

Olsen samler sine drenge



SPORT

S/44

Nødhjælp købes til overpris

De danske nødhjælpsorganisationer er så dårlige til at forhandle priser, at de spilder penge

NÅR DANSKE og europæiske nødhjælpsorganisationer sender hjælp til verdens fattige, ender alt for mange af pengene i lommen på forhandlere af tæpper, telte og andre nødhjælpsprodukter.

Ifølge rådgivningsfirmaet MarketWatch Management betaler mange organisationer op mod dobbelt pris for varerne, fordi de ikke forstår at handle.

»Vi ser gang på gang, at de kommer til at betale en voldsom overpris, fordi de lader medarbejdere uden specielle kompetencer stå for indkøbene. Når de møder en topprofessionel sælger fra en stor kommerciel virksomhed, bliver de sat grundigt til vægs. Det er som at se et danmarksseriehold møde en Champions League-vinder,« siger

Keld Jensen, der er administrerende direktør i MarketWatch Management.

Virksomheden, der lever af at rådgive ministerier og erhvervsliv om forhandlingsteknik, er blandt de største på sit felt i Europa og har talrige gange siddet med på begge sider af bordet, når nødhjælpsorganisationer er på storindkøb. Erfaringerne viser, at organisationerne i gennemsnit vil kunne presse priserne over 40 procent og dermed få langt mere nødhjælp for pengene.

Denne udlægning bekræftes af flere europæiske producenter af nødhjælpsartikler.

»Det er blevet bedre i løbet af de seneste år, men især i de små organisationer er det helt klart mange

POLFOTO

NØDHJÆLP



• I 2005 modtog de fem største danske nødhjælpsorganisationer sammenlagt 720 millioner kroner fra private og offentlige donorer.

• Den største organisation herhjemme er Dansk Røde Kors.

• Søndag indsamlede Dansk Røde Kors alene 23 millioner kroner.

chef, der ønsker at være anonym af hensyn til fremtidige handler.

De store danske nødhjælpsorganisationer er dog uenige.

»Vi har allerede ansat professionelle indkøbere, så jeg tror simpelthen ikke på, vi betaler mere end nødvendigt for noget,« siger Claes Amundsen, der er kommunikationschef i Dansk Røde Kors.

Folkekirkens Nødhjælp er ikke helt så afvisende.

»Jeg vil ikke udelukke, at vi kunne få nogle varer billigere ved at føre forhandlinger ude i nødhjælpsområderne og måske give penge under bordet. Men vi er nødt til at have en gennemskuelig økonomi, så den slags kan vi ikke,« siger kommunikationschef Mads Klæstrup Kristensen. MARTIN KJÆR-JENSEN

MODE NÆSTE SOMMER IFØLGE PRADA

LUCA BRUNO/AP

Ballade i den bedste af alle verdener