

Közterületi reklámok a közjóért kampány indul

Kevesebb plakát, rendezett elhelyezés és sok felület a közjót szolgáló köztéri hirdetéseknek

Budapest, 2026. augusztus 18. - A héten országszerte megjelennek a Magyar Reklámszövetség Közterületi Tagozatának reklámjai plakátokon, digitális reklámeszközökön és citylight felületeken. A „Közterületi reklámok a közjóért” kampány egyetlen kérdést jár körül: mit veszítenénk, ha eltűnnének ezek a hirdetések. Honnan tudnánk meg, kinek adjuk az egy százalékot, mi lenne a színházak, mozik és fesztiválok közönségével, és honnan tudnánk, hova forduljunk, ha baj van. A szakma egyben javaslatot tesz: a közterületi hirdetések közcélú felhasználása a szabályozásban rögzített, garantált és ellenőrizhető kvóta legyen.

A „Közterületi reklámok a közjóért” kampány arra hívja fel a figyelmet, hogy a közterületi hirdetés nem csupán kereskedelmi csatorna. A plakátokról ismerünk meg civil szervezeteket és támogatható ügyeket, a plakátokról tájékozódunk a kulturális programokról, és sokan az utcán találkoznak először azzal az elérhetőséggel, amelyet később bajban tárcsáznak. A most megjelenő három téma csak példa: ugyanez a sor még hosszan folytatható lenne a szűrésre buzdító felhívásoktól a közlekedésbiztonsági üzeneteken át a katasztrófavédelmi tájékoztatásig. A kampány ezt a hétköznapi, ezért többnyire észrevétlen szerepet teszi láthatóvá.

A megjelenések tűzfalakon, óriásplakátokon, hagyományos citylight felületeken és digitális reklámeszközökön futnak, országosan. A három tűzfali megjelenés speciális, újrahasznosított anyagra készült, amelyet Magyarországon egyelőre csak kevesen alkalmaznak: a szakma ezzel azt is meg kívánja mutatni, hogy a nagyméretű reklámhordozók fenntarthatóbb módon is előállíthatók. A kreatívok politikai tartalmat nem hordoznak, párthoz és politikushoz nem kötődnek, és a kampány egyetlen kereskedelmi márkát sem népszerűsít.

A szakma ugyanazt akarja, amit a jogalkotó

A közterületi reklámeszközök szabályozása jelenleg átalakulóban van. Az MRSZ Közterületi Tagozata (OOH) és a kormányzat célja azonos: rendezett városkép, kevesebb vizuális terhelés és a jogszerűtlen reklámeszközök felszámolása. A tagozat nem a rendteremtés ellen érvel, hanem éppen azt szorgalmazza, sőt saját felmérése alapján maga tett javaslatot a törvényalkotó felé a jogszerűtlenül kihelyezett eszközök felszámolására. A kampány célja nem a szabályozás

megkérdőjelezése, hanem annak láthatóvá tétele, hogy ezek a felületek ma milyen közösségi funkciót töltenek be, és a versenypiaci szereplők és a hazai kis- és középvállalkozások mellett kik veszítenék el a legtöbbet, ha ez a csatorna eltűnne: a helyi civil szervezetek, a kulturális intézmények, valamint azok a célcsoportok, amelyeket online nem, vagy csak nehezen lehet elérni.

A politikai plakát nem tér vissza

A szakma tisztában van azzal, hogy a mai szabályozási szándék nem előzmény nélküli. Az elmúlt másfél évtizedben a közterületen olyan kormányzati kampányok is futottak, amelyeket sokan bántónak és megosztónak éltek meg, és amelyek nyomán a plakát mint műfaj is rossz emléket hagyott sokakban. Ezt a tagozat nem vitatja, és nem is szeretné megismételni.

Éppen ezért a közterületi cégek egyértelműen kiállnak a pártpolitikai hirdetés közterületi tiltása mellett, és vállalják, hogy politikai hirdetés a jövőben nem kerül vissza a közterületre, függetlenül attól, hogy ki rendelné meg. Fontos ugyanakkor látni azt is, hogy ezen piac szereplőinek döntő többsége hazai kis- és középvállalkozás, amelyeknek soha semmi közük nem volt a korábbi kormányzati érdekkörhöz.

Kevesebb plakát és rendezettebb elhelyezés

A szakma javaslata nem áll meg a tartalomnál. A politikamentesség mellett az elhelyezésre is konkrét javaslatot tesz a kormányzat felé, mert a városkép nemcsak attól lesz rendezett, hogy mi kerül a plakátra, hanem attól is, hogy hol és mennyi van belőle.

A javaslat két elven nyugszik. Vannak területek, ahová a jövőben egyáltalán nem kerülne közterületi reklám: ilyenek a történelmi városrészek és a műemléki környezet. Máshol pedig nem a teljes megszüntetés, hanem a ritkítás a megoldás, sűrűségi és távolsági szabályok mentén, hogy a felületek ne érjenek össze, és ne uralják le az utcaképet.

Sokan emlékeznek arra, amikor a plakátok egymás hegyén-hátán sorakoztak, és nem volt ritka, hogy egyetlen ponton akár egy tucat hirdetés zsúfolódott egymás mellé és fölé. A Közterületi Tagozat javaslata szerint ez véglegesen megszűnne.

Amit a kampány mutat, és amit a szakma vállal

A mostani kampány figyelemfelhívás arra, hogy mit ad a köztér a köznek.

A szakma ettől függetlenül ennél többre is kötelezettséget vállalna. A szabályozás előkészítése során azt javasolja, hogy a jövőben a plakátok egy része állandóan, előre rögzített szabályok szerint és mindenki számára átlátható rotációban közcélú hirdetésekre legyen fenntartva.

Bauer Tamás, az MRSZ Közterületi Tagozatának elnöke

„A rendezett városkép jogos elvárás, és ezt a szakma is akarja. Az MRSZ Közterületi Tagozata ezzel a kampánnyal rá szeretne mutatni arra, hogy ezek a felületek jól használva mit adnak a köznek. Például az egy százalékos időszakban rengeteg civil szervezet kampányol a plakátokon, a legkisebb helyi egyesülettől az állatmenhelyeken át a nagy alapítványokig. Ezen túlhat, hogy

eljutnak-e azokhoz, akik felajánlanák nekik az egy százalékukat. Éppen ezért azt javasoljuk, hogy a közcélú felhasználás ne ígéret legyen, hanem a szabályozásban rögzített, garantált és ellenőrizhető kvóta.”



REKLÁM NÉLKÜL IS TUDJUK, HOGY KINEK ADJUK AZ 1%-OT?

A plakátokról ismerünk meg fontos ügyeket és civil szervezeteket.

 **MAGYAR Reklámszövetség**
1975 óta

KÖZTERÜLETI REKLÁMOK A KÖZJÓÉRT



REKLÁM NÉLKÜL IS TUDNÁNAK SEGÍTENI?

A plakátokról tudjuk, hogy hova fordulhatunk, ha baj van.

 **MAGYAR Reklámszövetség**
1975 óta

KÖZTERÜLETI REKLÁMOK A KÖZJÓÉRT



REKLÁM NÉLKÜL IS TELT HÁZ LENNE?

A plakátokról ismerjük meg a színházak, mozik, fesztiválok műsorát.

 **MAGYAR Reklámszövetség**
1975 óta

KÖZTERÜLETI REKLÁMOK A KÖZJÓÉRT

Szerkesztőségi háttér

- A kampány a Magyar Reklámszövetség Közterületi Tagozatának önkéntes kezdeményezése, a felületeket a tagvállalatok díjmentesen biztosítják.

- Formátumok: tűzfal, óriásplakát, hagyományos citylight és digitális reklámeszközök. A kampány a nyár végén fut, országosan.
- A három tűzfali megjelenés Magyarországon még kevésbé elterjedt, újrahasznosított anyagból készült. A megoldásról és a mögötte álló technológiáról szívesen adunk részletes tájékoztatást.
- A kreatívok és a kihelyezett felületekről készült fotók sajtócélra szabadon felhasználhatók, igény esetén megküldjük őket.
- A tagozat a közterületi szabályozásról szakmai anyagot készített, amelyet a döntéshozók rendelkezésére bocsátott. A szakmai javaslatokról a következő hetekben részletes tájékoztatást adunk.

További információ:

Fülöp Szilvia
Főtitkár
Magyar Reklámszövetség
06 70 333 2 555
fulop.szilvia@mrsz.hu