

SPAR 40.000 OM ÅRET

Danskerne er det folkefærd i verden, der prutter allermindst om pris og vilkår, når de handler. Men faktisk kan en gennemsnitsfamilie forhandle store gevinster hjem.

Af Kerstin Bruun-Hansen / Illustration Majbritt Linnebjerg

"Så bliver det 1.999 kroner," siger sælgeren kæphøjt og modtager uden medfølgende indvendinger, panderynker eller protester kundens dankort.

Kunden hedder Jonas Kildegaard, og selv om hans tur gennem Elgiganten på Nørrebrogade i København nærmest har været et slalomløb gennem en skilteskov med slogans som 'vi vil være billigst' og 'det er dumt at betale for meget', sætter han hverken spørgsmålstegn ved pris eller vilkår, inden de knap 2.000 kroner for bordovnen bliver trukket fra dankortet.

"Tja, hvorfor overvejede jeg egentlig ikke at forsøge at prutte prisen ned," spørger Jonas Kildegaard undrende sig selv, da han efterfølgende bliver konfronteret med sin passive forbruger-adfærd. Men efter en kort betænkningstid når han frem til svaret:

"Jeg har lidt travlt. Og så tænkte jeg jo nok, at det ikke kan lade sig gøre at ændre ved prisen i en stor kæde som Elgiganten."

Det betaler sig at prutte

Jonas Kildegaard er ikke den eneste, der opfatter butikernes prisskilte som lovtjekter mejslat i granit. En undersøgelse fra Konkurrencestyrelsen og Forbrugerstyrelsen viste for nylig, at kun hver fjerde forbruger vælger at forhandle pris, levering eller lignende i forbindelse med et køb. Og det er dumt, for samme undersøgelse viser også, at de forbrugere, der rent faktisk tager kampen op og kaster sig ind i forhandlinger om pris og vilkår, i op mod 90 procent af tilfældene gør det med succes.

Undersøgelsens resultat kommer ikke bag på Keld Jensen, der er direktør i virk-

somheden MarketWatch Management og underviser i forhandlingsteknik på Copenhagen Business School.

"Danskerne forhandler alt for lidt. Vi forstår simpelthen hverken rationale bag det at forhandle eller effekten, og fordi vi ikke har tradition for at forhandle herhjemme, har vi en tendens til bare at klappe hælene sammen," siger Keld Jensen.

Selv forhandler Keld Jensen i alle de situationer, hvor han synes, tidsinvesteringen er det værd set i forhold til gevinsten. Det betyder for eksempel, at han ikke prutter om prisen på en liter mælk i Netto.

Til gengæld er det lykkedes ham i

Kastrup Lufthavn, at få et overvægtgebyr på 800 kroner reduceret til 0 kroner.

"Man skal selvfølgelig vælge sine forhandlinger med omhu, men i princippet står alt andet end kærligheden og døden til forhandling. Man kan forhandle med sin bank, med sit forsikringselskab, i sin dagligvareforretning – ja, endda med skattevæsenet. Faktisk viser mine beregninger, at en almindelig familie med et gennemsnitligt årsforbrug på 160.000 kroner kan spare op mod 40.000 kroner om året, hvis de bliver bedre til at forhandle. Så det er jo ganske betydelige summer, vi taler om," siger Keld Jensen.

Sådan får du prisen ned

→ **Tænk forhandling i bred forstand og beslut på forhånd, hvad du vil forhandle om. Vil du have den laveste pris, vil du have mest for pengene, vil du forhandle leveringsvilkår, betalingsform eller noget helt femte?**

→ **Undersøg markedet, så du i forvejen kender prislejet for det produkt, du vil købe.**

→ **Sørg for at forhandle med en person, der har kompetence til at give dig en bedre pris eller bedre vilkår – med andre ord skal du ikke hive fat i den yngste butikselev.**

→ **Stil åbne hv-spørgsmål, der ikke bare kan besvares med et ja eller et nej.**

Spørg f.eks. hellere "Hvad skal der til, for at vi kan lave en forhandling?" end "Kan vi lave en forhandling?"

→ **Skab en positiv relation til sælgeren. Vær høflig, behagelig og ærlig – men ikke naiv.**

→ **Undgå at forhandle, hvis du i forvejen har forelsket dig i produktet. Når vi er følelsesmæssigt engagerede, er vi mere villige til at betale en høj pris.**

→ **Kend udgangspunktet, kend dit mål og kend din smertegrænse. Du skal vide med dig selv, hvornår du vil stoppe.**



Fortæl os dit bedste tip eller en god erfaring med at prutte om prisen – og se andres tricks: www.taenk.dk/pruttetips

Aktive forbrugere presser priserne

Men det er ikke kun den enkelte forbruger, der kan opnå gevinster i form af kroner og ører. Konkurrencestyrelsen konkluderede i 2009, at konkurrencen på det danske marked samlet set er svagere end i de øvrige EU-lande.

Selv når forhold som moms og levestandard er trukket fra, ligger prisniveauet i Danmark syv til ti procent over EU-gennemsnittet. En forskel, man i Konkurrencestyrelsen ikke tøver med at give de passive danskere forbrugere en del af skylden for:

"Der er ingen tvivl om, at hvis vi generelt som forbrugere var mere aktive i forhold til at forhandle pris og vilkår, ville det være med til at lægge et pres på virksomhederne – hvilket skærper konkurrencen og dermed på sigt sænker priserne og give forbrugerne bedre vilkår," siger Søren Gaard, der er kontorchef i Konkurrencestyrelsen.

Med andre ord har vi altså som forbrugere god grund til at stille os kritiske og ikke nødvendigvis opfatte et prisskilt i en dansk forretning som en urokkelig størrel-

se. Men hvorfor giver vi os så alligevel så sjældent i kast med at prutte om pris?

Konfliktsky protestanter

For forbrugeradfærdsforsker Anne Flemmert Jensen er der ingen tvivl om, at det ligger meget fjernt fra danskernes temperament at prutte om pris og vilkår. Hendes forskning i forbrugeradfærd, med særligt fokus på kulturen som et vigtigt element, peger på flere forskellige årsager til, at danskerne er et af de folkefærd i verden, der prutter allermindst om pris.

"For det første er vi danskere meget tryghedssøgende og konfliktsky. For det andet er vi dybt forankrede i en protestantisk tradition, hvor dyder som selvbeherskelse, ydmyghed og distance hersker. Samlet set betyder det, at vi ikke bryder os om at involvere os i en forpligtende relation til et fremmed menneske, hvor der ikke er klare regler, hvor vi risikerer at miste kontrollen, og hvor vi ikke kender udfaldet," siger Anne Flemmert Jensen.

Derfor passer den industrielle udvikling dybest set også ganske godt til dansker-

nes temperament og forbrugerkultur. I dag handler vi i stigende grad i store upersonlige supermarkeder – hvor selvbetjeningskasser oven i købet vinder frem – frem for ved disken hos den lokale købmand.

Så selv om den aktive forbruger som regel opnår et mere fordelagtigt køb, forstærker de store butikskæder og deres velordnede forhold danskernes forestilling om, at det ikke kan betale sig at prutte om prisen herhjemme.

Til gengæld er både forskeren og forhandlingseksperter enige med Konkurrencestyrelsen om, at danskerne sagtens kan opdrages til at blive mere aktive forbrugere.

"Danskerne kan sagtens opdrages til at ændre kultur på det her punkt. Men det kræver, at vi får nogle værktøjer, der gør, at vi kan gå ind og forhandle pris og vilkår uden at føle, at vi mister kontrollen og blamerer os. Vi skal lære, at man sagtens kan prutte, uden at det ender i en konflikt, og uden at vi behøver investere mere af os selv, end vi vil," siger Anne Flemmert Jensen. □

SPAR 40.000 OM ÅRET

Danskerne er det folkefærd i verden, der prutter allermindst om pris og vilkår, når de handler. Men faktisk kan en gennemsnitsfamilie forhandle store gevinster hjem.

Af Kerstin Bruun-Hansen / Illustration Majbritt Linnebjerg

"Så bliver det 1.999 kroner," siger sælgeren kæphøjt og modtager uden medfølgende indvendinger, panderynker eller protester kundens dankort.

Kunden hedder Jonas Kildegaard, og selv om hans tur gennem Elgiganten på Nørrebrogade i København nærmest har været et slalomløb gennem en skilteskov med slogans som 'vi vil være billigst' og 'det er dumt at betale for meget', sætter han hverken spørgsmålstegn ved pris eller vilkår, inden de knap 2.000 kroner for bordovnen bliver trukket fra dankortet.

"Tja, hvorfor overvejede jeg egentlig ikke at forsøge at prutte prisen ned," spørger Jonas Kildegaard undrende sig selv, da han efterfølgende bliver konfronteret med sin passive forbruger-adfærd. Men efter en kort betænkningstid når han frem til svaret:

"Jeg har lidt travlt. Og så tænkte jeg jo nok, at det ikke kan lade sig gøre at ændre ved prisen i en stor kæde som Elgiganten."

Det betaler sig at prutte

Jonas Kildegaard er ikke den eneste, der opfatter butikernes prisskilte som lovtjekter mejlslet i granit. En undersøgelse fra Konkurrencestyrelsen og Forbrugerstyrelsen viste for nylig, at kun hver fjerde forbruger vælger at forhandle pris, levering eller lignende i forbindelse med et køb. Og det er dumt, for samme undersøgelse viser også, at de forbrugere, der rent faktisk tager kampen op og kaster sig ind i forhandlinger om pris og vilkår, i op mod 90 procent af tilfældene gør det med succes.

Undersøgelsens resultat kommer ikke bag på Keld Jensen, der er direktør i virk-

somheden MarketWatch Management og underviser i forhandlingsteknik på Copenhagen Business School.

"Danskerne forhandler alt for lidt. Vi står simpelthen hverken rationalet bag det at forhandle eller effekten, og fordi vi ikke har tradition for at forhandle herhjemme, har vi en tendens til bare at klappe hælene sammen," siger Keld Jensen.

Selv forhandler Keld Jensen i alle de situationer, hvor han synes, tidsinvesteringen er det værd set i forhold til gevinsten. Det betyder for eksempel, at han ikke prutter om prisen på en liter mælk i Netto.

Til gengæld er det lykkedes ham i

Kastrup Lufthavn, at få et overvægtgebyr på 800 kroner reduceret til 0 kroner.

"Man skal selvfølgelig vælge sine forhandlinger med omhu, men i princippet står alt andet end kærligheden og døden til forhandling. Man kan forhandle med sin bank, med sit forsikringselskab, i sin dagligvareforretning – ja, endda med skattevæsnet. Faktisk viser mine beregninger, at en almindelig familie med et gennemsnitligt årsforbrug på 160.000 kroner kan spare op mod 40.000 kroner om året, hvis de bliver bedre til at forhandle. Så det er jo ganske betydelige summer, vi taler om," siger Keld Jensen.

Sådan får du prisen ned

→ Tænk forhandling i bred forstand og beslut på forhånd, hvad du vil forhandle om. Vil du have den laveste pris, vil du have mest for pengene, vil du forhandle leveringsvilkår, betalingsform eller noget helt femte?

→ Undersøg markedet, så du i forvejen kender prislejet for det produkt, du vil købe.

→ Sørg for at forhandle med en person, der har kompetence til at give dig en bedre pris eller bedre vilkår – med andre ord skal du ikke hive fat i den yngste butikselev.

→ Stil åbne hv-spørgsmål, der ikke bare kan besvares med et ja eller et nej.

Spørg f.eks. hellere "Hvad skal der til, for at vi kan lave en forhandling?" end "Kan vi lave en forhandling?"

→ Skab en positiv relation til sælgeren. Vær høflig, behagelig og ærlig – men ikke naiv.

→ Undgå at forhandle, hvis du i forvejen har forelsket dig i produktet. Når vi er følelsesmæssigt engagerede, er vi mere villige til at betale en høj pris.

→ Kend udgangspunktet, kend dit mål og kend din smertegrænse. Du skal vide med dig selv, hvornår du vil stoppe.



Fortæl os dit bedste tip eller en god erfaring med at prutte om prisen – og se andres tricks: www.taenk.dk/pruttetips

Aktive forbrugere presser priserne

Men det er ikke kun den enkelte forbruger, der kan opnå gevinster i form af kroner og ører. Konkurrencestyrelsen konkluderede i 2009, at konkurrencen på det danske marked samlet set er svagere end i de øvrige EU-lande.

Selv når forhold som moms og levestandard er trukket fra, ligger prisniveauet i Danmark syv til ti procent over EU-gennemsnittet. En forskel, man i Konkurrencestyrelsen ikke tøver med at give de passive danskere forbrugere en del af skylden for:

"Der er ingen tvivl om, at hvis vi generelt som forbrugere var mere aktive i forhold til at forhandle pris og vilkår, ville det være med til at lægge et pres på virksomhederne – hvilket skærper konkurrencen og dermed på sigt sænker priserne og give forbrugere bedre vilkår," siger Søren Gaard, der er kontorchef i Konkurrencestyrelsen.

Med andre ord har vi altså som forbrugere god grund til at stille os kritiske og ikke nødvendigvis opfatte et prisskilt i en dansk forretning som en urokkelig størrel-

se. Men hvorfor giver vi os så alligevel så sjældent i kast med at prutte om pris?

Konfliktsky protestanter

For forbrugeradfærdsforsker Anne Flemmert Jensen er der ingen tvivl om, at det ligger meget fjernt fra danskernes temperament at prutte om pris og vilkår. Hendes forskning i forbrugeradfærd, med særligt fokus på kulturen som et vigtigt element, peger på flere forskellige årsager til, at danskerne er et af de folkefærd i verden, der prutter allermindst om pris.

"For det første er vi danskere meget tryghedssøgende og konfliktsky. For det andet er vi dybt forankrede i en protestantisk tradition, hvor dyder som selvbeherskelse, ydmyghed og distance hersker. Samlet set betyder det, at vi ikke bryder os om at involvere os i en forpligtende relation til et fremmed menneske, hvor der ikke er klare regler, hvor vi risikerer at miste kontrollen, og hvor vi ikke kender udfaldet," siger Anne Flemmert Jensen.

Derfor passer den industrielle udvikling dybest set også ganske godt til dansker-

nes temperament og forbrugerkultur. I dag handler vi i stigende grad i store upersonlige supermarkeder – hvor selvbetjeningskasser oven i købet vinder frem – frem for ved disken hos den lokale købmand.

Så selv om den aktive forbruger som regel opnår et mere fordelagtigt køb, forstærker de store butikskæder og deres velordnede forhold danskernes forestilling om, at det ikke kan betale sig at prutte om prisen herhjemme.

Til gengæld er både forskeren og forhandlingseksperter enige med Konkurrencestyrelsen om, at danskerne sagtens kan opdrages til at blive mere aktive forbrugere.

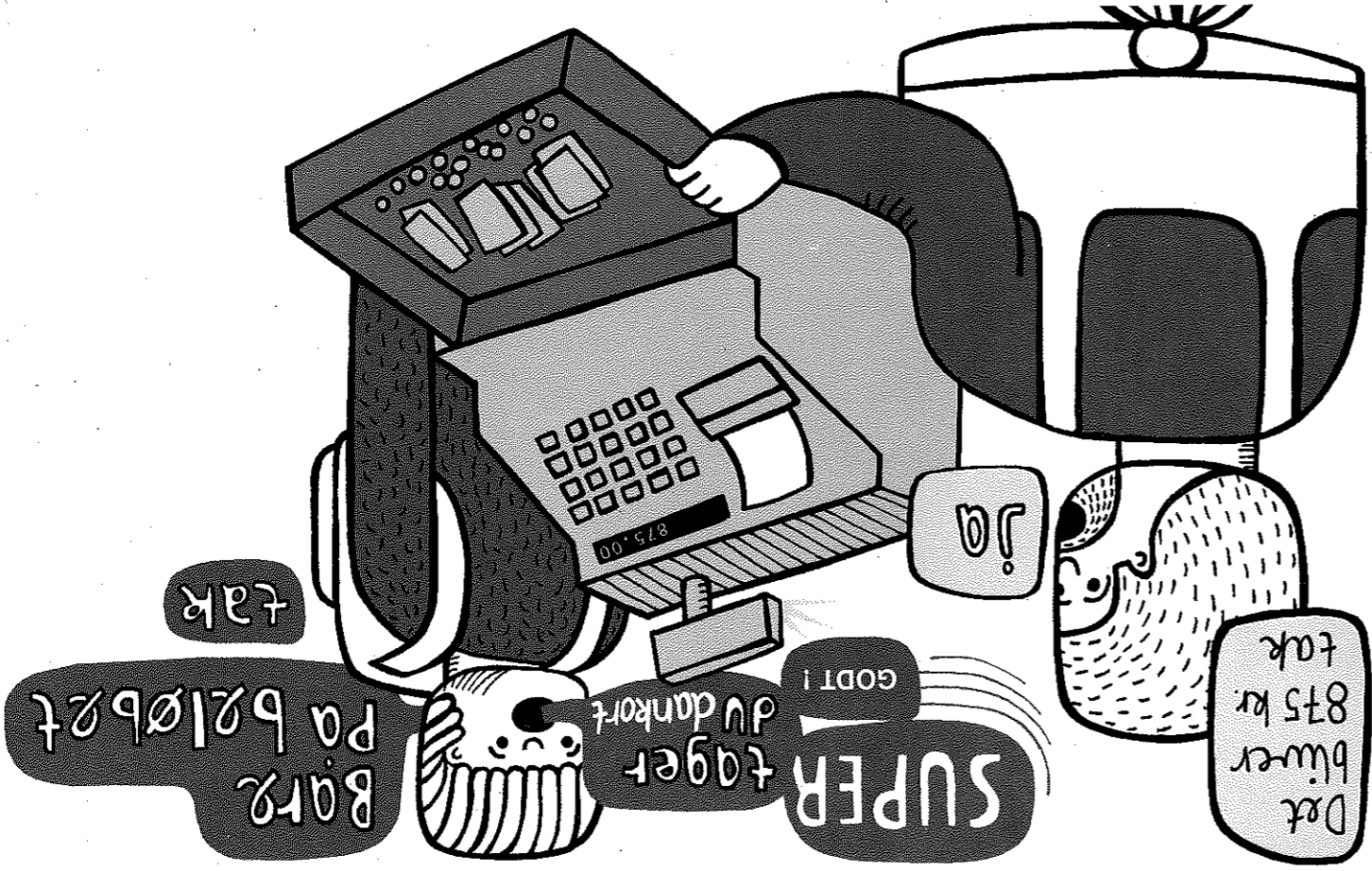
"Danskerne kan sagtens opdrages til at ændre kultur på det her punkt. Men det kræver, at vi får nogle værktøjer, der gør, at vi kan gå ind og forhandle pris og vilkår uden at føle, at vi mister kontrollen og blamerer os. Vi skal lære, at man sagtens kan prutte, uden at det ender i en konflikt, og uden at vi behøver investere mere af os selv, end vi vil," siger Anne Flemmert Jensen. □

SPAR 40.000 OM ÅRET

Danskerne er det folketærd i verden, der prutter allermindst om pris og vilkår, når de handler. Men faktisk kan en gennem-

snietsfamilie forhandle store gevinster hjem.

Af Kerstin Bruun-Hansen / illustration Majbritt Linnebjerg



www.wu Fortæl os dit bedste tip eller en god erfaring med at prutte om prisen – og se andres tricks: www.taenk.dk/prutte_tips

”Så bliver det 1.999 kroner,” siger sælgere uden medfølgende indvendinger, panderynker eller protester kundens dankort.

Kunden hedder Jonas Kildegaard, og selv om hans tur gennem Elgiganten på Nørrebrogade i Københavns nærmest har været et slalomløb gennem en skilteskov med slogans som ”vi vil være billigst” og ”det er dumt at betale for meget”, sætter han hverken spørgsmålstegn ved prisen eller vilkåret, inden de knap 2.000 kroner for bordovnen bliver trukket fra dankortet.

”Ja, hvorfor overvejede jeg egentlig ikke at forsøge at prutte prisen ned,” spørger Jonas Kildegaard undrende sig selv, da han efterfølgende bliver kontrolleret med sin passive forbruger-adfærd. Men efter en kort betænkningstid når han frem til svaret: ”Jeg har lidt travlt. Og så tænkte jeg jo nok, at det ikke kan lade sig gøre at ændre ved prisen i en stor kæde som Elgiganten.”

Det betaler sig at prutte
Jonas Kildegaard er ikke den eneste, der opfatter butikernes forskellige som lovtekster møjset i granit. En undersøgelse fra Konkurrencestyrelsen og Forbrugerstyrelsen viste for nylig, at kun hver fjerde forbruger vælger at forhandle pris, levering eller lignende i forbindelse med et køb. Og det er dumt, for samme undersøgelse viser også, at de forbrugere, der rent faktisk tager kampen op og kaster sig ind i forhandlinger om pris og vilkår, i op mod 90 procent af tilfældene gør det med succes. Undersøgelsens resultat kommer ikke bag på Keld Jensen, der er direktør i virksomheden.

Sådan får du prisen ned

- Tænk forhandling i bred forstand og beslut på forhånd, hvad du vil forhandle om. Vil du have den laveste pris, vil du have mest for pengene, vil du forhandle leveringsvilkår, betalingsform eller noget helt femte?
- Undersøg markedet, så du i forvejen kender prislejet for det produkt, du vil købe.
- Sørg for at forhandle med en person, der har kompetence til at give dig en bedre pris eller bedre vilkår – med andre ord skal du ikke hive fat i den yngste butikselv.
- Stil åbne hv-spørgsmål, der ikke bare kan besvares med ja eller et nej.

- Undgå at forhandle, hvis du i forvejen har foreskrevet dig i produktet. Når vi er følelsesmæssigt engagerede, er vi mere villige til at betale en høj pris.
- Kend udgangspunktet, kend dit mål og kend din smertegrænse. Du skal vide med dig selv, hvornår du vil stoppe.

- Skab en positiv relation til sælgere. Vær høflig, behagelig og ærlig – men ikke naïv.
- Spørg f.eks. hellere ”Hvad skal der til, for at vi kan lave en forhandling?” end ”Kan vi lave en forhandling?”
- Skab en positiv relation til sælgere. Vær høflig, behagelig og ærlig – men ikke naïv.

Aktive forbrugere presser priserne

Men det er ikke kun den enkelte forbruger, der kan opnå gevinster i form af kroner og ører. Konkurrencestyrelsen konkluderede i 2009, at konkurrencen på det danske marked samlet set er svagere end i de øvrige EU-lande.

Selv når forhold som moms og leverestandard er trukket fra, ligger prisniveauet i Danmark syv til ti procent over EU-gennemsnittet. En forskel, man i konkurrencestyrelsen ikke tøver med at give de passive danskere forbrugere en del af skylden for.

”Der er ingen tvivl om, at hvis vi generelt som forbrugere var mere aktive i forhold til at forhandle pris og vilkår, ville det være med til at lægge et pres på virksomhederne – hvilket skærper konkurrencen og dermed på sigt sænker priserne og giver forbrugerne bedre vilkår,” siger Søren Gaard, der er kontorchef i Konkurrencestyrelsen. Med andre ord har vi altså som forbrugere god grund til at stille os kritiske og ikke nødvendigvis opfatte et prisskilt i en dansk forretning som en urokkelig størrelse.

Konfliktky protestanter

For forbrugeradfærdsforsker Anne Flemmert Jensen er der ingen tvivl om, at det ligger meget fjern fra danskeres temperament at prutte om pris og vilkår. Hendes forskning i forbrugeradfærd, med særligt fokus på kulturen som et vigtigt element, peger på flere forskellige årsager til, at danskerne er et af de folketærd i verden, der prutter allermindst om pris.

”For det første er vi danskere meget tryghedsøgende og konfliktky. For det andet er vi dybt forankrede i en protestantisk tradition, hvor dyder som selvbeherskelse, ydmyghed og distance hersker. Samlet set betyder det, at vi ikke bryder os om at involvere os i en forpligtende relation til et fremmed menneske, hvor der ikke er klare regler, hvor vi risikerer at miste kontrollen, og hvor vi ikke kender udvalgte blamører os. Vi skal lære, at man sagtens kan prutte, uden at det ender i en konflikt, og uden at vi behøver investere mere af os selv, end vi vil,” siger Anne Flemmert Jensen.