

ni sporno in uvažajo avtomobile, ki so nadvse primerni za nadaljnjo prodajo. Stranki, ki kupi njihov avtomobil nudi enoletno garancijo na kupljeno vozilo, ravno tako pa vsak avtomobil pregledajo na pooblaščenem servisu in se tako izognejo prodaji avtomobilov z različnimi napakami. Žalostno je, da se družba AHV d.o.o. v teh dneh pojavlja s tako negativno reklamo, ki je posledica smole, medtem, ko marsikatera konkurenca dejansko oglašuje avtomobil, ki ga uvozi po naročilu,...in kjer se dejansko kupi mačka v žaklju. Tukaj pa vozilo vidiš, preizkusiš in odpelješ z enoletno garancijo.

Za družbo AHV je to prva negativna izkušnja s spletnimi forumi in blogi. Zaradi nizkih izjav in omalovaževanj so preko družbe prizadeti tudi zaposleni, ustanovitelji družbe in posredno tudi kupci. Zato se na podlagi te izkušnje poziva vse spletne udeležence, predvsem pa upravljavce spletnih strani, da vendarle na svojih spletnih straneh predpišejo, zahtevajo in vzdržujejo primeren in dostojen nivo komentiranja in izjasnjevanja, da se tudi obravnavnemu dopusti primeren prostor za izjasnjevanje nasprotnih dejstev in da se javno objavijo tudi IP podatki, s katerega je določena izjava posredovana. Tako kot je to uvedel časopis Večer.

Družbo AHV pa je močno presenetil tudi način komuniciranja Zveze potrošnikov, ki je na Avto.net oddala sporočilo: »Sram vas je lahko, da takole nategujete.« Pod sporočilom je kot obiskovalec zapisana Zveza potrošnikov, s tel. št. 01 474 06 00, ki po ustni informaciji Telekoma pripada Mednarodnemu inštitutu za potrošniške raziskave, Revija VIP. Pričakovati bi bilo, da bi vsaj gospodarski subjekti komunicirali na način in na nivoju, ki je v skladu z dobrimi poslovnimi običaji.

Direktor:  
Aleš Rode

