

## OverSIGTER OG MEDDELELSER

### A/S STJERNESTØV

I Erhvervsøkonomisk Tidsskrift nr. 3 er bragt et eksempel på en eksamensopgave fra 1957 omhandlende ovennævnte A/S's problemer.

Lad os i tilknytning hertil tænke på et andet A/S og lad os i særdeleshed tænke på, at alle de nævnte problemer er ganske relevante, men at der tillige eksisterer mangfoldige lige så interessante og lige så vigtige.

Det er ikke min tanke at begynde at prøve på at besvare den stillede opgave, men kun at se sagen fra „de to grossister inden for kolonialbranchen, der videre-sælger MARILYN sæben til købmændene til grossistspris“'s side.

Vigtigt er det at vide, at de i opgaven nævnte fakta er taget lige ud af det virkelige liv og blot skematiseret en smule for overskuelighedens skyld.

Spørgsmål 1) lyder: Hvilke muligheder har A/S for at forlange detailhandlerprisen overholdt af grossisterne?

Når det her var tanken at se sagen fra grossistens side, må spørgsmålet formes om, så det lyder: Hvorfor tvinger A/S Stjernestøv ikke „de andre“ til at overholde detailhandlerprisen?

For det er underforstået, at der ikke er noget man hellere vil, for så vidt omsætningen alligevel er stabil eller helst selvfølgelig stigende. A/S Stjernestøv har i mange år arbejdet med det mål at skabe sig selv de vanskeligheder, der er skitseret i opgaven, arbejdet hen imod at en priskonkurrence inden for fabrikkens artikler ville kunne betale sig for grossisterne. Det er et paradoks, men det fortæller lidt om, hvordan det hele er begyndt. Marilyn er den bedst kendte sæbe, så skal en grossist sælge uden fortjeneste og opnå et ry derved, kan det ikke nytte at konkurrenterne kan påræbe sig en kvalitetsforskel.

I det øjeblik alle grossisterne sælger til deres indkøbspris, hvad der faktisk er ved at være tilfældet, er fabrikkens eneste ønske: Rolige forhold, gået i opfyldelse, og kun grossisterne har tabt derved. Fabrikken har altså ingen interesse i at forlange detailhandlerprisen overholdt, og den kendte klausul om „lokkevarer“ bliver kun en skueret.

Når grossisten ikke tjener noget på varen, er det i hans interesse at lade den gå ud af sortimentet, men her kommer Stjernestøvs mangeårige reklame i vejen, for da det er Marilyn sæben det drejer sig om, kan man ikke undgå at føre den.

Spørgsmål 2) lyder: Vil det være hensigtsmæssigt at nægte at levere til disse grossister?

Lad os glemme Monopolrådet og lad os se, hvad grossisten vil sige. Marilyn sæben giver ingen fortjenest, men ved at føre den har man stadig foden inden for hos detailhandlerne, og når blot salget af sæben fører andet med sig, er den et nødvendigt onde. Derfor vil grossisterne selvfølgelig stritte imod med hænder og fødder, og da det efterhånden er blevet alle grossisterne, der sælger uden fortjeneste, vil fabriken altså ved at nægte levering blive nødsaget til at søge at levere direkte til detailhandlerne, netop det, som spørgsmål 3) behandler.

En lille fare ligger der også deri, at grossisterne kunne søge et konkurrerende sæbemærke indarbejdet, for selvfølgelig ad åre at stå overfor de samme vanskeligheder med dette mærke.

## OverSIGTER OG MEDDELELSER

### A/S STJERNESTØV

I Erhvervsøkonomisk Tidsskrift nr. 3 er bragt et eksempel på en eksamensopgave fra 1957 omhandlende ovennævnte A/S's problemer.

Lad os i tilknytning hertil tænke på et andet A/S og lad os i særdeleshed tænke på, at alle de nævnte problemer er ganske relevante, men at der tillige eksisterer mangfoldige lige så interessante og lige så vigtige.

Det er ikke min tanke at begynde at prøve på at besvare den stillede opgave, men kun at se sagen fra „de to grossister inden for kolonialbranchen, der videre-sælger MARILYN sæben til købmændene til grossistspris“'s side.

Vigtigt er det at vide, at de i opgaven nævnte fakta er taget lige ud af det virkelige liv og blot skematiseret en smule for overskuelighedens skyld.

Spørgsmål 1) lyder: Hvilke muligheder har A/S for at forlange detailhandlerprisen overholdt af grossisterne?

Når det her var tanken at se sagen fra grossistens side, må spørgsmålet formes om, så det lyder: Hvorfor tvinger A/S Stjernestøv ikke „de andre“ til at overholde detailhandlerprisen?

For det er underforstået, at der ikke er noget man hellere vil, for så vidt omsætningen alligevel er stabil eller helst selvfølgelig stigende. A/S Stjernestøv har i mange år arbejdet med det mål at skabe sig selv de vanskeligheder, der er skitseret i opgaven, arbejdet hen imod at en priskonkurrence inden for fabrikkens artikler ville kunne betale sig for grossisterne. Det er et paradoks, men det fortæller lidt om, hvordan det hele er begyndt. Marilyn er den bedst kendte sæbe, så skal en grossist sælge uden fortjeneste og opnå et ry derved, kan det ikke nytte at konkurrenterne kan påræbe sig en kvalitetsforskel.

I det øjeblik alle grossisterne sælger til deres indkøbspris, hvad der faktisk er ved at være tilfældet, er fabrikkens eneste ønske: Rolige forhold, gået i opfyldelse, og kun grossisterne har tabt derved. Fabrikken har altså ingen interesse i at forlange detailhandlerprisen overholdt, og den kendte klausul om „lokkevarer“ bliver kun en skueret.

Når grossisten ikke tjener noget på varen, er det i hans interesse at lade den gå ud af sortimentet, men her kommer Stjernestøvs mangeårige reklame i vejen, for da det er Marilyn sæben det drejer sig om, kan man ikke undgå at føre den.

Spørgsmål 2) lyder: Vil det være hensigtsmæssigt at nægte at levere til disse grossister?

Lad os glemme Monopolrådet og lad os se, hvad grossisten vil sige. Marilyn sæben giver ingen fortjenest, men ved at føre den har man stadig foden inden for hos detailhandlerne, og når blot salget af sæben fører andet med sig, er den et nødvendigt onde. Derfor vil grossisterne selvfølgelig stritte imod med hænder og fødder, og da det efterhånden er blevet alle grossisterne, der sælger uden fortjeneste, vil fabriken altså ved at nægte levering blive nødsaget til at søge at levere direkte til detailhandlerne, netop det, som spørgsmål 3) behandler.

En lille fare ligger der også deri, at grossisterne kunne søge et konkurrerende sæbemærke indarbejdet, for selvfølgelig ad åre at stå overfor de samme vanskeligheder med dette mærke.

Spørgsmål 4) lyder: Er der mulighed for at slå ind på en anden form for rabatpolitik?

For grossisternes vedkommende stiller spørgsmålet sig således: Var det rabatpolitikken med kvantumsrabatten for levering af et vist antal kartoner, der skabte misèren?

Tidligere er nævnt, at en medvirkende årsag var den, at Marilyn sæben „er alle stjerners sæbe“ – og så selvfølgelig også alle andres, således at det kunne betale sig at benytte den til lokkevarer. Dertil kommer, at en grossist, der kan aftage et stort kvantum, får en prisfordel, og hvorfor så ikke vise flaget med Marilyn. Det kan altså siges, at kvantumsrabatsystemet har været medvirkende, og forsøger man et øjeblik at tænke tilbage på systemets indførelse, kan det vist godt siges, at misèren opstod samtidig.

Imidlertid må spørgsmål 4) besvares med et nej, der er ingen muligheder for at standse lavinen, jo, hvis man vil standse reklameringen.

Spørgsmål 5) lyder: Giver spørgsmålet iøvrigt anledning til overvejelser angående fabrikkens prispolitik?

Eller til vort brug: Hvad kunne grossisterne ønske i den retning? Det vil være svært at sige, og i praksis er der vist ikke fremkommet konstruktive forslag.

Opgaven stiller ikke flere spørgsmål, men tilbage bliver det faktum, at fabrikken A/S Stjernestøv uden udgifter, på trods af grossisternes modstand får forøget salget, hvilket er umiddelbart uforståeligt, indtil man bemærker, at forbrugerne stadig giver den vejledende udsalgspris kr. 0,85 for Marilyn sæben. Det siger sig selv, at når købmanden har en så meget større fortjeneste på denne sæbe, der tilmed ikke er noget outsider-mærke, vil han i høj grad gøre noget for dette salg.

Atter ser man, at fabrikken profiterer ved konkurrencen mellem grossisterne.

Vi må altså slå fast, at fabrikkens nævnte problemer ikke eksisterer, men at den formentlig nok uformelt i den overgangsperiode, hvor ikke alle grossister sælger uden fortjeneste, vil foregive at søge problemerne belyst og afhjulpet, hvorefter fabrikken med god samvittighed kan erklære, at sådan er det nu engang.

Lad dette være sagt så hårdt, at modsigelse er nødvendig.

*J. Krogdahl-Nielsen, H. A.,  
prokurist (kolonial engros).*

#### *Bemærkninger.*

Til ovenstående skal blot føjes en enkelt kommentar. Det er rigtigt, at „de i opgaven nævnte fakta er taget lige ud af det virkelige liv og blot skematiseret en smule for overskuelighedens skyld“, men selvom opgaven er baseret på et faktisk tilfælde, skal det dog oplyses, at det til grund liggende eksempel ikke er fra sæbebranchen. For at dække over de virksomheder, der beredvilligt giver de oplysninger, der danner basis for eksamensopgaver, vil det ofte være nødvendigt ikke alene at dække over navnet, men også branchen.

*Red.*