



ÁLLÁSFOGLALÁS A KERESŐHIRDETÉSEKRŐL

Háttér: marketingkommunikáció területén megjelenő új technikák miatt szükségesnek látjuk, hogy a piac további fejlődése, és a fogyasztók jobb tájékoztatása, továbbá a jogszabályok betartása és az etikus reklámozás érdekében a piaci szereplők számára ajánlásokat fogalmazzunk meg.

Probléma: a Magyarországon is egyre nagyobb teret kapó (Nyugat-Európában az online hirdetési piac közel 50%-át, az Egyesült Királyságban már 65%-át kitevő) szöveges keresőhirdetések technikai jellemzői, a világ vezető keresőhirdető cégének (Google) technikai paraméterei alapján:

CÍMSOR (25 karakter)

LEÍRÁS1 (35 karakter)

LEÍRÁS2 (35 karakter)

MEGJENELÍTETT CÉLOLDAL (URL) (35 karakter)

Web Képek Hírek Csoportok Blogok Gmail továbbiak ▾

Bejelentkezés

Google [Speciális keresés](#)
Keresés: Web Magyar nyelvű oldalak Oldalak ebből az országból: Magyarország

Web A(z) "hitel" kifejezés 1-10. találatja az összes, kb. 5 140 000 találatból. (0,06 másodperc)

Kedvező gyors hitel
www.provident.hu Keressem megoldást problémáira igényeljen kölcsönt online!

A Legjobb Hitelt keresi?
hitel.co.hu/Hitel A banki szigorítások ellenére a Legjobb Hitelek egy helyen

Citibank Személyi Kölcsön
www.citibank.com Költsé bármirel Fix havi törlesztőrészlettel, forint alapon.

Kapcsolódó keresések: [személyi hitel](#) [szabad felhasználású hitel](#)

Hitel lap.hu
Szüksége lenne pénzre, de nem tudja, melyik ajánlatot válassza? Szeretne hitelt felvenni, de nem csak a reklámokból tájékozódna? Ha ilyen vagy ehhez hasonló ...
hitel.lap.hu/ - 96k - [Tárolt változat](#) - [Hasonló oldalak](#)

Hitel Vadász - Online Hitel - Hitel kereső | Hitel Centrum
Hitel Vadász - Hitel kereső Hitel, hitelek, hitelezők, banki kölcsön és jelzálog hitel kondícióinak bemutatása. Hitel centrum Online hitel, ...
hitel.besthungary.hu/ - 36k - [Tárolt változat](#) - [Hasonló oldalak](#)

Hitel folyóirat
Szépirodalmi folyóirat, költészet és próza, esszék, tanulmányok, irodalomkritika, kortárs irodalom, társadalomtudomány, népi irodalom, határon túli irodalom ...
www.hitelfolyoirat.hu/ - 11k - [Tárolt változat](#) - [Hasonló oldalak](#)

Banki Hitel - A hiteles megoldások portálja [bank, hitel, kölcsön]
Minden, ami hitel: gyors hitel, kölcsön, gyorskölcsön, hitelek összehasonlítása: személyi kölcsön, autohitel, ingatlanhitel, hitel kalkulátor.
www.bankihitel.hu/ - 41k - [Tárolt változat](#) - [Hasonló oldalak](#)

HITEL CENTRUM | Hitelkiváltás | Személyi Hitel | Auto Hitel ...
Hitel Centrum | Hitel? Megmutatjuk az összeset! Bankfüggetlen tanácsadás. Alacsony kamatok, akciós ajánlatok, HITEL ELŐMINŐSÍTÉS, ingyenes ügyintézés.
www.hitelszeniz.hu/ - 48k - [Tárolt változat](#) - [Hasonló oldalak](#)

Hitel | Hitelkiváltás | Ingatlanhitel | Szabadfelhasználású hitel ...
Hitel megoldások Önért. Aktív BAR, és passzív BAR-os hitelek gyors és országos kiközvetítése. Jelzálog hitel Budapesten és vidéken már 5 nap alatt.
www.hitelshop.com/ - 35k - [Tárolt változat](#) - [Hasonló oldalak](#)

AEGON Hitel | Nyitólap
Üdvözlünk az AEGON Magyarország Hitel Zrt. honlapján. -> ONLINE KÖLCSÖNIGÉNYLŐ. Igényeljen kölcsönt az interneten keresztül kedvezményrel. -> FIOKKERESŐ ...
www.aegonhitel.hu/ - 21k - [Tárolt változat](#) - [Hasonló oldalak](#)

Hitelek.com
Jelzálog prémium hitel kombinált hitel (8 millió Ft hitelösszegig): THM 4,78% ... Kiegészítő szabad felhasználású kombinált hitel: THM 6,46% ...
www.hitelek.com/ - 22k - [Tárolt változat](#) - [Hasonló oldalak](#)

HITEL GURU Kft - A legjobb hitelek 1 helyen!
Több mint 33 bank hitelt 1 helyen! Versenyztesse meg a bankokat, hogy az Öné legyen a ...

Sponsorált linkek (keresőmarketing hirdetések)

Gyors-kölcsön gépjárműre
Gyors kölcsön autofedezetre, jövedelemigazolás nélkül.
www.BankiHitelek.hu

Hitelspecialista
Hitelajánlatok! Itt a korlátlan lehetőség, bárosoknak is.
www.hiteligeny.hu

Benks Prémium Hitel!
Hitelkiváltás, egyedi kedvezmények Csökkentse havi törlesztését!
www.benks.hu

Hitel?
Egy újrap kitalálásával 250 banktól és hitelrodától kérhet ajánlatot!
www.bankihitelek.eu

CHIF Alapú Ingatlan Hitel!
6,18%-as THM-től Tulajdoni lap OFI Becslés OFI Folyósítás OFI.
www.ingeneshitelcentrum.hu

Hitel Nagyszer
On-Line Hiteligénylés 33 Bank Kínálatából
www.globalcredit.hu

A jelzáloghitel-szakértő
Szabad felhasználású hitelek, akár nyaralásra is, a specialistaótt!
www.ingatlanhitel.hu

Díjmentes HitelÜgyintézés
Lakás-, személyi-, jelzáloghitelek Budapesten 26 bank ajánlataival.
www.dhu.hu



Ebben a sablonban nem lehetséges az egyébként a Google által meghatározott sablon összes karakterszámánál is sokszor hosszabb "jogi szövegeket" megjeleníteni. Jelen javaslat az úgynevezett keresőhirdetésekkkel, illetve az ehhez hasonló alapú reklámformákkal kapcsolatban fogalmaz meg ajánlásokat a jogszerű és etikus reklámozási gyakorlat kialakítása és elterjesztése érdekében.

Javaslat: a keresőmarketing, illetve esetleg általánosságban is az online bannerekbe foglalt szövegekről, és jogi szövegekről.

1. A GVH gyakorlata - fősor és az egy kattintással elérhető oldal egysége

Kiindulásként figyelembe vehetjük a GVH VJ-31/2008/22 továbbá a VJ-128/2006/41, VJ-134/2007/26 számú határozatait, amelyek az összes online hirdetés (de legfőképpen a szöveges keresőhirdetések) esetében a Gazdasági Versenyhivatal által kialakított következetes álláspontot tükrözik. A VJ 31/2008/22. sz. döntés egységes egésznek - egyetlen reklámnak - tekinti a bannert és az egyetlen kattintással elérhető landing paget, amennyiben a "banner-re klikkeléssel olyan oldalra jutott a fogyasztó, ahol az ajánlatról teljes részletességgel tájékozódhatott". A GVH 134/2007/26. sz. határozat ugyancsak leszögezi, hogy elfogadható a tájékoztatás, amennyiben "a fogyasztó egyetlen kattintással olyan felületre (landing page-re) juthatott, ahol egyértelmű tájékoztatást kapott".

A GVH 128/2007/41. sz. döntés ugyanebben a szellemben nyilatkozik, amikor leszögezi, hogy "az online bannerek esetében nem hiányos a tájékoztatás, ha a további kattintás után megjelenő honlap oldalon minden különösebb nehézség nélkül megismerhető".

A GVH által megfogalmazott követelménynek megfelelően jelen ajánlás az egyetlen kattintással való elérhetőséget megköveteli.

E reklámtechnikai eszközök online „szórólaphoz” tekinthetők, ezért a hirdetés egésze egy egységként kezelendő – a többoldalas szórólaphoz hasonlóan. A hirdetés a céloldallal együtt vizsgálendő fogyasztóvédelmi és minden egyéb szempont szerint, hiszen a hirdetés megtekintése után az **elvárt cselekmény** a kattintás. A honlapon (landing page) a fogyasztó plusz költség és erőfeszítés nélkül haladéktalanul hozzájuthat az összes olyan információhoz, amelyre a kiegyensúlyozott tájékoztatás jegyében és az objektív döntéshozatal miatt szüksége lehet. A kattintás éppen olyan fogyasztói cselekedet, mint egy több oldalas szórólaphoz esetén a lapozás, vagy egy sajtóhirdetésnél a teljes szöveg, függetlenül attól, hogy hány bekezdésben fogalmazták meg.

A reklám egységes, egésznek, egynek tekintéséhez nélkülözhetetlen feltétel, hogy a fősor (banner) és a rákattintással együtt elérhető oldal együtt a reklámmal szembeni valamennyi követelményt



maradéktalanul teljesítsék. Nem vonatkozhat tehát a fenti érvelés olyan reklámtartalomra, szövegre, amely csak további kattintással érhető el - ezek tartalmát önálló külön reklámként, esetleg ugyanazon kampányon belül lehet és kell értékelni. Természetesen a reklámozónak lehetősége van arra, hogy további kattintással elérhető tartalmakat is a fogyasztó rendelkezésére bocsásson, semmilyen korlátozás ezzel kapcsolatban természetesen nincs. Az azonban elvárás, hogy a bannerrel, keresővel meghatározott reklámban jogi vagy más előírással szükséges valamennyi elem az első kattintással elérhető legyen.

2. Egységes reklámgyakorlat kialakítása

A gazdaság szereplői készek és képesek a fentieknek is maradéktalanul megfelelő reklámozási gyakorlatot kialakítani és önszabályozás keretében ellenőrizni. A következetes, minden reklámra és reklámozóra, reklámszolgáltatóra vonatkozó gyakorlat, illetve ezen gyakorlatok egységessége önmagában rendkívül előnyös a fogyasztó számára. Könnyebben értelmezhetővé, követhetővé teszi az on-line reklámokat, amelyek lehetőségei és változatossága egyébként jellemzően nagy. Növeli a fogyasztó biztonságérzetét és az on-line reklámokkal szembeni bizalmat, abból a szempontból is, hogy az egységes gyakorlattól eltérő reklámok könnyen kiszűrhetők, míg a gyakorlatnak megfelelőekkel szemben a megalapozott bizalom növekedhet.

Az egységes gyakorlat kialakítása érdekében az első lépés, hogy a reklámozók, reklámszolgáltatók és a reklám közvétevői elfogadják, megismerjék és következetesen alkalmazzák az on-line reklámokkal szembeni jelen ajánlásban megfogalmazott követelményeket.

3. Kötelező szövegek (jogi szövegek) megjelenítése

A kötelező szövegek körébe tartoznak azok a tartalmak, amelyeket jogszabály előír, ezen belül akár közösségi jog (pl. gyógyszer figyelmeztető szöveg, gépjárművek fogyasztási- és károsanyag-kibocsátási adatai), akár nemzeti jog alapján (pl. THM), illetve azok a tartalmak, amelyeket nem jogszabály, hanem más pl. etikai norma ír elő. Ez utóbbiak közé tartozik például a felelősségteljes alkoholfogyasztásra felhívó szöveg, vagy az ajánlat nem teljes-körűségére figyelmeztető felhívás. Az etikus és jogkövető reklámozás során ezen tartalmakat meg kell jeleníteni, azonban a jelen ajánlással érintett reklámeszköz korlátait figyelembe kell venni.

Tekintettel arra, hogy a szükséges és elvárt jogi szöveg (például gyógyszerek esetén a figyelmeztető



felirat, vagy az akcióra vonatkozó részletek) is megjelenhetnek a szórólap utolsó oldalán (11/2007. (III.6.) EÜM rendelet 5.§ (3)), indokoltnak tartjuk, ezen szabály analóg alkalmazását az on-line hirdetési formáknál, vagyis hogy az online alkalmazásakor a „landing page” is azonos elbírálásban részesüljön a szórólap hátoldalával.

Jelen ajánlás a szórólapokhoz képest szigorúbb követelményt támaszt, amikor elvárja, hogy a főszöveg kattintással és további kattintás nélkül legyen elérhető valamennyi kötelező és önként vállalt szöveg. Abban az esetben azonban, amikor a jogszabály a reklámban megjelenítés módját előírja, ezen előírásokra az on-line reklámozás során is figyelemmel kell lenni. Így például a THM feltüntetése a főszöveggel együtt szükséges, amennyiben az a kamatot (költséget, törlesztőrészletet vagy erre való utalást) tartalmazza, mert a vonatkozó jogszabály (40/1997. évi (III.5.) Korm. rendelet 13.§ (4)) a közvetlenül a kamat utáni THM közzétételt írja elő. Amennyiben azonban ilyen rendelkezése nincs, a kötelező szövegek feltüntetése a reklám egészében, tehát az egy kattintással elérhető oldalon elfogadható.

4. A reklám főszövege (banner) és a további szöveg kapcsolatának alapelvei

A keresőhirdetés, illetve a banner – vagyis ami kattintás nélkül látszik, akár egyszerre, akár folyamatosan változva - álláspontunk szerint a reklám főszövegeként tekinthető, ezért annak szövegezésével kapcsolatban a következő elvárásokat fogalmazzuk meg:

- a) legyen összhangban a reklám egészének fogyasztói üzenetével
- b) ne legyen a későbbi kattintással elérhető tartalom
 - a főszöveggel ellentétes,
 - a főszöveggel együtt értelmezhetetlen, ellentmondásos vagy érthetetlen,
 - általános, jellemző, míg a főszövegben foglalt a kivételes esetre vonatkozó

5. Összefoglalás

- a főszöveg (vagy bannerre) kattintással a reklám teljes tartalma elérhető legyen - további kattintás nélkül megismerhetően
- a főszöveg és a reklám egészének tartalma összhangban legyen
- a reklám megjelenítésének és tartalmának meg kell felelnie az egyéb általános és specifikus reklámszabályoknak