

SAJTÓKÖZLEMÉNY

Piactorzító és részrehajló:

Magyar kisvállalkozások tömegei lehetnek a közterületi reklámszabályozás áldozatai

Budapest, 2026. szeptember 8. – A mai napon a Közlekedési és Beruházási Minisztérium tájékoztatta az MRSZ OOH tagozatának képviselőit a kormány korábbi döntése nyomán módosult közterületi reklámszabályozáshoz¹ kapcsolódó kormányrendelet várható tartalmáról, amely a holnapi kormányülés elé kerülhet. Az MRSZ OOH tagozata szerint a június végén hatályba lépő új törvény a kedden ismertetett kormányrendelet-tervezet tartalmával kiegészülve különösen piactorzító és részrehajló; hiszen magyar kisvállalkozásokat, és az ezekben a vállalkozásokban dolgozó több, mint 20 ezer embert hozhat lehetetlen helyzetbe vagy tehet munkanélkülivé, miközben indokolatlan piaci előnyhöz juttathat néhány piaci szereplőt. Ezért a Magyar Reklámszövetség Közterületi (OOH) Tagozata az eddigi döntések és a kormányrendelet-tervezet sürgős visszavonását, felülvizsgálatát kéri. A szövetség tiltakozik az ellen, hogy egy ilyen horderejű döntés hatásvizsgálatok és előzetes érdemi iparági konzultáció nélkül született meg.

A változó szabályozás értelmében a fővárosi hirdetőfelületek száma a jelenlegi közel 16 ezerről akár 5 ezer körültre is visszaeshet, de az országos számok értelemszerűen ennél még magasabbak, például az óriásplakátok tekintetében 95%-os csökkenést jelenthetnek. Mindeközben a maradvány közterületi reklámpiacot innentől csak mindösszesen két közterületi média szereplő uralhatja. A Magyar Reklámszövetség Közterületi (OOH) Tagozata erősen kifogásolja azt, ahogyan ez a döntés megszületett, stratégiaiilag pedig egyenesen rossz iránynak tartja a közterületi reklámpiac piac ilyen mértékű, elhamarkodott átalakítását és korlátozását, ráadásul a Závecz Research friss kutatása alapján a magyar lakosság 4/5-e szerint hasznos és nem zavaró a gazdasági- vagy társadalmi célú közterületi hirdetések jelenléte a közterületeinken.

A szabályozás nem az egyenlő elbánás elvét követi:

Egyes piaci szereplők és eszköztípusok gyakorlatilag változatlan feltételekkel működhetnek tovább, míg mások azonnali, aránytalan eltávolítási kötelezettséggel és jogszerűen megkötött szerződéseik ellehetetlenülésével szembesülnek. Ez a piaci versenyt is torzítja, és hosszú távon néhány szereplő kezébe koncentrálja a megmaradó felületeket. A Tagozat álláspontja szerint a döntéshozatal súlyos hiányossága, hogy a szakma tényleges bevonása nélkül,

¹ A [2026. évi XX. törvény](#) alapjaiban alakítja át a közterületi reklámpiacot. A jogszabály szerint a közterületen vagy közterületről látható magánterületen reklám főszabály szerint utcabútoron, tetőszerkezethez kapcsolódó reklámhordozón, illetve a végrehajtási szabályokban meghatározott egyéb eszközökön maradhat fenn; a feltételeknek nem megfelelő meglévő reklámszervezőket pedig nagyon rövid határidőn belül el kell bontani.

hatástanulmány és érdemi egyeztetés hiányában született meg - a jogszabályban előírt véleményezési határidő is csak formálisan teljesült.

Az MRSZ OOH Tagozat hangsúlyozza, egyetért azzal, hogy a piacot szabályozni szükséges, de a megvalósítás módja és várható végeredménye ellen kifogásokkal él:

Az MRSZ a gyűlöletkeltő politikai plakátok beszüntetésével teljes mértékben egyetért. A városkép védelmét pedig maga is támogatja. Ez utóbbi megvalósításában a probléma a hogyan. A Fővárosban több mint 8 ezer, országosan összesen közel 24 ezer óriásplakátot kellene helyszínenként 200-300 ezer forintos költséggel, az év végéig eltávolítani, miközben egy teljes iparág - médiatulajdonosok, kivitelezők, nyomdák, beszállítók és munkavállalók - egzisztenciája kerül veszélybe úgy, hogy a döntés gazdasági hatásait senki nem mérte fel érdemben.

"Nem a szabályozás ellen vagyunk, hanem az előkészítetlen, egyenlőtlen feltételeket teremtő döntéshozatal ellen. Egy jó szabályozásnak arányosnak, átláthatónak és minden piaci szereplőre egyformán érvényesnek kell lennie, és az érintettek bevonásával kell megvalósulnia. Mindaddig hittünk abban, hogy az ilyen ultimátum-szerű döntéshozatal korszaka véget ért." - mondta Bauer Tamás, a Reklámszövetség közterületi tagozatának elnöke.

Az előzmények ellenére a Tagozat a mai napig nyitott a szakmai egyeztetésre:

Az MRSZ Közterület tagozata ismételten felajánlja együttműködését a jogalkotónak és az önkormányzatoknak egy arányos, versenysemleges és hatástanulmányon alapuló szabályozás kialakításához.

A Magyar Reklámszövetség Közterületi (OOH) Tagozata 2016 óta működik, jelenleg 27 tagvállalatot tömörít, célja a közterületi reklámpiac szakmai érdekképviselése és fejlődésének elősegítése.

További információ:

Fülöp Szilvia

Főtitkár

Magyar Reklámszövetség

06 70 333 2 555

fulop.szilvia@mrsz.hu