültéri reklámtevékenységet Budapest teljes közigazgatási területén – néhány, elsősorban az önkormányzat érdekkörébe tartozó kivételtől eltekintve – megszünteti, figyelemmel a magyar építészetéről szóló 2023. évi C. törvény („Méptv.”) általi felhatalmazásra.

A meglévő eszközöket 2026. december 31-ig el kell távolítani, ami a Rendelet 2026. október 1-jei hatálybalépésétől számítva mindössze 3 hónapos, nagyon rövid határidőt jelent, kártalanítási mechanizmus és érdemi területi/tárgyi differenciálás nélkül.

2. A szabályozás fő jogi kockázatai

a) Alapjogi korlátozás problémája.

A reklámeszközökkel kapcsolatos korlátozások érintik a reklámeszközöket kezelő vállalkozások tulajdonhoz való jogát (Alaptörvény XIII. cikk), a Rendelet szerinti, ilyen széleskörű tilalom pedig egyenesen a vállalkozáshoz fűződő jogukat (XII. cikk) is sértheti, hiszen Budapest esetében lényegében arra lehet számítani, hogy évtizedek óta működő vállalkozások lesznek kénytelenek teljesen felhagyni tevékenységükkel.

A szabályozás emellett a társasházak és egyéb ingatlan tulajdonosok tulajdonhoz való jogát is érinti, amennyiben megfosztja őket a felületek hasznosításának lehetőségétől, így jelentős bevételtől eshetnek el.

Ezek a jogok ugyanakkor nem abszolút jogok, korlátozhatók – a korlátozás során azonban mind a törvényi, mind a kormányrendeleti, mind pedig az önkormányzati rendeleti szinten figyelemmel kell lenni a **szükségesség és az arányosság** követelményére. Jelen esetben a differenciálatlan, városegészsztű tilalom nem korlátozza, hanem – néhány, a Fővárosi Önkormányzat érdekeltségébe tartozó kivételtől eltekintve – lényegében ellehetetleníti a szabadtéri reklámtevékenységet.

b) A szükségesség és arányosság követelménye.

A tulajdonhoz való jog és a vállalkozás szabadságának joga csak más alapvető jog érvényesülése vagy valamely alkotmányos érték védelme érdekében, a feltétlenül szükséges mértékben, az elérni kívánt céllal arányosan, az alapvető jog lényeges tartalmának tiszteletben tartásával korlátozható.

A közelmúltban több európai város vezetett be kültéri reklámkorlátozást. Néhány ilyen korlátozás azonban olyan radikálisnak bizonyult, hogy az érintettek bíróság előtt megtámadták. Az eljáró bíróságok több esetben megállapították, hogy a korlátozás túlterjeszkedik a szükségesség és arányosság mércéjén – jellemzően azért, mert a szabályozás nem biztosított kellő felkészülési időt, nem tartalmazott kártalanítási mechanizmust, vagy nem alkalmazott differenciált, területi vagy eszköztípus szerinti megközelítést.

E szempontokat tehát minden hasonló szabályozás esetén vizsgálni kell. Ezek bármelyikének – különösen együttes – hiánya megalapozhatja a szabályozás alaptörvény-ellenességét. Az EJEB előtt több magyar vonatkozású ügy is folyt e szempontok megsértése miatt. Ezek egyike kifejezetten reklámtáblák kihelyezését érintette: a *Pannon Plakát kontra Magyarország* ügyben (2022) az EJEB egy hasonló, kompenzáció és kellő átmeneti idő nélküli tilalom miatt ítélt meg kártalanítást az érintett vállalkozásoknak. A legfrissebb ilyen tárgyú döntés Lyon város reklámkorlátozásával kapcsolatos: a lyoni közigazgatási bíróság 2026. július 9-én hozott ítéletében kimondta, hogy a helyi hatóságok nem vezethetnek be területi differenciálás nélküli, általános tilalmakat anélkül, hogy megvizsgálták volna, nem lennének-e elegendőek kevésbé korlátozó megoldások.

c) Elégtelen felkészülési idő.

Kulcskérdés a kellő felkészülési idő biztosítása is: ez a szükségesség és arányosság vizsgálatában az általunk ismert, tárgy alapján releváns ügyekben rendre előkerült. A magyar vonatkozású ügyek és a külföldi joggyakorlat alapján jó eséllyel és megalapozottan érvelhető, hogy egy évtizedek óta stabil piacon – a jogszerűen működő vállalkozások esetében – egy ilyen radikálisan rövid átmeneti idő nem elegendő. A lengyel Alkotmánybíróság például két város esetében a hasonlóan kiterjedt tilalmak bevezetését kártalanítás nélkül még a 24, illetve 30 hónapos átmeneti időt is kevésnek találta.

Formálisan nem a Méptv. határozza meg önállóan az irányadó felkészülési időt, hiszen az érintett reklámeszközök körét az önkormányzati rendelet jelöli ki. Azonban, ha egy Budapest méretű város egyetlen lépésben tilt ki teljes eszközkategóriákat – és erre a Méptv. differenciálási követelmények, vagy fokozatosságot előíró „ellensúly” nélkül ad lehetőséget – akkor ez lényegében azt jelenti, hogy az érintett vállalkozásoknak már a 2026. október 1-jei hatálybalépésig le kell állítaniuk minden futó projektjüket, majd 2026. december 31-ig gondoskodniuk kell a reklámeszközök elbontásáról is. A hazai ügyekben hozott EJEB döntések, valamint más EU tagállamok joggyakorlata fenti esetjoga fényében ez rendkívül rövid idő, és a szabályozás emiatt mind törvényi, mind önkormányzati rendeleti szinten aggályos lehet: egyik szint sincs tekintettel a másikra.

d) Differenciálás és indokolás hiánya.

A Rendelet indokolása maga is „radikálisnak” nevezi a tilalmat, de nem vizsgálja, miért nem elegendő kevésbé korlátozó megoldás (pl. területi zónázás, eszköztípus szerinti differenciálás). A lyoni közigazgatási bíróság 2026 júliusában épp ezen okból semmisítette meg hasonló általános tilalmat.

Meg kell jegyezni, hogy a törvényi szint nem tartalmaz olyan előírást, amely fékként funkcionálhatna azt megelőzendő, hogy az önkormányzatok tömegesen hozzanak alapjogi szempontból hasonlóan aggályos és nem kellően megalapozott rendeleteket – a Méptv. érdemi tartalmi vagy eljárási korlát nélkül engedi át az önkormányzatoknak a reklámeszközök körének meghatározását.

e) A kártalanítás hiánya.

Gyakori, hogy a szükségesség-arányosság sérelme a tulajdonhoz való jog korlátozása szempontjából részben azért állapítható meg, mert nincs megfelelő kártalanítási mechanizmus. Ezt természetesen mindig esetről esetre kell vizsgálni: egy felmenő rendszerű, fokozatos kivezetés esetén a kártalanítás hiánya kevésbé súlyos hiányosság, míg egy radikális és gyors tilalomnál – mint a Rendelet szabályai a Méptv. keretei között – valószínűleg nagyon nagy súllyal esne latba.

Ez a probléma egyszerre érinti a Méptv.-t és az annak alapján kiadott önkormányzati rendeleteket is: maga a törvény ad teret a potenciális alapjogsérelmeknek azzal, hogy kizárja a kártalanítási kötelezettséget. Ha egy rendelet ilyen alapon történő megtámadása sikerrel járna, az kihatna a Méptv. kártalanítás szükségességét kizáró rendelkezésének érvényességére is.

g) Magántulajdonosok érintettsége.

A falra/kerítésre szerelt reklámeszközök tilalma a társasházak tulajdonosait is közvetlenül sújtja, hiszen a felületek hasznosításától elvesze jelentős bevételtől (közös költség, felújítási bevétel) eshetnek el, ami önálló alkotmányjogi panaszalapot és további pereket generálhat.

3. Jogérvényesítési lehetőségek

A Méptv. és a Rendelet alapjog-sérelmet felvető rendelkezéseit az Alkotmánybíróság vizsgálhatja. Sikeres eljárás esetén az Alkotmánybíróság megsemmisítheti a Méptv., és a Rendelet alaptörvény-ellenes rendelkezéseit (együttesen is), vagy a jogalkotót mulasztás pótlására – például kártalanítási mechanizmus bevezetésére – kötelezheti. Fontos, hogy még ha az Alkotmánybíróság nem is döntene az érintett vállalkozások javára, ez nem zárja el őket az EJEB-hez fordulás lehetőségétől: mind a *Vékony*-, mind a *Pannon Plakát*-ügyben az Alkotmánybíróság előzőleg elutasította az érintettek panaszait, az EJEB azonban mégis megállapította a jogsérelmet, és kártalanítást ítélt meg.

Az önkormányzatok számára a Méptv. 103. és 104. §§-ban biztosított szabályozási felhatalmazás módosítása

Javasoljuk a Méptv. 2026. október 1-jén hatályba lépő szövegváltozatának alábbi módosítását (javasolt módosítás pirossal):

A) verzió

103. § [Reklám-elhelyezési tilalom]

(1) Tilos elhelyezni reklámot, reklámeszközt

a) a kiemelt nemzeti emlékhelyen,

b) a műemléken és annak telkén,

c) a történeti kert területén,

d) a védett temető területén,

e) * az országos jelentőségű védett természeti terület területén, és

f) * a helyi önkormányzat rendeletében **az e törvény végrehajtására kiadott kormányrendeletben meghatározott hatásvizsgálatot követően** meghatározott egyéb bel- és külterületen.

[Új (3) bekezdés:

(3) Az (1) bekezdés f) pontja alapján elfogadott helyi önkormányzati rendelet nem hozhat létre olyan szabályozást, amely alapján a település teljes bel- és külterületén tilos a reklám, reklámeszköz elhelyezése.]

104. § (5) bekezdés

A helyi önkormányzat rendeletében **az (1) bekezdés alapján az e törvény végrehajtási rendeletében a reklám és reklámeszköz elhelyezésének módjára, a reklámeszközök méretére, megjelenési formájára és az elhelyezés időtartamára vonatkozó előírásoktól eltérő előírásokat határozhat meg az e törvény végrehajtási rendeletében meghatározott hatásvizsgálatot követően.**

225. § (8) és (10) bekezdés

(8) Felhatalmazást kap a települési önkormányzat – fővárosban a kerületi önkormányzat –, hogy rendeletben állapítsa meg

4. * a reklám- és reklámeszköz-elhelyezési tilalommal érintett – a 103. § (1) bekezdés a)–e) pontjában nem szereplő – egyéb bel- és külterületeket, továbbá **a reklám és reklámeszköz elhelyezésének módjára, a reklámeszközök méretére, megjelenési formájára és az elhelyezés időtartamára vonatkozó előírásokat** azzal, hogy a kerületi önkormányzat a fővárosi önkormányzat által nem tiltott területeken és nem **szabályozott reklámeszköz** tekintetében határozhat meg tilalmat, **illetve egyéb előírást,**

(10) Felhatalmazást kap a fővárosi önkormányzat, hogy rendeletben állapítsa meg

9. a főváros egész területére a reklám- és reklámeszköz-elhelyezési tilalommal érintett – a 103. § (1) bekezdés a)–e) pontjában nem szereplő – egyéb területeket, továbbá **a reklám és reklámeszköz elhelyezésének módjára, a reklámeszközök méretére, megjelenési formájára és az elhelyezés időtartamára vonatkozó előírásokat,**

230. § (4) bekezdés

(4) * E törvénynek a gyűlöletkeltésre alkalmas politikai reklámok visszaszorításáról, a gazdasági reklámok településképi illeszkedésének biztosításáról, valamint egyes beruházási szabályok módosításáról szóló 2026. évi XX. törvénnyel (a továbbiakban: Módtv1.) megállapított 103. §-a és 104. §-a szerinti követelményeknek, valamint az e törvény felhatalmazása alapján kiadott kormányrendelet és önkormányzati rendelet előírásainak nem megfelelő reklámeszközt a reklámeszköz tulajdonosa haladéktalanul, de legkésőbb 2026. december 31-ig köteles a saját költségén eltávolítani. Ennek elmaradása esetén a helyi önkormányzat a reklámeszköz tulajdonosától és az ingatlan tulajdonosától egyaránt követeli a reklámeszköz

haladéktalan eltávolítását, és velük szemben a 105. § szerint jár el. *[ez a bekezdés is módosítandó, de erre egyelőre nem adható pontos jogszabálysöveg]*

B) verzió

103. § [Reklám-elhelyezési tilalom]

(1) Tilos elhelyezni reklámot, reklámeszközt

- a) a kiemelt nemzeti emlékhelyen,
- b) a műemléken és annak telkén,
- c) a történeti kert területén,
- d) a védett temető területén,
- e) * az országos jelentőségű védett természeti terület területén, és
- f) * a helyi önkormányzat rendeletében meghatározott egyéb bel- és külterületen.

Új (3) bekezdés:

(3) Az (1) bekezdés f) pontja alapján elfogadott helyi önkormányzati rendelet nem hozhat létre olyan szabályozást, amely alapján a település teljes bel- és külterületén tilos a reklám, reklámeszköz elhelyezése.

104. § (5) bekezdés

(5) * A helyi önkormányzat rendeletében – a (3) és (4) bekezdésben foglaltakon túl – **az e törvény végrehajtására kiadott kormányrendeletben meghatározott hatásvizsgálatot követően** kizárhatja azon reklámeszközöket, amelyeken reklám nem helyezhető el.

230. § (4) bekezdés

(4) * E törvénynek a gyűlöletkeltésre alkalmas politikai reklámok visszaszorításáról, a gazdasági reklámok településképi illeszkedésének biztosításáról, valamint egyes beruházási szabályok módosításáról szóló 2026. évi XX. törvénnyel (a továbbiakban: Módtv1.) megállapított 103. §-a és 104. §-a szerinti követelményeknek, valamint az e törvény felhatalmazása alapján kiadott kormányrendelet és önkormányzati rendelet előírásainak nem megfelelő reklámeszközt a reklámeszköz tulajdonosa haladéktalanul, de legkésőbb 2026. december 31-ig köteles a saját költségén eltávolítani. Ennek elmaradása esetén a helyi önkormányzat a reklámeszköz tulajdonosától és az ingatlan tulajdonosától egyaránt követeli a reklámeszköz haladéktalan eltávolítását, és velük szemben a 105. § szerint jár el. *[ez a bekezdés is módosítandó, de erre egyelőre nem adható pontos jogszabálysöveg]*

A végrehajtási kormányrendeletbe javasolt szöveg a hatásvizsgálat kapcsán:

A Méptv. 104. § (5) bekezdése szerinti helyi önkormányzati rendelet elfogadását megelőző hatásvizsgálat során a helyi önkormányzat a jogalkotásról szóló 2010. évi CXXX. törvény (Jat.) 17. § (2) bekezdés a) pont aa) alpont körében különösen a következőket vizsgálja:

- a) közlekedésbiztonsági szempontok,
- b) közművek és közterületi infrastruktúra használatának befolyásolása,
- c) településképi illeszkedés,
- d) településen belüli reklámzaj,
- e) ingatlanhasználatra gyakorolt hatások,
- f) vállalkozások alkalmazkodási költségei,
- g) helyi vállalkozások versenyképességére gyakorolt hatás,
- h) (...) *[további lehetséges társadalmi, gazdasági szempontok]*

A TULAJDONOSI KÖZÖSSÉG NYILATKOZATA

arról, mit tett lehetővé a társasház reklámbevétele

Az Oktogon tér 1. szám alatti társasház közössége nevében fontosnak tartjuk rögzíteni, hogy az épület elmúlt években elvégzett legjelentősebb munkái nem valósulhattak volna meg a homlokzati reklámfelületből származó bevétel nélkül.

Az épület adottságai, a felújítások rendkívüli költsége és a tulajdonosi közösség teherbíró képessége miatt a teljes költség tulajdonosokra terhelése nem volt reális. A reklámcég által fizetett - több esetben több évre előre rendelkezésre bocsátott - bérleti díj teremtette meg azt a pénzügyi alapot, amelyből az alábbi munkákat el lehetett végezni.

Megvalósult értékek

A társasház nyilvántartása szerint a reklámbevétel az alábbi beruházásokhoz járult hozzá:

Felújítás / beruházás	Megvalósítás éve	Igazolt költség
A külső és belső homlokzat teljes körű felújítása	2007, 2016	60.000.000 Ft
A lift felújítása	2023	9.000.000 Ft
A vízvezeték-rendszer cseréje / korszerűsítése	folyamatos	5.500.000 Ft
A csatornahálózat felújítása	folyamatos	1.900.000 Ft
A tető felújítása	folyamatos	7.000.000 Ft
Összesen		83.400.000 Ft

Mit jelentett ez a lakóknak?

A reklámbevétel következtében a felújítások közös költségen vagy külön befizetésen keresztül jelentkező tulajdonosi terhe megközelítőleg tizedrészére mérséklődött. Ez nem egyszerű kényelmi szempont volt: több tulajdonos számára a teljes vagy akár jelentősebb részösszeg megfizetése sem lett volna vállalható.

A ház lakásainak / albetéteinek száma	42 db
Idős vagy korlátozott teherbírási tulajdonosok aránya	38 %
A reklámbevételből biztosított teljes forrás	100.000.000 Ft
A tulajdonosokra jutó tényleges hozzájárulás	100.000.000 Ft

Pályázati forrás hiánya

Sem a Fővárosi Önkormányzat, sem a kerületi önkormányzat részéről nem volt elérhető olyan releváns, megfelelő összegű pályázat, amely a felsorolt felújítások valódi finanszírozási alternatívája lehetett volna. A közösség az évek során segítség helyett elsősorban hatósági nehézségeket, eljárási terheket és bírságolást tapasztalt.

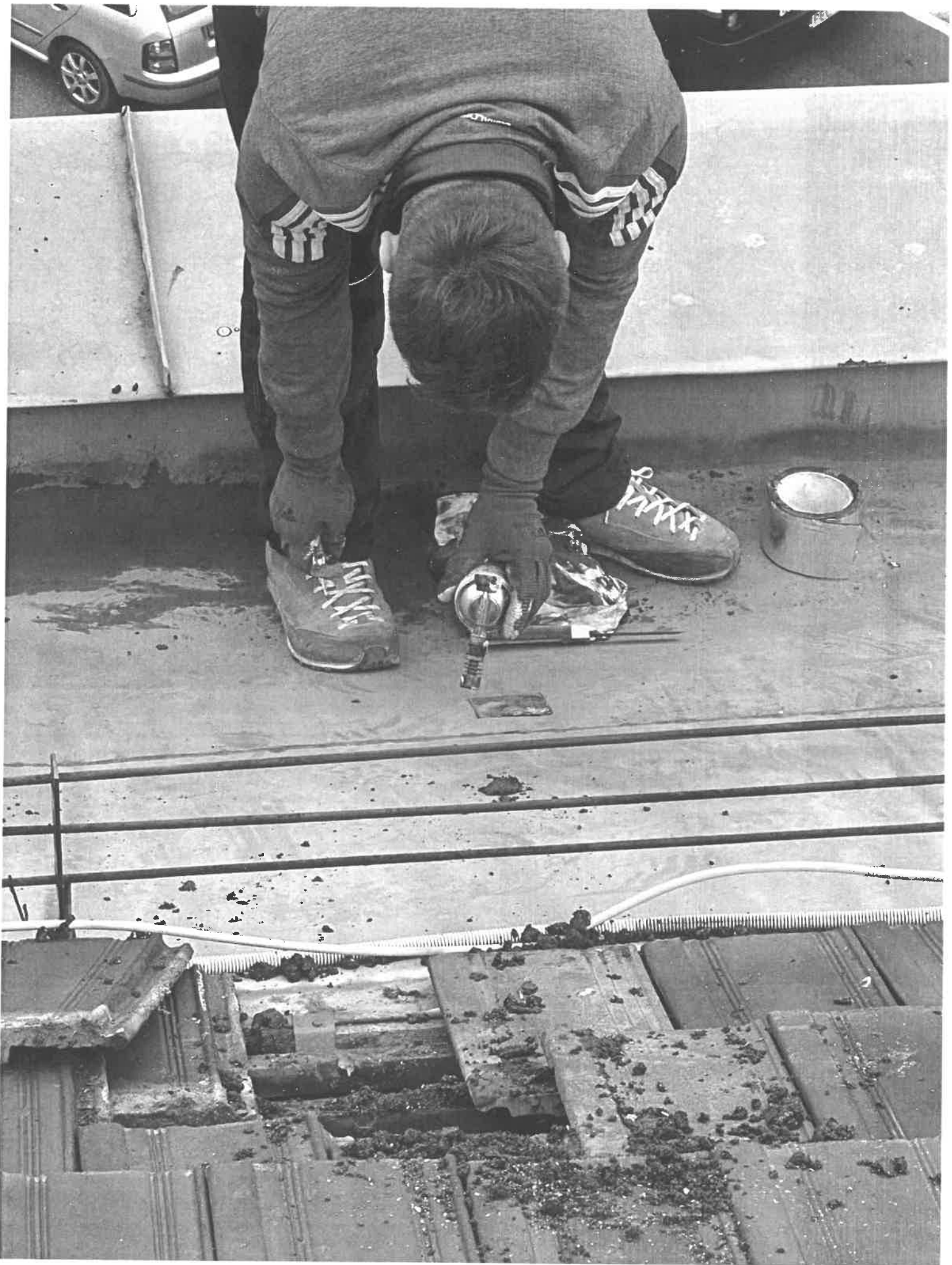
Kérjük, hogy a reklámfelületekre vonatkozó jövőbeni döntések során ne kizárólag városképi, hanem társadalmi, örökségvédelmi és lakhatási szempontként is vegyék figyelembe e bevételek szerepét.

Kelt: Budapest, 2026. Augusztus 3.

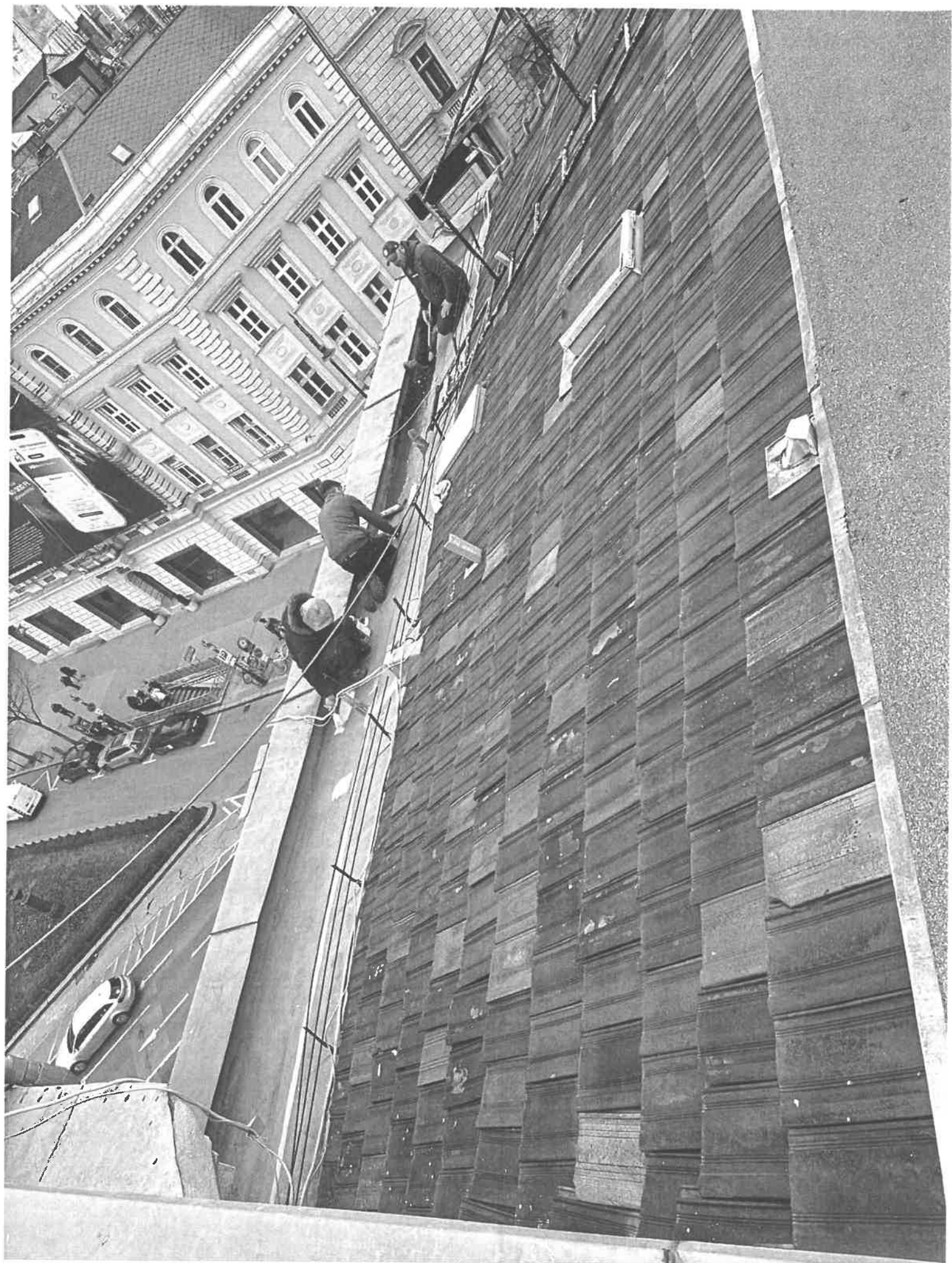
.....*Nagy Mária*.....

a társasház képviseletében
Közös képviselő

TÁRSASHÁZ
1066 Budapest, Oktogon tér 1.
Adószám: 28900896-1-42











NYILATKOZAT

a reklámbevételekből megvalósított társasházi felújításokról

Alulírott, a Budapest VI. kerület, Andrassy út 49. szám alatti társasház törvényes képviselőjeként, a társasház iratai, közgyűlési határozatai és pénzügyi nyilvántartásai alapján az alábbiakról nyilatkozom.

A reklámfelület hasznosításából származó bevételek az elmúlt években meghatározó forrást jelentettek a műemléki és műszaki állapot megőrzéséhez, illetve a szükséges korszerűsítések elvégzéséhez.

A reklámbevételek felhasználásával megvalósult munkák:

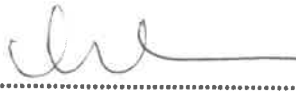
Felújítás / beruházás	Megvalósítás éve	Igazolt költség
A külső és a belső homlokzat teljes felújítása	2009	30.000.000 Ft
A felvonó felújítása / korszerűsítése	2023	15.000.000 Ft
A gázvezeték-hálózat cseréje, illetve korszerűsítése	2015	14.500.000 Ft
A vízvezeték-hálózat felújítása	folyamatos	4.500.000 Ft
A szennyvíz- és csatornahálózat felújítása	folyamatos	3.450.000 Ft
A tető teljes vagy részleges felújítása	2012	8.500.000 Ft
A társasház teljes elektromos hálózatának korszerűsítése	2016	9.650.000 Ft
Összesen		58.600.000 Ft

A tulajdonosokra jutó teher

A reklámbevételek bevonásával a tulajdonostársak által közös költségből vagy külön célbefizetéssel viselendő felújítási teher becslésünk szerint hozzávetőleg az egytizedére csökkent. A reklámbevételek nélkül e munkák elvégzése csak rendkívüli mértékű befizetések, hosszú távú hitelfelvétel vagy a beruházások további halasztása mellett lett volna elképzelhető. Az összeg különösen annak tükrében jelentős, hogy a mai építési értéken bőven meghaladja a 100.000.000 HUF értéket.

A társasház számára az érintett időszakban nem állt rendelkezésre olyan érdemi fővárosi vagy kerületi pályázati konstrukció, amely e nagyságrendű és összetettségű munkák finanszírozására reális alternatívát jelentett volna. A társasház tapasztalata szerint az önkormányzati és hatósági oldalról nyújtott pénzügyi segítség helyett jellemzően újabb adminisztratív terhek, korlátozások és bírság kockázatok jelentkeztek.

Kelt: Budapest, 2026.

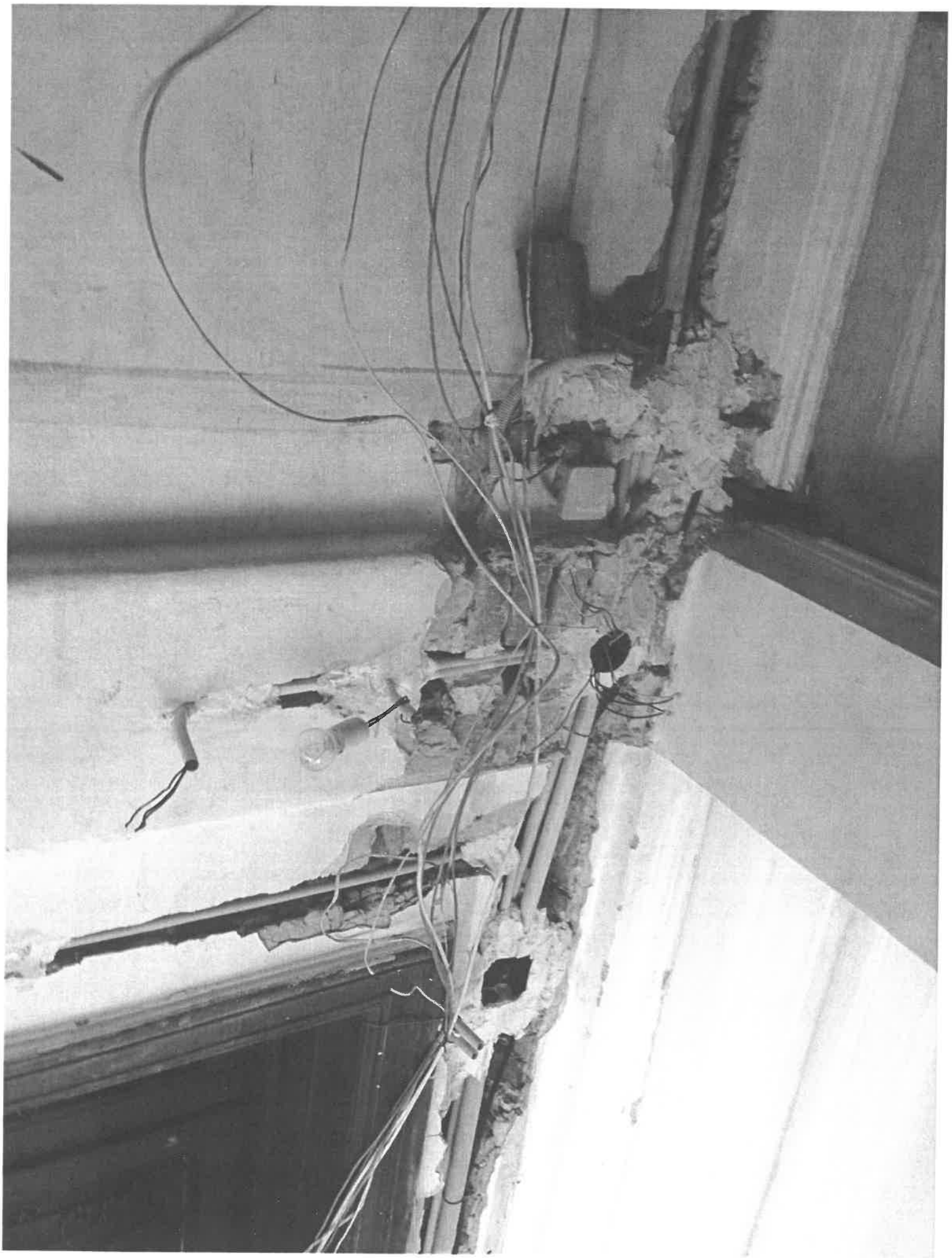


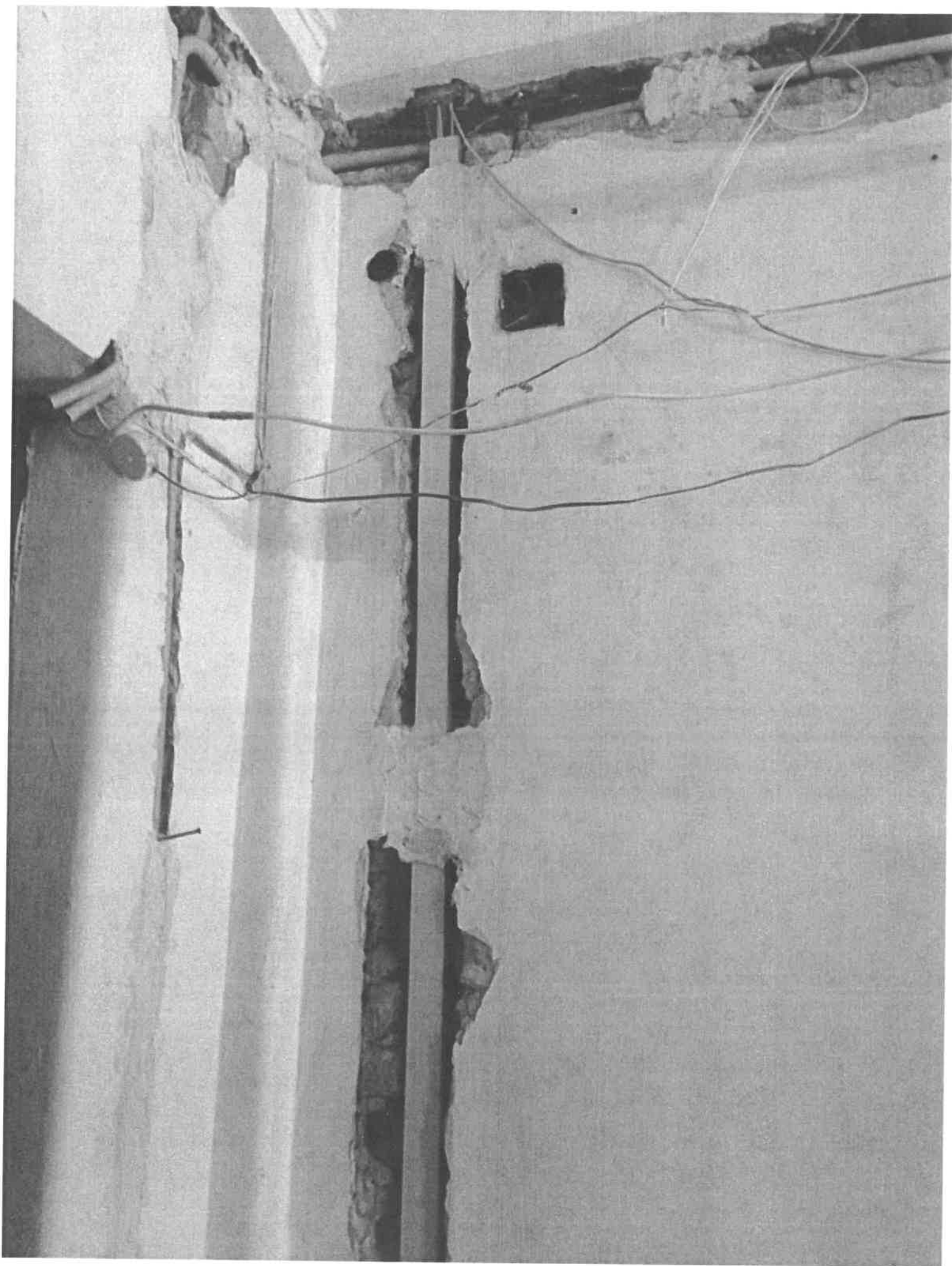
a társasház képviseletében
Közös képviselő

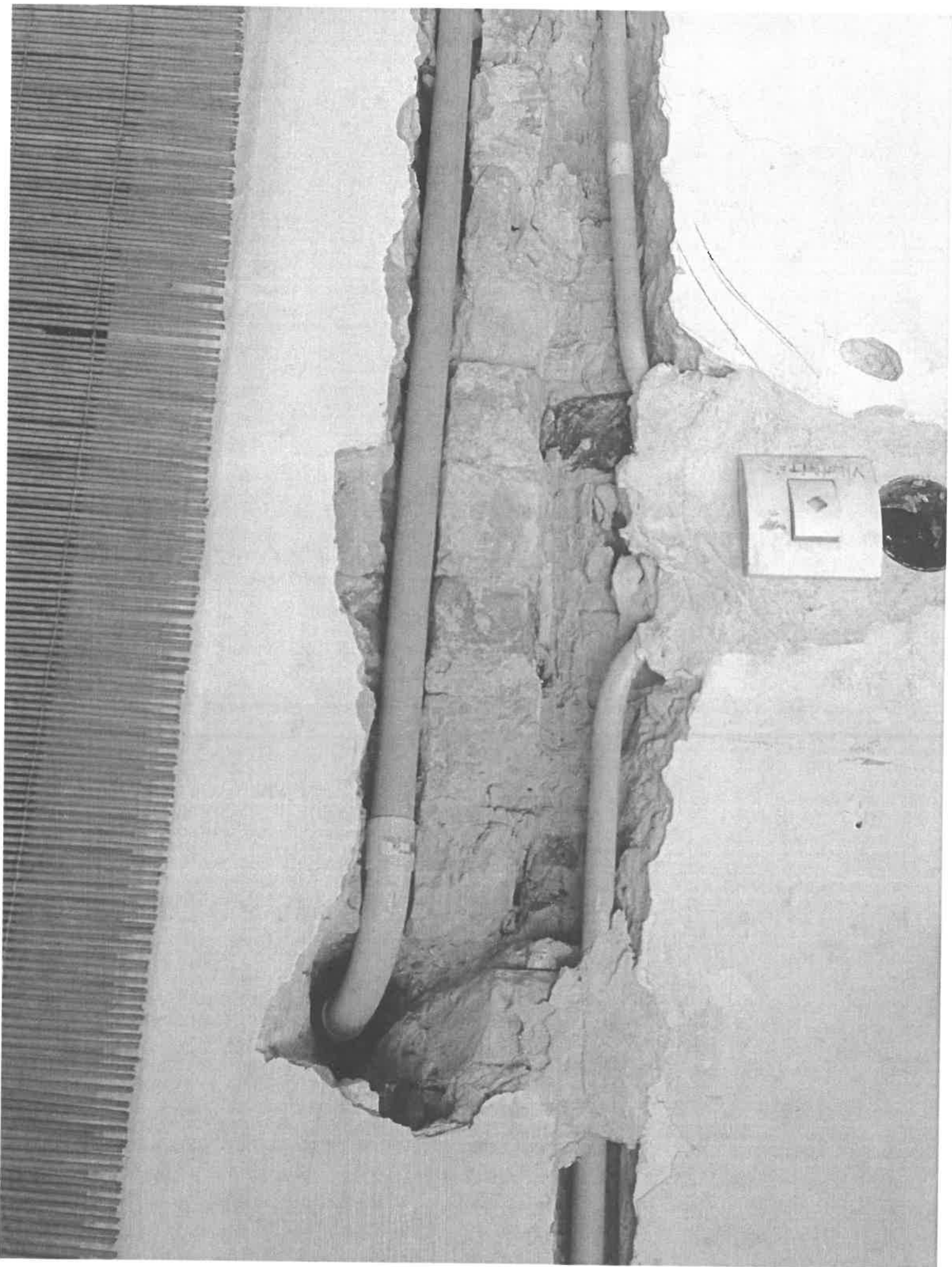
TÁRSASHÁZ
1061 Bp., Andrassy út 49.
Adószám: 28584887-1-42











NYILATKOZAT ÉS HELYZETBEMUTATÁS

a reklámbevételből előfinanszírozott, folyamatban lévő felújításokról

A Vérmező utca 6. szám alatti társasház képviseletében ezúton igazoljuk, hogy az épület jelenlegi felújítási programja a reklámfelületet hasznosító médiacég előfinanszírozásával zajlik.

A megállapodás alapján a médiacég több év bérleti díját előre biztosítja, illetve biztosította. E nélkül a társasház saját forrásból nem tudta volna a műszakilag szükséges munkákat megkezdeni és folyamatosan finanszírozni.

A program tartalma és pénzügyi állása

A reklámceég előfinanszírozása az alábbi munkákhoz kapcsolódik:

Felújítás / beruházás		Megvalósítás éve	Igazolt költség
A teljes külső homlokzat felújítása		2012	18.980.000 Ft
A tetőszerkezet és tetőfedés felújítása		2024	18.800.000 Ft
A gázvezeték-hálózat cseréje / korszerűsítése		2016	5.600.000 Ft
Az elektromos hálózat felújítása		2025	14.900.000 Ft
Összesen			58 280 000 Ft
Médiacég által már előfinanszírozott összeg	10.000.000 Ft		
Még várható előfinanszírozás	5.000.000 Ft		
Előre megfizetett bérleti időszak	2025-2027.12.31. év		
Munkák várható befejezése	Munka készen van.		

Miért nem helyettesíthető ez a forrás?

A társasház pénzügyi helyzete és a tulajdonosi kör összetétele nem teszi lehetővé, hogy a teljes beruházási összeget egyszeri célbefizetésként vagy jelentős közös költség-emeléssel szedje be. A reklámbevétel miatt a tulajdonosokra jutó finanszírozási teher hozzávetőleg tizedakkora, mint külső bevétel nélkül lenne.

A társasház számára a felújítások volumenéhez igazodó fővárosi vagy kerületi pályázati támogatás nem állt rendelkezésre. A helyi és fővárosi szervektől az elmúlt években pénzügyi segítség helyett elsősorban szigorításokat, eljárási nehézségeket és bírságolást tapasztaltunk.

A bevétel kiesésének közvetlen következménye

A reklámfelületből származó jövőbeni bevétel megszűnése vagy ellehetetlenítése nem csupán a társasház éves költségvetését érintené: veszélyeztetné a már megkezdett munkák finanszírozhatóságát, és az előre vállalt kötelezettségek teljesítését is. Ezért a szabályozási döntések meghozatalakor a fennálló, több évre szóló finanszírozási konstrukciók védelme elengedhetetlen.

A nyilatkozat a társasház szerződései és pénzügyi nyilvántartásai alapján véglegesítendő; a jelölt adatok aláírás előtt kitöltendő.

Kelt: Budapest, 2026.



TÁRSASHÁZ
1015 Bp., Vérmező u. 6.
Adószám: 28040758-1-1

.....
a társasház képviselőjében
Közös képviselő









