

KØBENHAVNS KONSUMMÆLK OG DENS HANDELSVEJ

Af Z. D. Lando.

(Af Forarbejderne til en Bog om »Mælkehandelen i Hovedstaden«.)

(Fortsat).

IV. DETAILHANDELEN

Mælkens Distribution til Forbrugere sker gennem ca. 2900 Udsalg og fra ca. 350 Vogne. Ifølge Erhvervstællingen af 1935 fandtes i Hovedstaden 1655 Mælkeudsalg og 1022 Brødudsalg. Hertil maa lægges en Del af de 440 Forretninger, der er opført under Varegruppen: Smør og Æg, samt Smør og Kaffe. Desuden sælges Mælk fra nogle faa udprægede Kolonialforretninger, der ligesom enkelte Spækhøkere og Hørkræmmere fører Flaskemælk.

Omstaaende Opgørelse, som Det Statistiske Departement har foretaget over Omsætningen i de mælkesælgende Detailvirksomheder, viser, at omtrent Halvdelen af dem, der er opført under Hovedvaren »Mælk«, er smaa Bedrifter. De 860 Udsalg har nemlig en Aarsomsætning, der gennemsnitlig ligger under 20.000 Kr., bortset fra, at de mindste blandt dem ikke naar mere end 7500, og at de allermindste endog ligger under 3000 Kr. Af den anden Halvdel har Hovedparten et aarligt Salg paa gennemsnitligt 35.000 Kr., medens kun en Ottendedel af samtlige Virksomheder omsætter 70.000 Kr. og derover. I sidstnævnte Gruppe er Kompagniernes og de andre vogn-distribuerende Handelsmejeriers Detailsalg i Hovedstaden medregnet.

De Detailudsalg, der er rubriceret under Hovedvaren »Brød«, er gennemsnitligt større end Ismejerierne. Kun en Tredjedel af dem har en Aarsomsætning paa under 20.000 Kr. i Gennemsnit, medens Hovedparten ligger paa mellem 35.000 og 70.000 Kr. i aarligt Salg.

Mælk skal kun betragtes som rubricerende Betegnelse for de egentlige Mælkeudsalg, der plejer at benævne sig *Ismejerier*. I de fleste af disse Butikker danner Mælk og Fløde nemlig omsætningsmæssigt langt fra den overvejende Salgsvarer. I Almindelighed regner man med, at i et mellemstort Ismejeri, der har en Aarsomsætning paa mellem 35.000

Mælkeudsalg i Hovedstaden.

Med en Omsætning i Kr.	under 5000	5000— 10.000	10.000— 25.000	25.000— 50.000	50.000— 100.000	100.000— 200.000	over 200.000	Ialt
<i>Hovedvare: Mælk.</i>								
<i>Ismejerier og Virksomheder, der sælger ved Mælkevogne.</i>								
Antal Virksomheder	58	80	662	648	188	14	5	1655
Samlet Omsætning i 1000 Kr.	164	601	11.521	22.772	12.141	1.700	11.102	60.001
<i>Hovedvare: Brød.</i>								
<i>Bagere og Brødudsalg.</i>								
Antal Virksomheder	26	36	240	341	292	68	19	1022
Samlet Omsætning i 1000 Kr.	59	286	4.237	12.088	20.303	9.013	6.212	52.198

og 70.000 Kr., hidrører gennemsnitligt kun en Fjerdedel af Salgsindtægten fra Mælk og Fløde. Dette giver et dagligt Salg paa mellem et Par og 30 og 50 Kr., hvilket igen svarer til, at et Detailmejeri daglig distribuerer 100 smaa eller 50 store *samhørende Salgsenheder* (s. Se.). Ved en *samhørende Salgsenhed* forstaas her det Kvantum Mælk, der plejer at blive solgt sammen med et dertil hørende Kvantum Fløde (I). En lille s. Se. er i Reglen $\frac{1}{2}$ l Sød + $\frac{1}{10}$ l Fløde, medens $\frac{1}{4}$ l Sød, der plejer at følges med $\frac{1}{4}$ l Fløde, danner sammen en stor s. Se.

Ved denne grove Skematisering er der set bort fra, at Forholdet mellem de solgte Mælke- og Flødekvanta varierer med Ismejeriets Karakter, der i væsentlig Grad er betinget af dets Beliggenhed. I velhavende Kvarterer udgør Flødesalget værdimæssigt ca. 60 % af Omsætningen, medens det i Arbejderkvarterernes Detailmejerier er Mælken, der spiller den dominerende Rolle i Salget, og Eksportfløden, der her træder i den friske Flødes Sted.

Arten af de Artikler, der føres i Ismejerierne, er i første Række afhængig af, om Mælk og Fløde bliver solgt i Løsmaal eller paa Flaske. Sælges der fra Spand, maa Varekredsen kun omfatte de Artikler, der er specificeret i Sundhedsvedtægten. Blandede Detailforretninger, der ved det første Mælkeregulativs Ikrafttræden (1904) forhandlede andre Varer, kan kun med Sundhedskommissionens Samtykke fortsætte dermed.

Beliggenheden, d. v. s. Kundekredsen i Forbindelse med Afstanden fra Kolonialforretning eller anden Levnedsmiddelhandel, ofte ogsaa Lejemaalet, der af Hensyn til andre Butikker i Ejendommen udelukker visse Artikler, vil ogsaa være bestemmende for, hvilke Varer Ismejeriet fører ved Siden af Mælk og Fløde.

Da Spandevaren i Efterkrigsaaarene i stedse stigende Grad er bleven fortrængt af Flaskevaren — man kan skønsvis anslaa denne til nu at udgøre 90 % — er Tendensen hos Detailmejerierne gaaet i Retning af at udvide deres Varekreds, saaledes at Skiltningen: *Kolonial og Mejeri* er ved at blive almindelig, navnlig i Byperiferiens Beboelseskvarterer. En saadan Varekombination er der intet Forbud imod. Sundhedsvedtægtens § 59, 9 gør netop en Undtagelse, hvad Vareafgrænsningen angaar, naar »Mælk (Fløde) udelukkende forhandles og opbevares aftappet paa lufttæt lukkede Beholdere«, og naar »ingen Aftapning eller Omhældning af Mælken eller Fløden finder Sted«. Men kan Sundhedspolitiets faa Betjente virkelig overvaage, at dette sidste Forbud overholdes? Og findes der mon nogen Handlende, der vil sige Nej til en Kunde, der f. Eks. kun skal have en Deciliter

Fløde, naar Kunden gennem Kølerummets Glasvæg kan se, at der findes Flasker af større Maal tilbage?

Forskellen mellem Ismejerier og Brødudsalg kan ofte være udflydende. Vil man drage en Grænse, vil Øl og Mineralvand kunne bruges som skelsættende Kendetegn. I de fleste Tilfælde kan man ogsaa af Skiltets, sjældnere af Kringlens Leverandørnavn slutte sig til Udsalgets Karakter, idet dette vil være præget af den, der som Gründer eller Finansier er interesseret i Virksomheden. Bagerne og de rene Brødudsalg samt Konditorierne har i Reglen et noget lavere Mælke- og Flødesalg end Ismejerierne. Brødudsalgenes konstante Salg er afhængigt af Morgenbrødsleverancerne, Kagesalget medfører en Del Flødesalg. Af Mangel paa statistiske Data er man henvist til en Skønsberegning, naar det gælder om at fastslaa, hvor stor en Del af Omsætningen Mælke- og Flødesalget udgør i Brødudsalgene. Paa Grundlag af de stærkt divergerende Opgivelser maa man regne med et bredt Interval, nemlig mellem $\frac{1}{10}$ og $\frac{1}{4}$, som Salget af disse Varer skulde udgøre af Brødudsalgenes gennemsnitlige Aarsomsætning.

Mælk og frisk Fløde har i de senere Aar vundet Indpas i Smør- og Margarineforretninger og i Kaffespecialforretninger. Hos disse er Mælkehandel ikke nogen naturlig Følge af, at de ogsaa fører Smør og Ost, men er i de fleste Tilfælde et Lokkemiddel. Dette vidner deres Udsalgspriser tydeligt om. Ved en gængs Detailpris paa 36—38 Øre pr. l Flaskemælk kan det vanskeligt tænkes, at en Udsalgspris paa 25 Øre skulde kunne dække blot en Brøkdel af de almindelige Handelsomkostninger. Muligvis er Leverandøren, et eller andet udenbys Mejeri, med til at bære Tabet. Ingen af Parterne kan imidlertid siges fri for at undergrave Mælkemarkedet.

Det er mest den løsgaaende Mælk fra Produktionsmejerier, der søger disse usædvanlige Afsætningskanaler. Mange af disse Forretninger er let kendelige paa deres markskrigerske Anstrøg: de holder Udsalg (»Reklamesalg«) hele Aaret rundt, de forkynder i deres hæslige Skilte en forlorn Handelsfilantropi, de spreder prangende Løbesedler ud om »billige Dage«; de er kort sagt Vildskud paa Detailhandelens Stamme. I den »organiserede« Mælkehandel, der er tilsluttet de tre Detailhandlerforeninger, er Konkurrencen ledet ind i mere loyale Baner. Et »Fællesudvalg«, der i 1934 blev dannet mellem dem og Engrosmejerierne vogter Konkurrencemoralen, der navnlig har lyst Undersalg i Ban.

Den ambulante Mælkedistribution foretages i Storkøbenhavn af de 3 Mælkekompagnier og en Del Handelsmejerier, hovedsagelig fra

Oplandet. De sidstes Afsætningsradius er dog begrænset til deres naturlige Opland samt til Byens Periferi, medens Kompagniernes Vogne paa den anden Side gaar langt ud over Hovedstadens Omraade, der omfatter København, Frederiksberg og Gentofte. Vi træffer deres Vogne over hele Amager, et godt Stykke op ad Kysten og saavel vest-som nordpaa i Omegnskommunerne og derudover. Saavidt det har været muligt at beregne, kører der i Hovedstaden henved 350 Vogne.

Mælkeudsalg og Mælkevogne.

	Antal Mælkeudsalg	Eet Udsalg til hvor mange		Antal Mælkevogne	Een Mælkevogn til hvor mange	
		Husstande?	Personer?		Husstande?	Personer?
København	ca. 2400	95	280	ca. 250	912	2692
Frederiksberg.....	365	104	310	55	690	2055
Gentofte	115	157	583	40	450	1675
Ialt i Hovedstaden..	2880			345		

Efter den ovenfor foretagne Gennemsnitsberegning svarer der til en Mælkevogn, der kører i Københavns Kommune omtrent 10 Gange saa mange Husstande og Forbrugere som til en københavnsk Mælkebutik.

En Mælkevogn kører imidlertid med et Gennemsnitslæs paa 7—800 Flasker og betjener en 400 Husstande. I Arbejderkvartererne (Nørrebro, Vesterbro), som har den største Befolkningstæthed, kan en Vogns Læs komme op paa 12—1300 Flasker og dens Kundekreds paa en 6—700 Husstande. Regner man med to henstillede Flasker, stor eller lille s. Se. pr. Husstand, saa kunde de forhaandenværende Vogne med fuldt udnyttet Lastkapacitet eventuelt i Forbindelse med Supplering fra Depoter alene bestride samtlige københavnske Husstande. Hver Mælkevogn skulde i saa Fald kunne distribuere ca. 1800 Flasker.

I Frederiksberg, hvor Bebyggelsen er mindre tæt (Befolkningstæthed pr. ha er her 130 imod 278 paa det indre Nørrebro), falder der flere Husstande paa den enkelte Butik, men færre paa den enkelte Mælkevogn. Dette Forhold er endnu mere udpræget i Gentofte Kommune (Befolkningstæthed: 25 pr. ha) med dens overvejende Villakvarterer, hvor der er langt mellem Udsalgene, og hvor den enkelte Vogn ikke kan overkomme saa mange Husstande.

Salg fra Vogn er i og for sig en saare rationel Fordelingsmaade. Vognen kan fordele sin Vare til en stor Kundekreds, idet den i Løbet af Morgentimerne kan overkomme adskillige Gader. Vognen er ogsaa et billigere Udsalgsted end Butikken. Men disse Fordele modvirkes af den planløse Konkurrence mellem Mælkeforsyningerne, der, i Stedet for at enes om en Fællesudbringning, lader 3 Hold Drengene slide de samme Køkkentrapper.

Butikssalg kan ikke undværes, fordi Forbrugeren maa kunne dække sit Behov hele Dagen igennem. Der er dog af den Grund ikke Brug for et Udsalgsted i hvert andet Hus.

Det er denne Mangedobling af Fordelingsprocessen, som medfører et stort Omkostningsspild (Arbejde og Returnmælk), vi maa give Skylden for, at op imod $\frac{2}{5}$ af Detailprisen er Distributionsomkostninger.

Til Oprettelse af et Ismejeri kræves kun en ringe Indsats af Kapital og slet ingen Fagkundskab, derfor bruges denne Gren af Detailvirksomhed af mange, for hvem andre Sunde har været lukkede. Ismejerier er saaledes blevet et eftertragtet Handelsobjekt. Slaar man op i et af Dagbladene under Annonce-Rubrikken »Forretninger til Salg«, vil man være sikker paa at finde ikke saa faa, som er Ismejerier. Ifjor skiftede henved 500 af dem Hænder.

Det er dog ikke Mælken, der gør det lille Ismejeri til en attraaet Forretning, thi paa Mælk er den absolutte Fortjeneste kun ringe. Mælken er snarere et Grundlag, den Vare, der drager Kunden til Udsalget, hvor de andre Varer, som naturligt følger i dens Kølvan, nemlig Brød, Smør, Margarine, Æg i Virkeligheden er dem, der giver Ejeren Eksistensmulighed. Denne Varekreds kan ydermere udvides med Iscreme, Øl, Mineralvand, Slik, hvorpaa Avancen er større end paa Hovedvaren Mælk. I et nyt Bygningskompleks vil altid en af Butikkerne kunne udlejes som Ismejeri, hvor det i Reglen er Handelsmejerierne i Byen, der er de egentlige Lejere eller har Pant i Lejemaalet. Drevet af deres Afsætningstrang opretter de flere nye Udsalg, end der er Brug for.

Salg fra Vogn og fra Butik adskiller sig forsaavidt fra hinanden, som man ved sidstnævnte Distributionsmaade kan lade den billigere Spandemælk træde i Stedet for Flaskemælken. Dette vilde dog betyde et Tilbageskridt i hygiejnisk saavel som i handelsteknisk Henseende. Den tillukkede Mælk udelukker al den Forurening, som Spandemælken kan være udsat for, bortset fra, at den tilkapslede Flaske forebygger Forfalskninger. Langt vigtigere er imidlertid, at Flaskemælk er en Pakkevare med et i kvalitetsmæssig og kvantitetsmæssig Henseende garanteret Indhold, hvis Leverandør kan identificeres. Det er dog en

Forudsætning, at Paafyldningen udelukkende sker af Mælkeforsyningen el. Mejeriet og ikke af Udsalget, hvilket ogsaa af sundhedsmæssige Grunde maa fraraades. En kvalitetsmæssig Fordel, som Flaskemælken har forud for Spandemælken, maa særlig fremhæves, og dette angaar Fedtindholdet. I Mangel af automatisk Omrøring, som er en bekostelig Indretning for Butiksudsalgene, synker Fedtprocenten efterhaanden, som Spandens Indhold synker. Erfaringerne fra Malmøs Mjølkecentral viser saaledes et Svind i Fedtprocenten i den returnerede Spandemælk paa gennemsnitlig ca. 0,4. Disse Betragtninger har rent teoretisk Interesse, da Spanden praktisk talt i København er fortrængt af Flasken.

Selv om Udbringningen af Mælken tynger stærkt paa Fordelingsomkostningerne, maa man ikke overse, at den har en salgsfremmende Betydning. Dette gælder navnlig for de regelmæssige Morgenleveringer, som man vanemæssigt aftager. Vejen til Udsalgsstedet er ogsaa i Tidens Løb blevet mere uoverkommelig, efterhaanden som Etagebebyggelsen er taget til, og Husmoderen er blevet selverhvervende. Dertil kommer, at Detailhandlerne selv ved deres vidtgaaende Opvartning har forvænt Forbrugeren, som nu uden økonomisk Anfægtelse ringer efter $\frac{1}{2}$ Pot Kærnemælk.

Rationalisering af Mælkehandelen ved Centralisering, Kommunalisering eller anden Monopolisering vilde have samme Ulemper, som et Tobaksmonopol har. Det er derfor et Spørgsmaal, om den prismæssige Fordel vilde blive saa stor for Konsumenten, at den kunde opveje Tabet af det Gode, som det frie Valg mellem forskellige Mælkeforsyninger byder ham. Bortset fra, at en centraliseret Behandling kan rumme en Smittefare for hele Forsyningsmængden, er der ogsaa andre Forhold (jvf. f. Eks. Monopolcigarrens Uforbederlighed), der taler for, at man bør give Mælkeforbrugeren Mulighed for at skifte Leverandør.

Ligesom Tredoblingen af Vogndistributionen kunde erstattes af en centraliseret Udbringning — en indbyrdes Zoneafgrænsning maa af lige nævnte Grunde fraraades —, maatte en tilsvarende Forenkling kunne gennemføres for Mælkeudsalgenes Vedkommende. Der kunde spares paa Bude, dersom Budtjenesten, som er en tyngende Omkostning for al Detailhandel, blev centraliseret. Dette kunde ske ved, at man oprettede distriktsvise Budcentraler, der fik en Organisation, som borgede for, at indbyrdes Konkurrencehensyn ikke blev tilside-satte. Udbringningen kunde foregaa i 2—3 bestemte Omgange analogt med Postombæringerne.

V. LIDT OM FORDELINGSOMKOSTNINGER

En Sammenstilling af Landbrugsraadets kvartalsvise Beregninger viser, at Fordelingstillægget for Konsummælk i Hovedstaden i Tiaaret 1926—1935 har svinget mellem 92 og 185 pCt., maalt paa Producentens Stalddørspris. For 2. og 4. Kvartal 1935 og 1936 stillede Priserne sig som følger:

	1935		1936	
	2. Kvartal	4. Kvartal	2. Kvartal	4. Kvartal
Frit tilbragt Forbruger i Flaske (l)..	30.15	33.69	32.00	35.00
" " " " i løst Maal..	26.15	29.69	28.00	31.00
Producentpris ved Stalddør	10.69	13.83	11.96	13.56
Forskel mellem Producentpris og Flaskepris.....	19.46	19.86	20.04	21.44
Forskel (i pCt. af Stalddørspris).....	182	144	168	158

Producentens Stalddørspris, som er Prisen »ab Produktionssted«, er mere et Udtryk for Værdien af Produktionsmælk end for, hvad Konsummælk gennemsnitligt hjembringer Producenten. Der er i Mælkenoteringen indeholdt nogle Tillæg, som danner det særlige Vederlag, som netop Konsummælken betinger fremfor Produktionsmælken.

Afstanden mellem den virkelige Producentpris »ab Gaard« for Konsummælk og den Pris, den københavnske Forbruger betaler for den, udgør det samlede Fordelingstillæg. For at naa til selve Handelsomkostningerne er det nødvendigt, at man forinden lægger Fragten til den *betalte Producentpris*, — i Modsætning til den kalkulerede Stalddørspris — m. a. O. at man gaar ud fra den københavnske Mælkenoteringspris, som gælder for den »leverede« Raavare.

De samlede Fordelingsomkostninger for Konsummælk ligger paa omkring 20 Øre pr. l. Deres procentvise Forhold til Producentprisen vil altid svinge, idet de vil stige med faldende og falde med stigende Producentpriser. Fordelingsomkostningerne har noget stivt og lidet foranderligt ved sig. Mælkens Distribuering er uløseligt knyttet til den menneskelige Arbejdskraft, hvis Pris er bundet til Løntariffer, der ikke svinger med Mælkens skiftende Værdi paa Smørrets Afsætningsmarkeder.

Den svejtsiske Mejeriøkonom *Peter* har opstillet følgende Normskema for Konsummælkens Fordelingstillæg.

I pCt. af Producentprisen er Fordelingsomkostningerne:

Ved Afhentning paa Landmejerierne.....	15— 20
Ved Producentens direkte Distribuering eller ved en formidlende Omkørers Detailsalg, i begge Tilfælde frit tilbragt Forbrugeren	20— 30
Ved frit tilbragt Banemælk fra Nærzonen.....	30— 45
» » » » » Mellemafstande og fra Fjernzonen ..	45— 60
» » » » » » » » » » » af- tappet paa Flasker	100—150

Disse Normaltal er aabenbart beregnet uden Hensyntagen til stærkt svingende Producentpriser, hvor Spændvidden bliver betydeligt større. Tager man eksempelvis Priserne for 4. Kvartal 1928 og for 2. Kvartal 1933, var Afstanden mellem de respektive Fordelingstillæg 93 for Københavns og 72 for Odenses Vedkommende.

	Pris til Forbruger a	Stalddørspris b	Margin c	c i pCt. af b
1928 4. Kvartal	35.80 Øre	18.60 Øre	17.20 Øre	92
	(30.30)	(18.10)	(12.20)	(67)
1933 2. Kvartal	26.15 Øre	9.16 Øre	16.99 Øre	185
	(21.60)	(9.04)	(12.56)	(139)

Tallene i Parentes er for Odense.

I sin Undersøgelse af Mælkeprisernes Fordelingsmargin i Svejts kunde Studiekommissionen konstatere, at Fordelingstillægget, udtrykt i pCt. af Producentprisen i Zürich, Bern og Basel, beløb sig til henholdsvis 58,50 og 60 pCt. (1927). Paa samme Tid var de tilsvarende Tal for Aarhus 63 og i Odense 65, medens København laa oppe paa 106 pCt. Forskellen beror tildels paa de strengere Krav, de københavnske Sundhedsautoriteter stiller, dels paa, at den københavnske Pris gælder for Flaskemælk, medens de svejtsiske Priser er for Mælk, solgt i løst Maal.

Føjer vi til den nedenfor gengivne Mælkepris fra Zürich 5 Centimer for Distribuering paa Flaske, kommer Fordelingstillægget op paa over 80 pCt.

Mælkeprisens Sammensætning i Zürich (1927).

	ct. pr. l	I pCt. af Detailprisen
Producenten fik	22.09	63.1
Opsamling og Forbehandling	0.87	
Kørsel til Stationen.....	0.78	
Jernbanefragt	1.03	
Udligningsafgiften (»Kriserappen«)	1.03	
Reguleringsomkostninger (d. v. s. Tab paa Retur- samt Overpris for Suppleringsmælk)	1.34	
Mejerimæssig Behandling	1.86	
Engros-Marginen var saaledes	6.91	19.7
Detail-Margin	6.00	17.2
	Detailpris... 35.00	100.0

(Taget fra: La marge des prix dans le commerce du lait en Suisse. 1-re publication de la Commission d'étude des prix, instituée auprès du Département fédéral de l'Économie publique).

Da man herhjemme i den senere Tid fra mejerikyndig Side har paastaet, at Fordelingsomkostningerne ved Centralisering af Mælkehandelen i Hovedstaden kunde reduceres med helt op til 10 Øre pr. l, har det Interesse at se paa, hvor langt ned man var naaet i Mannheim, da Mælkeforsyningen var kommet i sit naturlige Gænge, d. v. s. omkring 1929. Paa denne Tid beløb Fordelingsomkostningerne for den københavnske Konsummælk sig til 18—20 Øre, paa hvilket Niveau den ogsaa er idag. I Mannheim, hvis Mælkecentral da allerede havde fuldt Monopol paa Engroshandelen, og hvor Detailhandelen var underkastet Koncessionstvang, var Marginen paa 12 Pf. NB! for Spandemælk og paa 18 Pf. for Flaskemælk ab Butik, paa 20 Pf. for Flaskemælk frit tilbragt Forbrugeren, altsaa samme Antal Pf. i Mannheim som Øre i København.

Spandemælkens Pris, som gjaldt ab Butik, var sammensat saaledes:

		I pCt. af Detailprisen
Producenten fik ved Stalddøren eller frit det lokale Samledepot.....	20.0 Pf.	62.5
Til Mælkens Forbehandling, Nedkøling og Kørsel til Station medgik	3.2 Pf.	
Jernbanefragten og Afkøling under Transporten kostede.....	1.9 »	
Svind og Centralens Drift lagde Beslag paa	1.9 »	
Engrosmargin udgjorde saaledes	7.0 »	21.9
Detailhandelen fik	5.0 »	15.6
	Ialt... 32.0 Pf.	100.0

For Flaskemælk (for Aftapning, Flaskebrud o. l. inkl. Udbringning) løb der yderligere 8 Pf. paa, saa dens Fordeling belastede Producentprisen med 100 pCt.

Tager man til Sammenligning nogle Storbyer i Udlandet, hvor Distributionsmaaden ligner Københavns, viser Fordelingsomkostningerne i London sig at være 132 pCt. af den regionale Producentpris paa Gaard-Pool-Pris. Her koster det nemlig 33 Øre at skaffe 1 l (Flaske) Mælk fra Producent, som kun faar 25 Øre, til Forbrugeren, som maa betale 58 Øre for den (Vinter). — I New York koster 1 quart (ca. 1 l) frit tilbragt Flaskemælk ca. 60 Øre; deraf faar Producenten ca. 23 Øre, saaledes at Fordelingen belaster Produktet med 160 pCt.

I Paris fik Producenten i April ifjor ca. 54 cts. for Literen, som Konsumenten maatte betale Fr. 1.30 for, altsaa 140 pCt. mere. — Selv i Berlin kostede det i November ifjor 15,4 Pf. at fordele 1 l Mælk paa Flaske, som frit tilbragt Forbrugeren kostede 30 Pf., saaledes at Fordelingsmarginen udgjorde 105 pCt. af Producentprisen (NB! for *Konsummælk* endog frit leveret Banegaard).

I Stockholm, hvor ifølge »110. Bericht der Preisberichtsstelle des schweizerischen Bauernverbandes« 1 l Spandemælk kostede 24 Øre (Juni 1936), er som Priser i Engros-handelen opgivet 14 Øre og for Mejerimælk ca. 11 Øre. Paa samme Tid blev denne sidste ved Smør- og Osteproduktion udbragt til henholdsvis 9.6 og 11.2 Øre. Selv med den nævnte Engrospris som Udgangspunkt — denne svarer antagelig til »leveret« Producentpris — bliver Distributionsomkostningerne 70 pCt.

Den københavnske Mælkepris har følgende *Normbestanddele*:

Producentens Andel udgør.....	40 pCt. af Prisen
Til den mejerimæssige Behandling og Aftapning medgaar.	20 » » »
Fordelingen beslaglægger	40 » » »

Spalter man Distribueringsomkostningerne i Engros- og Detail-avance, viser de sig at være omtrent lige store, medens man i Almindelighed regner med, at Detaillisten lægger Beslag paa den største Del af Handelstillægget. Forklaringen ligger i, at i Mælkehandelen overtager Grossisten Afsætningsrisikoen, idet han tager de ikke solgte Varer, den saakaldte *Returmælk*, tilbage. Denne danner en tyngende Omkostningspost, saa meget mere, som Mælkehandelen er stærkt udstykket. De mange Detailhandlers Reservekvanta kan ikke undgaa tilsammen at give større Returer, end hvis der var færre om at fordele Mælken.

Mælkeprisens Sammensætning.

4. Kvartal 1936.

(%, 1 Flaske)

	I		II	
	Øre	I pCt. af Udsalgsprisen	Øre	I pCt. af Udsalgsprisen
Raavaren »leveret«.....	15.81	45.2	16.20	46.3
Behandlingen (inkl. Aftapningen)	6.70	19.1	4.90	14.0
Fordelingen (Engros- og Detail- avancen).....	11.71	33.5	13.30	38.0
Nettofortjeneste.....	0.78	2.2	0.60	1.7
Ialt...	35.00	100.0	35.00	100.0

Denne driftsstatistiske Opgørelse, der er foretaget af to Stormejerier, viser for I's Vedkommende en bedre Overensstemmelse med de ovennævnte Normal, naar den i Raavareprisen indeholdte Fragtudgift (ca. 3 pCt.) henregnes til Fordelingsomkostninger. Men ogsaa for II's Vedkommende fremkommer der en Tilnærmelse til Normen, dels ved, at man foretager den samme Ompostering af Fragten og dels ved, at man til »Behandlingen« overfører en Del af Administrationsudgifter og de andre Generalomkostninger, der i deres Helhed er medtaget under »Fordelingen«.