

3 minutter Rotary Roskilde Østre 06.01.2021.

OleP

Moralbegreber i dagligdagen for private og erhverv.

En påstand fra mig er ” hvis du køber et produkt til den pris som forretningen skilter med på hylden, bliver du snydt”

Jeg vil komme med nogle eksempler hvor du nok kan kende dig selv, eller en situation du har været i ved et indkøb.

Når man ser tilbudsaviser og andre reklamer omhandlende daglige forbrugsvarer til familien eks. rengørings artikler og basale fødevarer og vin - og mange andre varer som vi ofte køber. Under denne kategori går også små elektronik, tv-pc-kaffemaskiner og meget andet som i vores velstand er blevet almindelig bare at købe, forbruge og smide væk.

Det er ikke ualmindeligt at der annonceres med rabatter på 50% eller mere på en flaske vin – kan man så påstå at det er en flink vinhandlende som forærer mig eks. 50.- kr. i rabat på en flaske, min påstand er at han bedrager mig ved at prisen som der gives rabat på, er i dagligdagen for høj, dvs. hvis jeg dagen før har taget en flaske fra hylden har jeg givet en alt for høj pris. Jeg har utallige eksempler på det, og det som nok er det værste er at også at forbrugerejet foretagende som Coop er faldet i den samme kapitalistisk grøft, man kan i samtlige dagligvarebutikker se hvad jeg mener med ”tyveri ved højlys dag” ingen nævnt ingen glemt.

Hvis man tager en anden branche som vi alle sammen skal besøge med års mellemrum, er senge,- hvis du køber en seng med madrasser om mandagen til eks. Kr. 35.000.- kan du næste mandag se den samme seng blive annonceret med 40-50 % rabat, hvis butikken har gjort sig meget umage, har de kaldt madrasserne et andet dessin nr. for at sløre at de har fået en alt for høj pris ved handelen til normal prisen.

Hvem har ikke prøvet at købe hårde hvidevarer ud fra at produktet har et nr. med mange cifre, en af årsagen til de mange cifre er, - at så kan hver butikskæde få sin egen nummerrække, og derved kan prisfastsætningen ikke sammenlignes med konkurrenten, selvom der står Miele eller Panasonic, og derved kan der annonceres med eks. ½ pris.

Hvert år når det bliver tid til Black Friday afslører aviserne diverse kæder med at de "kunstigt" ugerne før har løftet priserne, så der kan annonceres med kæmpe besparelser på de anviste varer.

Det gammeldags udsalg som normalt er på produkter som er i umage størrelser eller anden design eller umoderne farver, skal selvfølgelig ikke slå i hartkorn med min påstand for det er en livsnerve for forhandleren at komme af med den form for varer.

Hvad kom først "hønen eller ægget" jeg har henover det sidste ½ år forsøgt at sælge en del indbo som er blevet i overskud ved flytning til nyt hus. Jeg har oplevet mange gange at når man sælger på Den Blå Avis og man har prisfastsat tingen ud fra princippet- heller komme af med det til en lav pris end have det stående, - et utal af eksempler kan man opleve at du angiver en pris på eks. Kr. 600, så kommer der et bud om vedkommende kan komme og hente tingen for 300,- kr.- men ikke hos mig, for mit princip er -kom og se produktet og derefter kan man evt. handle om prisen.

Med mange af disse påstande vil jeg bare give udtryk for mine egne oplevelser, og samtidig vil jeg også nævne at jeg føler mig tryk når jeg f.eks. handler i IKEA, ikke fordi jeg er tilhænger af deres stil og design på mange ting, men deres holdning til business. Der må være andre som har den holdning og som er medvirkende til at IKEA har den succes som de har, eks.- de har en markedsandel på over 25% på nye køkkener i Danmark, den markedsandel har de erobret på et et cifret antal år, det burde give stof til eftertanke hos de andre sælger på markedet, og også til andre brancher om at man kan driveforretning uden elevator priser, men med troværdighed.

Tak for ordet.

OleP 06.01.2021.