

# Knepen är många – och dyra – för att "förföra" oss

Kan man köpa konsumenters lojalitet för 39:90? Nej, så billigt är det nog inte. Men försöka duger. Sätten att locka oss att handla är oräkneliga – och dyra. Bara reklamen, officiellt uppgiven till 45 miljarder, är en kostnad beställarna lägger på varupriset, och som därigenom betalas direkt av konsumenterna. Omräknat till konsumenternas behov av intjänning för köpkraft blir det 400 arbetstimmar per löntagare och år. Det blir tio år av antalet år i det verksamma yrkeslivet.

Självklart är det investeringar som görs för att sälja mer, för att skapa konkurrens och ta marknadsandelar från andra och för att försöka skapa lojalitet hos kunderna. Nu visar ny forskning att det inte fungerar särskilt bra. Sofia Ulvers magisteruppsats om handelns egna märkesvaror, EMV, blev nog ingen upplyftande läsning för förespråkarna. Ändå hävdas att det lönar sig. Det tvivlar jag inte på, men det är inte märket som säljer, utan möjligheten att pressa sina underleverantörer och minska

## IK Tankeställaren



Bengt Ingerstam, ordförande, Sveriges konsumenter i samverkan.

mellanledens hantering. Vi konsumenter upplever det allt mer som en utarmning men begriper också att det ökar handelns lönsamhet.

Med lågpris försöker man också få grepp om konsumenternas pengar. Men importerade pannkakor är en export av arbetstillfällen och valuta. Tänka om konsumenterna börjar förstå detta och inse att via skatterna får vi betala för arbetslösheten? Då faller korthuset över en natt! Vi ska naturligtvis hjälpa till att upplysa om detta, en viktig insats från en konsumentorganisation som arbetar för en hållbar konsumtion.

**Kundkortet då?** Nej vi går otroget från butik till butik och håller oss med flera kort. Senaste veckan hade en butik tillhörande en av de stora kedjorna en aktivitet på tomater för 9:90, stort uppslaget. I den billigaste butiken tog man 24:90 – normalpris just nu. Men i "tomatbutiken" kostade samtidigt en flaska Ramlösa 14:90, medan den

billiga butiken tog 9:90 (och för ett betydligt bättre mineralvatten 4:75 – import förstås). Röd paprika 79:90 mot 39:90 (just det!). Kung Gustavs "sardiner" 21:90 mot 13:98, flingsalt Meldon 39:90 (nu igen!) mot 29:90, vitlök 59:90 mot 26:90, palsternacka 24:90 mot 7:90. Det är lätt att räkna ut att det inte lönar sig att handla för att få återbäring, men någon gång kan det löna sig att köpa tomater. Trohet är definitivt inte lönsamt för kunderna.

**Lågriserna är inte** något för en medveten konsument. Däremot kan det vara värt att leta efter ett lägre pris på samma vara, och det är därför bättre att jämföra i butik än att läsa "lock-bladen", veckoutsköcken. Mer av denna typ av prisjämförelser kommer successivt på vår hemsida.

Min förhoppning är att de butiker som förstår sig på konsumenterna och ger dem det de vill ha och behöver, kommer att bli verkligt framgångsrika och lönsamma. Det kan också hjälpa till att dra ner på de enorma kostnaderna för reklam och andra knep för att "förföra" oss. Mer än fem år av våra yrkesverksamma liv vill vi nog inte offra för att behöva läsa mängden av reklam med syfte att styra oss konsumenter.