

# Wolny rynek czy ring wolny?



**Niemiecka firma MAHA, czyli w pełnym brzmieniu Maschinenbau Haldenwang GmbH & Co. KG, jest znana i szanowana na całym świecie jako producent wysokiej klasy urządzeń diagnostycznych i sprzętu warsztatowego.**

Nigdy nie zamieszczamy na łamach „Autonaprawy” takich ogólnych ocen jakichkolwiek marek występujących na polskich i zagranicznych rynkach naszej branży, by nie narażać się na zarzut stronniczości. Tym razem jednak trzeba było zrobić wyjątek od tej zasady i wyrazić tę w pełni zasłużoną i podzielaną zapewne przez większość naszych Czytelników opinię. Wyjaśnia to bowiem najkrócej i najdokładniej motywy naszego postępowania w opisaną tu sprawę.

## Nieuwzględniona MAHA

Natychmiast po opublikowaniu w tegorocznym wakacyjnym numerze tabelarycznego przeglądu rynkowych ofert w zakresie linii diagnostycznych pan Bartłomiej Szepielak – specjalista ds. marketingu WSOP Gliwice – przysłał nam następujący list:

*Z ogromnym zdumieniem przyjąłem fakt, iż w zestawieniu linii diagnostycznych w numerze lipiec-sierpień 2009 nie uwzględnili Państwo ścieżek firmy MAHA. Moje zdumienie bierze się z faktu, że zestawienie to wysyłałem Państwu*

*– zawierało ścieżki CERTUSA i MAHY, CERTUS się pojawił, MAHA nie. Rok temu MAHA widniała w zestawieniu.*

*Linie MAHA są obecne w niemal połowie (!) stacji kontroli pojazdów w Polsce. Co roku kolejne kilkadziesiąt ścieżek montowane jest w całym kraju. W Państwa przeglądzie zabrakło kluczowych produktów.*

*Bardzo proszę o wyjaśnienie zaistniałej sytuacji.*

Moje dociekania w tym względzie przyniosły efekt dla redakcji niekorzystny. W tabelach przygotowanych do druku MAHA w ofercie WSOP oczywiście była (jak we wszystkich dotychczasowych rocznikach „Autonaprawy”), a dotyczący jej fragment jakimś złośliwym trafem „wcięto” w drodze do drukarni. Nie zdecydował o tym żaden „chochlik” ani „określone siły” lub „nieznani sprawcy”, tylko nasze zaniedbanie (w największym stopniu moje osobiście) podstawowych kontrolnych obowiązków. Pozostało więc tylko zawstydzić się, przeprosić i w kolejnym wydaniu (wrześniowym) zamieścić należyte sprostowanie. Co też uczyniliśmy.

## Korygowanie inaczej

Nie był to jednak koniec sprawy, gdyż 19 października br. dostaliśmy inny, lecz również z marką MAHA związany list:

*Szanowni Państwo,*

*Jestem coraz bardziej zdenerwowany Państwa nieświadomością tego co się na rynku dzieje. Tym razem wydanie wrześniowe!!! Proszę o skorygowani !!! I stosowanie się do naszych żądań. Nawet nie próbuję sprawdzać pism jeszcze wcześniejszych żeby nie narobić jeszcze większego rabanu.*

*Powtarzam jeszcze raz wyłącznym i jedynym przedstawicielem firmy MAHA na rynku polskim jest firma MAHA Polska Sp. z o.o.!!! Nie życzymy sobie podawania innych danych jeżeli chodzi o nasze urządzenia. Ostrzegam że jeszcze raz powtórzy się taka sytuacja i skierujemy sprawę na drogę sądową.*

*Z poważaniem*

*Tadeusz Maziarz – Prezes Zarządu MAHA Polska Sp. z o.o.*

Nie zdążyłem jeszcze zrozumieć do końca stanu nerwów prezesa Maziarza i tego, czym i komu on grozi, ponieważ najbardziej zaintrygowała mnie kwestia, jak mógłby wyglądać list tego Pana skierowany do kogoś mniej „szanownego” i bez „poważania”, gdy w skrzynce mailowej pojawiła się następna wiadomość z tym samym podpisem:

*Szanowni Państwo,*

*W październikowym wydaniu „Autonaprawy” w dziale Przeglądy rynkowe poddali Państwo nieprawidłowe dane dotyczące analizatora spalin oraz dymomierza firmy MAHA. Ich wyłącznym i jedynym importem oraz dystrybutorem na rynku polskim jest firma MAHA Polska Sp. z o.o. Żądamy natychmiastowego sprostowania w następnym numerze miesięcznika w dziale aktualności.*

*Firmie WSOP wypowiedzieliśmy umowę o współpracy już w 2007 roku i nie jest ona naszym przedstawicielem oraz partnerem handlowym nie ma prawa również używać naszego logo w jakiegokolwiek postaci. Mamy nadzieję że sytuacja ta nie powtórzy się ponownie.*

*P.S.*

*W załączeniu przesyłam ponowne wezwanie do zaniechania nieuczciwych praktyk stosowanych przez WSOP.*

*Z poważaniem*

*Tadeusz Maziarz...*

Wezwania tego nie cytuję, bo nie czuję się upoważniony do ujawniania korespondencji między dwiema firmami pozostającymi w sporze skądinąd wyraźnym, lecz również mało ważnym dla naszej redakcji i naszych Czytelników. Jednak zgodnie ze starorzymską maksymą *audiatur et altera pars* (przepraszam, Panie Prezesie), przesyłam kopie obu pism firmie WSOP w celu wyjaśnienia jej stanowiska w tym, wciąż dla mnie niejasnym, konflikcie.

## Niechciany klient?

Nadesłane obszernie wyjaśnienie pozwałam tu sobie przytoczyć z pewnymi redakcyjnymi skrótami:

*Prezes MAHA Polska wyraża sprzeciw wobec zamieszczania na Państwa łamach informacji o tym, że WSOP sprzedaje w Polsce urządzenia MAHA. Jako argument przedstawia on upoważnienie producenta na rzecz MAHA Polska w zakresie wyłącznej dystrybucji i importu urządzeń MAHA w Polsce.*

*(...) WSOP posiadało z MAHA Polska umowę o wyłącznej dystrybucji urządzeń MAHA na terenie Polski ważną do dnia 31 grudnia 2008 roku, zamiast dalszej umowy handlowej WSOP otrzymało od*

*MAHA Polska ogólne warunki handlowe dotyczące jedynie cen zakupu i terminów płatności.*

*W 2008 i 2009 roku WSOP zakupiło od MAHA Polska towary o łącznej wartości kilkunastu milionów złotych, wykonało dla MAHA Polska usługi w zakresie certyfikacji urządzeń oraz uzyskania uwierzytelnień GUM. W czasie całej współpracy z firmą MAHA w ciągu 15 ostatnich lat WSOP zakupiło u tego producenta towar o wartości kilkudziesięciu milionów euro. Dla tych urządzeń WSOP wykonuje stale różnorodne usługi serwisowe za pośrednictwem ogólnopolskiej sieci obsługi technicznej. W 2009 roku WSOP wyposażyło szereg obiektów zaplecza motoryzacji, w tym szereg stacji kontroli pojazdów oraz prestiżowych serwisów autoryzowanych (BMW, Porsche, Mercedes-Benz) m.in. w sprzęt MAHA. Posiadamy portfel zamówień na kolejne, liczne obiekty.*

*(...) Przepisy prawa polskiego i unijnego (art. 28 i 29 oraz 81 TWE) umożliwiają także firmie WSOP kupowanie sprzętu MAHA w innych źródłach zaopatrzenia niż MAHA Polska i WSOP może korzystać z tej drogi w sytuacji, gdy wskazuje na to interes odbiorców końcowych oraz interes własny. Sprzedając urządzenia MAHA, WSOP stosuje znak towarowy MAHA w zgodzie z uregulowaniami prawnymi, przedstawionymi w odrębnej opinii. Dla urządzeń na stacji kontroli pojazdów wykorzystuje tzw. certyfikaty zgodności będące jej własnością.*

*Publikując zatem w mediach informację o tym, że WSOP sprzedaje czy dystrybuje urządzenia MAHA, nasza spółka informuje o stanie faktycznym, nie wprowadzając klientów w błąd, czyli nie naruszając zasad uczciwej konkurencji. WSOP nie przypisuje sobie tytułu wyłącznego dystrybutora czy importera, stwierdza jedynie, że urządzenia te dystrybuje. (...)*

*W związku z powyższym stanowczo protestujemy przeciwko próbom ograniczenia przez MAHA Polska dostępu WSOP do rynku przez blokowanie publikacji prawdziwych informacji (...).*

*Z poważaniem*

*Prezes Zarządu WSOP mgr inż. Jarosław Cichoń*

## Z punktu widzenia redakcji

Oprócz wolnego rynku mamy też w Polsce konstytucyjną wolność mediów, a ta z góry wyklucza możliwość egzekwowania jakichkolwiek zakazów lub nakazów publikowania określonych informacji w niezależnych tytułach prasowych przez postronne osoby fizyczne lub prawne.

Nie znaczy to bynajmniej, iż redakcja „Autonaprawy” nie zamierza uwzględnić w swej działalności postulatów, krytyk i sugestii napływających do niej ze strony firm związanych z polskim zapleczem motoryzacyjnym. Chętnie i z pożytkiem je wykorzystujemy, i tak zamierzamy postępować nadal, lecz pod warunkiem, że nie przynoszą one szkody innym legalnie funkcjonującym podmiotom gospodarczym. W opisanym przypadku zastosowanie się do żądań prezesa Maziarza oznaczałoby dla WSOP szkodę ewidentną przy raczej wątpliwych korzyściach dla firmy MAHA Polska.

Znamienny wydaje się także fakt, iż brak produktów marki MAHA w naszym rynkowym przeglądzie zauważono tylko w firmie WSOP, a nie u ich bezspornie głównego dystrybutora... Ten zareagował tylko na „nieprawidłowe dane”, za które uznał zamieszczenie w tabeli adresu konkurenta. Nie naszą sprawą jest oceniać, jak ta konkurencja wpływa na interesy niemieckiego producenta, lecz w wolnorynkowych realiach nie może im ona szkodzić, skoro wszyscy jej uczestnicy sprzedają i kupują po odpłacalnych dla siebie cenach. Tylko metody rodem z niesławnej pamięci cenzury źle służą dobru imienia marki.

Interes redakcji branżowego pisma jest tutaj identyczny z dobrem jego Czytelników, będących równocześnie potencjalnymi klientami różnych konkurujących ze sobą dostawców.

Dlatego bez żadnej urazy w stosunku do firmy MAHA Polska i jej prezesa zapraszamy ją serdecznie na nasze łamy, licząc na obecność oferowanych przez nią produktów i technologii zarówno w tematycznych przeglądach, jak w naszej rubryce rynkowych nowości.

*Marian Kozłowski*