

	válaszadó	kontakt	válasz lényege	értékelés
1.	Szerencsejáték Zrt.	Tulik Ágnes, kommunikációs igazgatóhelyettes, szóvivő	Esélyegyenlőség és egyenlő bánásmód eleve kiemelt szempont a napi működésben. Elv és gyakorlat. Vannak esélyegyenlőség érvényesüléséért programok. Médiatervezési és médiavásárlási feladatait egy kft. látja el. A felületek kiválasztásánál figyelmet fordítanak olyan érzékeny területekre is, mint az esélyegyenlőség és az egyenlő bánásmód. A civilek javaslatát továbbítják és megfontolásra ajánlják a kft.-nek.	--
2.	OTP Bank	Csányi Sándor elnök-vezérigazgató	Kiemelten ügynek az esélyegyenlőség és tolerancia érvényesítésére. Szponzorációjukkal hozzájárulnak a társadalmi és kulturális sokszínűséghez. Mélyen egyetért, hogy a rasszizmus rombolja a társadalom békés fejlődését. Azt ugyanakkor sem a múltban nem tudtuk, sem a jövőben nem tudjuk előzetesen biztosítani, hogy hirdetéseink olyan szerkesztőségi környezetben jelenjenek meg, amelyek tartalmával egyetértünk. Ezt az adottságot szem előtt tartva az OTP Bank továbbra is törekedni fog arra, hogy reklámozási tevékenységével közvetve se támogasson a magyar társadalomra nézve káros jelenségeket.	---
3.	CIB Bank	Surányi György elnök és Fabrizio Centrone vezérigazgató	Sajnálattal tapasztalják, hogy egyes médiumok az emberi jogokkal össze nem egyeztethető eszmék propagálására használják a médiumokat. Ilyennek tartják Bayer publikációját is. Mint a CIB Csoport vezetői egyhangúan elhatárolódnak a Magyar Hírlaptól és minden olyan médiumtól, amelyben bármilyen, véleményünk szerint gyűlöletkeltésre alkalmas cikk, esszé, interjú jelenik meg. Ennek megfelelően, ezen médiumoknak évek óta nem adunk interjút és nem járulunk hozzá semmilyen, általunk adott nyilatkozat közléséhez sem. Ennek megfelelően kampányainkban is minden esetben figyelünk arra, hogy mely médiumot használjuk fel hirdetéseink megjelentetésére. A Magyar Hírlappal nincs megállapodásuk, csak on-lone hirdetési rendszert kínál a céggel. Ezúton szeretnénk tájékoztatni Önöket, hogy a CIB Csoport a jövőben tartózkodni fog mind a Magyar Hírlapban, mind annak online felületén való hirdetéstől mindaddig, amíg a szerkesztőség a leghatározottabban el nem ítéli Bayer Zsolt írását, és nem biztosítja mindkét kiadvány gyűlöletkeltésre alkalmas írásoktól való mentességét.	+++
4.	ERSTE	Siffel Ágnes marketingigazgató	3 éve nincs fizetett hirdetésük az MH-ban. Nem a MH-tól vagy kiadójától rendelték a hirdetést, hanem a megbízott médiaügynökségük elektronikus hirdetési rendszert használó céggel dolgozott együtt. Itt minden rasszista, antiszemita, uszító kirekesztő tartalmú oldalt tiltólistára tettek. Az Önök levelében is megfogalmazottak miatt az E-target rendszerében a Magyar Hírlapot kivettük a hirdetésre felhasználható site-ok listájáról. Médiaügynökségünk figyelmét pedig felhívtuk arra, hogy körültekintően járjanak el hirdetéseink megjelentetésénél és zárják ki annak a lehetőségét, hogy ilyen médiában a Bank hirdetése megjelenjen.	++

			Hangsúlyozzuk, hogy az Erste Bank Hungary Zrt. sem a múltban, sem a jövőben nem jelent meg és nem fog megjelenni hirdetéssel olyan médiumban, amelynek tartalma bárkinek az emberi méltóságát sérti, illetve bármilyen kisebbség, vallási közösség, etnikum ellen uszító hangvételt használ.	
5.	Telekom	Chris Mattheisen és Szomolányi Katalin vállalati fenntarthatóságért felelős vezető	Példaértékű a társadalmi felelősségvállalásuk, nem tűrik a diszkrimináció semmilyen formáját, vállaltuk értékrendje követendő más gazdasági szereplők számára is. Megköszönve figyelemfelhívásukat szeretném Önöket megnyugtató módon arról is tájékoztatni, hogy a Magyar Hírlap jelenleg nem szerepel a Magyar Telekom termékhirdetési portfóliójában. Az újabb megkeresésre, amelyben felhívtuk a figyelmüket, hogy hirdetnek, 2013. március 13-án kaptunk választ: „[...] szerződött médiaügynökségi partnereink közreműködésével minden hirdetést, így a keresőhirdetéseket is leállítottuk a Magyar Hírlapra vonatkozóan. [...]a hirdetési portfólióból teljes egészében kikerült a Magyar Hírlap. A keresőhirdetések esetén továbbra is követelményként fogalmazzuk meg, hogy maga a hirdetés, illetve annak környezete a Magyar Telekom alapelveivel összhangban legyen. A fentieknek megfelelően a keresőhirdetési rendszerekben a szerződött médiaügynökség közreműködésével alapvetően tiltjuk az alábbi tartalmakat: - trágárság és durva nyelvezet - szélsőséges, durva, bizarr tartalom - szexuális, pornográf tartalom.”	+++
6.	NFÜ	Petykó Zoltán elnök	Nem közvetlenül, hanem médiatervező, médiafogláló cégen keresztül hirdetnek. A hirdető közbeszerzési eljárásban nyerte a megbízást. A cég adatbázisok és olvasói összetétel alapján választja ki az adott kampánynak megfelelő médiumokat. „Ennek megfelelően sem a Magyar Hírlap esetében, sem pedig más médium kiválasztásánál <u>nem a tartalom</u>, hanem a független médiapiaci mérőszámok a mérvadóak.” Az NFÜ valójában nem reklámtevékenységet, hanem tájékoztatást végez, mint kötelezettség. „Jelenleg már egy szerződésben rögzített reklámkampányunk folyik, melynek keretében a Magyar Hírlapban is helyezünk el reklámhirdetéseket. Ennek egyoldalú módosítása több okból sem áll módunkban: egyrészt a fent nevezett mediavásárló cégünk a közvetlen szerződő partner, másrészt a kampány már elindult, a reklámok visszavonása esetén a Nemzeti Fejlesztési Ügynökséget komoly anyagi kár érné.	---
7.	Vodafone Magyarország	„a vezetőség”	A Vodafone Magyarország a leghatározottabban elutasítja a rasszizmust. A Vodafone Magyarország nem hirdet olyan médiumban, amely helyt ad rasszista megnyilvánulásoknak. Hosszú leírás a társadalmi felelősségvállalási programjukról, de kötelezettségvállalás, konkrétum nem olvasható. Később ezekről megfelelő választ kaptunk telefonon, de írásban nem érkezett információ.	?

8.	IKEA	Polyák Zsuzsa megbízott PR-manager, ügyfélkapcsolati igazgató	„... az IKEA korábban sem hirdetett a Magyar Hírlapban, és a továbbiakban sem fog, függetlenül a jelenlegi helyzettől. A sokszínűség az IKEA egyik alapvető vállalati értéke.” ... „médiaügynökségünktől kapott információk szerint a Magyar Hírlapot eltávolították a standard hirdetési csomag elemi közül, így a jövőben ilyen véletlen formában sem jelennek meg IKEA hirdetések a felületen.”	+
9.	Procter and Gamble	Boros Anita szóvivő	„A Procter & Gamble (P&G) napi fogyasztási cikkeket forgalmazó multinacionális vállalat; célunk, hogy fogyasztóinknak kiváló minőségű termékeket gyártsunk és ezáltal tegyük egyszerűbbé mindennapjaikat. Vállalatunk alapelveinek megfelelően, üzleti döntéseinket a meglévő törvények és etikai elveknek megfelelően hozzuk meg. Tudomásul vesszük, hogy a média különböző nézőpontokat és véleményeket oszt meg, ugyanakkor hisszük, hogy ezen nézeteknek az integritás jegyében és az egyes csoportok és személyek jogainak tiszteletben tartásával kell történnie. A média által publikált tartalom, melyet nem a mi kérésünkre tesz közzé, a saját véleményét tükrözi. Szabályzatunknak megfelelően nem nyilvánítunk véleményt a nyilvánosság előtt a vállalatunk és jelenlegi vagy jövőbeni üzleti partnereinek kapcsolatáról.”	---
10.	MÁV	Dávid Ilona elnök-vezérigazgató	A vasúttársaság médiatervezési és -vásárlási tevékenységét a Kommunikációs Igazgatóság végzi. A hirdetések megjelentetésével kapcsolatos döntéseket alapvetően a vonatkozó belső előírásaink, valamint az egyes sajtótermékek olvasottsági és példányszám adatai határozzák meg. A döntéshozatal során az üzleti érdekeken túl figyelmet fordítunk a politikai kicgyensúlyozottságra, az egyenlő bánásmód, valamint az esélyegyenlőség kérdéseire is. A Magyar Hírlap esetében – tekintettel a sajtótermék olvasottsági és példányszám adatainak visszaesésére – a vasúttársaság és a kiadó között 2008 óta nem volt együttműködés, azaz hirdetést sem helyeztünk el a lapban. Mindazonáltal a fentebb említett emberi jogok tiszteletben tartása mellett is határozott állásfoglalásunk, hogy a nagy múltú visszatekintő, vezető hazai hírügynökségekkel, napilapokkal, folyóiratokkal, elektronikus sajtótermékek közlekedési szakterületeivel foglalkozó szerkesztőségeivel, újságíróival a vasútvállalat jó hírnevének ápolása érdekében fenntartott kölcsönös sajtókapcsolati és kommunikációs tevékenységünkbe, döntéshozatali folyamatainkba semmilyen külső és belső befolyásolásnak nem szeretnénk teret, érdemi lehetőséget adni. Azonban biztosíthatjuk Önöket arról, hogy az eddigi hirdetési politikánk tekintetében megfontoljuk a levelükben feltüntetett javaslatukat.	--
11.	FedEx	Adam Sviatko sales coordinator	„A FedEx tudtommal nem hirdetett eddig, illetve nem is tervez hirdetni semmilyen formában a Magyar Hírlapban.” A válaszlevélre – melyben közöltük, hogy hirdetésük jelent meg a MH-ban – nem reagáltak.	+
12.	Magyar Posta	Apáti Tóth Kata szóvivő	„A médiatervezést és médiafoglalást az INITIATIVE Média Hungary Kft-én keresztül bonyolítjuk. A kirekesztő, rasszista tartalmakat nemzeti vállalatként természetesen elutasítjuk, ugyanakkor nincs és nem is lehet hirdetőként beleszólásunk a szerkesztőségek belső ügyeibe, tartalomközléseibe.”	---
13.	GDF Suez	Pánczél Andrea kommunikációs igazgató	<i>A GDF SUEZ Csoport elhatárolódik mindennemű diszkriminációtól. A Csoport az egymás iránti tisztelet elvét és sokféleség tiszteletben tartásának fontosságát vallja és nagy hangsúlyt fektet a diszkrimináció elleni küzdelemre. Társaságunk nem hirdet a Magyar Hírlap újságban és ezt a jövőben sem tervezi. A nyomtatott</i>	++

			<i>hirdetési felületek megválasztásakor Társaságunk a működési területét lefedő, vidéki illetve a nagypéldányszámú országos lapokat preferálja. A még december elején, a médiaügynökségünkön keresztül, NetadClick csomagban megrendelt online hirdetésünket felfüggesztjük a lap online felületén.</i>	
14.	Sodexo (március 11-én válaszolt)	Bessenyei Bálint és Párkai Zsolt ügyvezető igazgatók	Egyetlen alkalommal – médiaügynökségtől vásárolt reklámcsomagban hirdetett – random módon hirdettek. A hirdetés csak egyszer jelent meg. [Ez nem helytálló a tapasztalatok szerint.] A Sodexo „elítéli a gyűlöletkeltést, a diszkrimináció minden fajtáját és elhatárolódik az olyan médiumoktól is, akik az ilyen megnyilvánulásoknak teret engednek. Hirdetést nem támogatunk, ill. nem jelentetünk meg a jövőben sem olyan felületen, mely az etikai elveinknek nem megfelelő.” 2013. április 22-én a Sodexo nemzetközi központja is válaszolt: Concerning the on-line advertisement, it ended up on the website via our media agency as a random on-line appearance but we did not order any advertising spaces directly from Magyar Hírlap. As other companies published in this newspaper, we did not know that the magazine could publish extreme anti-Roma statements. As a consequence, Sodexo in Hungary asked its media agency to remove this on-line appearance and decided to no longer advertise in Magyar Hírlap and Magyar Nemzet (on-line and off-line), as long as the media publishes discriminatory statements.	? +++

Nem válaszolt (emlékeztetőt követően sem) a Quaestor.