



GAZDASÁGI
VERSENYHIVATAL

Bakker: „csúcsajándék” 1300 forintért

A Bakker-Holland Hungary Virágküldő Kft. 2008. január 1. és 2008. augusztus 31. között kiküldött promóciós csomagjaiban az általa tartott nyereményjátékokról, illetve a fogyasztóknak kínált ajándékokról a fogyasztók megtévesztésére alkalmas tájékoztatást adott – állapította meg a Gazdasági Versenyhivatal (GVH). Emiatt a vállalkozásnak 5 millió forint bírságot kell fizetnie.

A GVH 2008 szeptemberében indított eljárást a Bakker-Holland Kft. ellen. A 2005-ben létrejött vállalkozás a holland Bakker Hillegom B.V. és a magyarországi székhelyű Quelle Bt. tulajdonában áll. Főtevékenysége a növények és egyéb kertészeti cikkek csomagküldő, illetőleg internetes kiskereskedelme. A csomagküldő kereskedelem során a kereskedő kizárólag a termék ismertetőjét juttatja el bármely formában a vásárlóhoz, vagy reklámban hívja fel a figyelmet a termékre, majd az ismertető vagy reklám alapján kiválasztott és megrendelt terméket szállítja a megjelölt címre. Az 1990-es évek első felétől több csomagküldő kereskedelemmel foglalkozó vállalkozás van jelen Magyarországon, amelyek katalógusokban, újságokban, televíziós csatornákon, illetőleg közvetlenül a fogyasztóknak szóló levelekben (direkt mail-ekben) reklámozzák magukat és az általuk értékesített termékeket. A vállalkozások gyakorta élnek a direkt marketing kínálta lehetőségekkel (A direkt marketing azoknak a közvetlen megkeresés módszerével végzett tájékoztató tevékenységeknek az összessége, amelyeknek célja termékek vagy szolgáltatások ajánlása, hirdetések továbbítása, a fogyasztók tájékoztatása, a vásárlás előmozdítása érdekében).

Növények, illetve egyéb kertészeti áruk és kiegészítők forgalmazásával számos vállalkozás foglalkozik, egy részük csomagküldéses kereskedelem keretében (Starkl Kert Kft., Sieberz Kft.), mások hagyományos módon. Ez utóbbi vállalkozások között vannak, amelyek ezen tevékenységre szakosodtak, ugyanakkor jelen vannak a kertészeti termékeket, növényeket szezonálisan vagy állandó jelleggel kínáló szakáruházak (Bauhaus, OBI, Praktiker, BricoStore), valamint a (szélesebb termékkört kínáló) kereskedelmi láncok (Tesco, Auchan, Cora) is. A nagyobb piaci szereplők jellemzően katalógusokat, reklámújságokat juttatnak el a fogyasztókhoz, ugyanakkor a Bakker-Holland Kft. által folytatott intenzív direkt marketing tevékenység nem jellemző. A csomagküldő kereskedelemmel foglalkozó vállalkozások gyakorta nyúlnak ahhoz az eszközhöz, hogy a fogyasztó vásárlási kedvét egy ajándék ígéretével, illetve egy nyeremény vagy egy nyereményt eredményező sorsoláson való részvétel ígéretével igyekeznek befolyásolni. Ez nem tilalmazott, ugyanakkor elvárás, hogy az ajándékról, a nyereményről, a nyereményjátékról adott tájékoztatás megfeleljen a valóságnak. A vásárlási szándék kiváltására irányuló információknak pedig (nyerési eséllyel kecsegtetésnek) egyértelműnek kell lenniük.

A GVH vizsgálata feltárta, hogy a Bakker-Holland Kft. a játékok nyereményeinek megnyerésével kapcsolatban elhallgatta, hogy az adott nyereményjátékban nemcsak magyar fogyasztók vesznek részt. Márpedig ez a körülmény a GVH szerint nagyban befolyásolja a fogyasztók nyerési esélyeit. A vállalkozás figyelmen kívül hagyta azt a

körülményt, hogy a promóciós csomagok postázása nem szükségszerűen ugyanazon időpontban történik, ami szintén jelentős bizonytalansági tényező a megrendelést leggyorsabban beküldő fogyasztóknak ígért ajándékok megnyerésének esélye kapcsán. Aki ugyanis később kapja meg az értesítést értelemszerűen kevesebb eséllyel indul a nyereményjátékon méghozzá úgy, hogy hátrányos helyzetéről nem is tud.

A Bakker-Holland Kft. ezen túlmenően olyan látszatot keltett, mintha az adott nyereményjátékban a fogyasztó csak akkor vehetne részt, ha megrendelését meghatározott időtartamon belül küldi meg. Csakhogy nem volt biztosítva, hogy minden fogyasztó ugyanazon a napon kapja meg a promóciós csomagot, ráadásul a Bakker Holland Kft. sem tudta pontosan, melyik fogyasztónál, mikortól számítódik a nyereményjátékban való részvételt biztosító időtartam. A vállalkozás mindezekon túlmenően az általa forgalmazott termékekkel forgalmazásával kapcsolatos nyereményjátékok vonatkozásában alaptalanul sugalmazta az adott fogyasztó egyfajta kiválasztottságának érzetét. A GVH vizsgálata azonban feltárta, hogy minden küldeményben a sorsolással legmagasabb értéket tartalmazó kódot tartalmazta, kisebb nyereményt tartalmazó küldemények nem is kerültek kisorsolásra. A GVH kifogásolta továbbá, hogy a Bakker-Holland Kft. egyes esetekben a fogyasztóknak automatikusan járó ajándékokról a fogyasztók megtévesztésére alkalmas tájékoztatást adott. „Csúcs”, „szuper”, „lélegzetelállító”, „top” ajándékként kínált például egy olyan kisorádiót, amelynek a beszerzési ára 520-1300 forint körül alakult.

Mindezek miatt a GVH a fogyasztók megtévesztése miatt 5 millió forint bírságot szabott ki a Bakker-Holland Kft-re. A bírság összegének megállapításakor súlyosító körülménynek bizonyult, hogy a társaság hosszú időn keresztül, intenzíven hirdetett megtévesztő módon, a jogsértő kereskedelmi gyakorlat teljes tevékenységét áthatotta. A GVH enyhítő körülményként vette figyelembe, hogy a Bakker Holland Kft. jelezte, módosít kereskedelmi gyakorlatán.

Az ügy hivatalai nyilvántartási száma: **Vj-117/2008**.

Budapest, 2009. május 8.

Gazdasági Versenyhivatal
Kommunikációs Csoport

További információ:

Mihálovits András

Gazdasági Versenyhivatal

cím: 1054 Budapest, V. ker. Alkotmány u.5.

levél: 1245 Budapest, 5. Pf. 1036

tel: +36-30 618-6618

email: Mihalovits.Andras@gvh.hu

<http://www.gvh.hu>